

## **КОНКУРЕНЦІЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НА ТРАНСПОРТНОМУ РИНКУ: МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ**

*У статті розглядаються науково-методологічні підходи до вирішення проблем аналізу конкуренції та конкурентоспроможності на транспортному ринку. Надано характеристику конкурентних структур, досліджено фактори підвищення конкурентоспроможності*

*Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, підвищення конкурентоспроможності, транспортний ринок*

*В статье рассматриваются научно-методологические подходы к решению проблем анализа конкуренции и конкурентоспособности на транспортном рынке. Предоставлена характеристика конкурентных структур, исследованы факторы повышения конкурентоспособности*

*Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности, транспортный рынок*

*The article reviews the scientific and methodological approaches to the problems of analysis of competition and competitiveness in the transport market. The characteristic of competitive structures investigated factors competitiveness*

*Key words: competition, competitiveness, increase of competitiveness, transport market*

**Постановка проблеми.** Соціально-економічний розвиток України потребує забезпечення першочергового розвитку транспорту в порівнянні з іншими галузями економіки та створення умов для ефективного функціонування транспортного ринку щодо забезпечення як внутрішнього так і зовнішнього попиту на транспортні послуги.

Світова фінансово-економічна криза останніх років, яка обумовила значний спад виробництва у реальному секторі національної економіки, суттєво вплинула на посилення конкурентної боротьби на ринку транспортних послуг як між різними видами транспорту (автомобільний, залізничний, авіаційний тощо), так і транспортними підприємствами державної та приватної форм власності, а також підприємствами в межах однієї галузі. Крім того, включення вітчизняного транспорту в систему світових господарських зв'язків виявило наявність складних проблем в їх діяльності враховуючи жорстку конкуренцію з боку закордонних транспортних компаній. В цих умовах перед суб'єктами господарювання, що діють на даному галузевому ринку з особливою актуальністю постають завдання пошуку дієвих методично-практичних підходів щодо забезпечення високого рівня їх конкурентоспроможності, важливою частиною вирішення якого виступає надійна методологія аналізу конкуренції на транспортному ринку. Адже, конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта ринкових відносин може бути визначена лише в процесі фактичної конкурентної боротьби; тому питання

зміцнення конкурентоспроможності слід розглядати через призму проблем ефективності конкуренції та конкурентних відносин.

Слід відмітити, що як напрям наукових досліджень, дана проблематика не є новою для вітчизняної економічної науки, тому, що їй присвячено велика кількість робіт як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Глибоким теоретичним підґрунтям дослідження особливостей сучасної конкуренції, сутнісних характеристик конкурентоспроможності та управлінських моделей, які характерні для різних умов функціонування підприємств, є праці таких всесвітньо відомих західних вчених, як М. Портер, І. Ансофф, П. Друкер, Б. Карлоф, І. Кірцнер, Ж. Ламбен, О. Оучи, П. Самуельсон, А. Стрикленд, А. Томпсон, Й. Шумпетер.

Поступово відбувається процес переосмислення теоретичних основ конкуренції та конкурентоспроможності як у вітчизняній економічній науці так і серед науковців країн пострадянського простору. Проблема розвитку теоретичних засад конкуренції, а також обґрунтуванню моделей управління конкурентоспроможністю як на макро- так і мікроекономічному рівнях в умовах транзитивної економіки присвячено роботи відомих вітчизняних і російських вчених - А. Антонюка, Я. Базилюк, І. Бураківського, А. Воронкова, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Гельвановського, М. Дудченка, Ю. Іванова, Н. Калюжного, Б. Кваснюка, О. Кириченко, А. Кредісова, О. Кузьміна, Д. Лук'яненко, Ю. Макогона, Ю. Полунєєва, А. Поручника, В. Пономаренка, В. Савчука, І. Сиваченка, С. Соколенка, Р. А. Філіпенка, О. Шниркова та ін.

Питання переходу до нових економічних умов функціонування транспорту, а також визначення пріоритетних напрямів підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку транспортних послуг досліджено у працях російських науковців - В.Г. Галабурди, А.В. Комарова, Б.М. Лапідуса, В.А. Макєєва, В.А. Персианова, Н.П. Терешинної, М.Ф. Трихункова та ін. Окремі організаційно-економічні положення цієї проблематики, відображаються в публікаціях вітчизняних вчених: Бакаєва О.О., Бідняка М.Н., Гурнака В.М., Гльчука В.П., Коби В.Г., Котлубая М.І., Макаренко М.В., Мови В.В., Союзова А.А., Сича Є.М., Шинкаренко В.Г., Цветова Ю.М. та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Однак, незважаючи на наявність значного наукового доробку, перед економічною наукою та практикою постала низка нових проблем стосовно обґрунтованості методичних рекомендацій щодо аналізу конкуренції та конкурентоспроможності підприємств транспортного ринку, що і зумовило необхідність написання даної наукової статті.

Отже, **метою** статті є дослідження науково-методичних підходів до вирішення проблем аналізу конкуренції та конкурентоспроможності на транспортному ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Трансформація економічних відносин у транспортній сфері національної економіки, що здійснюється на ринкових засадах потребує формування сучасного конкурентного середовища. Це у

свою чергу, передбачає необхідність забезпечення суб'єктами господарювання, що діють на транспортному ринку високого рівня їх конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах дії конкуренції і через конкуренцію. А отже, прийняття суб'єктами транспортного ринку рішень про використання моделей, методів та інструментів підвищення конкурентоспроможності залежить від видів і механізмів конкуренції, що складається на внутрішніх і міжнародних транспортних ринках.

Визначення наукових підходів до вибору моделі зростання конкурентоспроможності суб'єктів транспортного ринку вимагає більш глибокого дослідження сутнісних ознак конкуренції, її видів та особливостей конкурентного середовища.

На сучасному етапі існує велика кількість трактувань терміну «конкуренція». Так, у загальноприйнятому розумінні «конкуренція» означає суперництво, змагання людей, груп, організацій у досягненні більш кращих результатів у певній суспільній сфері [1]. Як економічна категорія, конкуренція - це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт і послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем своєї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам.

З точки зору теоретичних основ самого явища, конкуренція є проявом об'єктивних процесів у господарській діяльності суб'єктів ринкової економіки: зниження витрат виробництва або задоволення потреб споживачів. Сама ж боротьба, суперництво при цьому виступає в якості лише видимої її частини та є предметом різних наукових концепцій конкуренції.

У сучасній економічній науці та практиці вироблено багатопланове уявлення про конкуренцію, яке виразилось у різних визначеннях цього поняття. Залежно від місця конкуренції в економічній системі ці визначення можна поділити на три великі групи:

- ✓ перша - конкуренція як процес;
- ✓ друга - конкуренція як метод;
- ✓ третя - конкуренція як результат.

Розуміння конкуренції як процесу та методу розвивається у поведінковому та функціонально-рольовому підходах, а як результату (стану ринку) розвивається у системному, більш відомому як «структурний».

Так, досить поширеним у науці та практиці є поведінковий підхід, відповідно до якого конкуренція розглядається як постійно діючий механізм вільної діяльності, суперництва товаровиробників, підприємств або фірм з метою досягнення кращих результатів у своїй підприємницькій діяльності. Адже, на ринку економічні суб'єкти завжди керуються індивідуальною вигодою та інтересом. За визначенням класика політичної економії А. Сміта [2], саме конкуренція є тим механізмом, який врівноважує приватні інтереси та економічну ефективність; працюючи на себе, кожний працює й на всю економічну

систему, забезпечуючи дію «невидимої руки» ринку.

У сучасній економічній науці поведінковий аспект конкуренції дістав найбільш повне вираження у моделі п'яти сил конкуренції - М. Портера; це найбільш розповсюджений, потужний методологічний інструмент для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них, визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку. Згідно з цією теорією, конкуренція в бізнесі визначається ситуативною комбінацією п'яти ключових факторів:

- a) суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- b) конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною;
- c) загроза входу в галузь нових конкурентів;
- d) економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;
- e) економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

Вказані ключеві фактори відображають той факт, що конкуренція в галузі не зводиться лише до економічної взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між підприємствами, що вже закріпилися на ринку. Покупці, постачальники й товари – замітники, а також претенденти на вхід до галузі — це певним чином також "конкуренти" підприємства на певному ринку, що відіграють різну роль залежно від обставин [3].

З позиції цього підходу ринкова конкуренція також нерідко трактується як боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться ними на доступних сегментах ринку [4, С. 12]. Крім того, конкуренція нерідко розглядається і як особлива поведінка незалежних суб'єктів економічної діяльності на відкритому ринку з метою перемогти конкурента [5]. Тобто, у такому контексті основний зміст конкуренції представляє собою боротьбу (процес змагання) за споживача та більш повне задоволення його потреб.

Розуміння конкуренції як процесу і як методу розвивається також у межах функціонально-рольового підходу. Відповідно до цього напряму основною характеристикою конкуренції варто вважати виконувани економічні функції. Конкуренція являє собою елемент ринкового механізму, пов'язаний в умовах ринку з процесом формування господарських пропорцій на основі суперництва комерційних суб'єктів за кращі та економічно найвигідніші умови прикладання капіталу, реалізації товарів і послуг [6, с. 136]. У енциклопедичному словнику [7, с. 412] конкуренція також тлумачиться також як «змагання між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери прикладення капіталу, ринки збуту, джерела сировини». Крім того конкуренція аналізується як ведуча рушійна сила економічного розвитку, зростання та «селекції» форм господарювання. Результатом конкурентної боротьби стає перевірка життєздатності підприємства (фірми) в умовах появи нових товарів і послуг, нових виробничих технологій та нових ринків. Все, що не є

ефективним, виштовхується з ринку. Перемога в конкурентній боротьбі супроводжується зниженням собівартості та підвищенням якості продукції. Наприклад, теорію конкуренції як процедуру відкриттів (різновид функціонального підходу) розробляли Й. Шумпетер [11] і Ф. Хайєк [8]. Відзначаючи стимулюючу роль конкуренції в економічному житті суспільства Й. Шумпетер вказував, що конкуренція діє не тільки тоді, коли вона існує, але й тоді, коли вона є потенційною загрозою. Можна сказати, що вона дисциплінує ще до свого настання, змушуючи суб'єкта ринку почуватися у конкурентній ситуації навіть тоді, коли він у галузі один.

У межах структурного підходу конкуренція розглядається як певний ринковий стан, як структура зв'язків між суб'єктами господарювання, що зумовлює їх здатність до певної поведінки на ринку. В цьому значенні конкуренція розглядається як певний ринковий стан і як ціноутворюючий фактор, передумова для певної моделі ціноутворення. Дотримуючись цього підходу сучасні економісти розцінюють конкуренції як особливу ситуацію на ринку, що характеризується двома основними факторами:

- ✓ перший - наявністю великої кількості незалежних покупців і продавців конкретного продукту або ресурсу;
- ✓ другий - свободою для покупців і продавців щодо входу на ті чи інші ринки або виходу з них [9; С. 52-53].

Отже, конкуренція розглядається як система відносин між взаємозалежними суб'єктами - продавцями і покупцями. На думку російського дослідника Ю. Коробова, ключовим моментом у розглянутому трактуванні поняття «конкуренція» є не суперництво у встановленні ціни, а відсутність можливості впливати на ціну. Це «погляд не з точки зору поведінки суб'єктів ринку, а з точки зору структури зв'язків між суб'єктами - структури ринку, вреїті-реїт визначальною є їхня поведінка» [10, С. 6]. Інакше кажучи конкуренція трактується лише як здатність економічних агентів до суперництва, але не саме суперництво; тобто по суті під конкуренцією економічних агентів розуміється виключно їхня конкурентоспроможність, але не ті конкурентні дії для виявлення та підтвердження цієї конкурентоспроможності. Такий підхід реалізує «матеріальне» втілення, матеріалізацію «невидимої руки» ринку. Типологію ринків як елементів конкурентного середовища (чиста конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, чиста монополія) досліджували, наприклад, К.Р. Макконнелл і С.Л.Брю [9].

У більшості наукових праць українських дослідників конкуренція визначається як економічне суперництво, боротьбу між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів та послуг з метою одержання якомога більшого прибутку. У вітчизняному законодавстві термін «економічна конкуренція» також тлумачиться з позиції змагальності, тобто поведінкового підходу та визначається як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання» [12]. При цьому у визначенні економічної конкуренції визнано допустимість досягнення переваг за рахунок

саме власних досягнень підприємців (чи то економічних, чи технологічних), а не будь-яких інших методів змагання, наприклад, об'єднання зусиль з іншими підприємцями. Отже, позиція вітчизняного законодавця збігається з позицією економістів - теоретиків динамічних ринків, які доводять, що рушійними силами боротьби між суб'єктами господарювання за лідерство на ринку є, насамперед, дух підприємництва, інновації та інвестиції, які сукупно дають їм можливість створити новий продукт, здатний завоювати ринок.

Проте, необхідно враховувати, що в сучасних умовах з поглибленням процесів інтеграції й глобалізації економіки природним станом вважається не тільки боротьба або змагання між конкурентами, але й співробітництво та партнерство. Отже, конкуренція є необхідним і найважливішим елементом ринкового механізму, але сам її характер і форми є різними на різних ринках і в різних ринкових ситуаціях. Таким чином, можна визначити, що сучасна конкуренція це економічний процес взаємодії, взаємозв'язку й боротьби між підприємствами, що функціонують на ринку, з метою забезпечення можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку.

Адже в основі конкуренції, з одного боку, завжди лежать об'єктивні суперечності економічних інтересів і масштаби їх реалізації; розбіжність, невідповідність, а нерідко і протилежність економічних інтересів породжує конфліктний характер конкурентних дій, що слугує потужним стимулом до повсякденної конкурентної активності економічних агентів. З іншого боку, реальний ринок є далеким від спрощеної картини «лобової» конкуренції за виживання: це не тільки «війна усіх проти усіх», скільки співіснування та взаємне доповнення компанії різних типів, засноване на розмежуванні ніш, у кожній з яких діють свої «правила гри» [4, С. 61-62].

Дотримання принципів об'єктивності, комплексності та адекватності для пояснення складних процесів, що мають місце у конкурентних відносинах, потребує застосування водночас елементів всіх трьох підходів (концепцій).

З позиції різних методологічних підходів розглянемо дію сил конкуренції на транспортному ринку, що забезпечує потенціал як для власного внутрішнього розвитку, так і для соціально-економічного розвитку національної економіки.

Досліджуючи проблеми конкуренції та конкурентоспроможності з точки зору структурного підходу, тобто з погляду тієї конкурентної ситуації, що склалася на транспортному ринку, слід відмітити, що конкуренція може бути досконалою - чистою і недосконалою – монополістичною або олігополістичною, припиняючи своє існування у разі чистої монополії однієї транспортної організації, компанії або підприємства. Відповідно до цього, ринок транспортних послуг ділиться на такі види конкурентних ринкових структур - ринок досконалої (чистої) конкуренції, монополістичної, олігополістичної і ринок чистої монополії.

У табл. 1 приведена характеристика різних видів конкуренції, що діють на транспортному ринку та визначають форми сформованих конкурентних структур (ринків).

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика конкурентних структур, що сформувалися на транспортному ринку**

<b>Параметри (фактори)</b>	<b>Види конкуренції</b>			
	<b>Досконала конкуренція</b>	<b>Монополістична конкуренція</b>	<b>Олігополія</b>	<b>Монополія</b>
1. Кількість видів транспорту (транспортних організацій)	Багато незалежних підприємств	Багато транспортних підприємств, але перевози та послуги мають суттєві відмінності	Декілька (2-8)	Один від транспорту або одне підприємство
2. Сила конкуренції	Дуже сильна	Сильна	Слабка	Відсутня
3. Частки на ринку	Малі	Малі	Великі	Весь ринок
4. Доступ до ринку (рівень зусиль для входу на ринок)	Відкритий (легкий вхід і вихід)	Утруднений (відносно легкий вхід і вихід)	Утруднений (важкий вхід, що часто вимагає великих інвестицій)	Блокований (дуже важкий вхід і вихід)
5. Обсяг виробництва транспортної продукції (перевезень)	Визначається конкурентоспроможністю і попитом на транспортні послуги	Визначається конкурентоспроможністю та змовою учасників	Визначається конкурентоспроможністю та змовою учасників	Визначається попитом на транспортні послуги
6. Політика ціноутворення	На основі дії закону попиту та пропозиції	На основі попиту та конкурентоспроможності транспортних організацій	Визначається попитом та конкурентоспроможністю	Визначається транспортною організацією

1	2	3	4	5
7. Роль та значення якості в конкуренції	Дуже висока	Дуже висока	Висока	Залежить від ситуації
8. Роль реклами в просуванні транспортної продукції	Висока	Висока	Дуже висока	Залежить від ситуації

Знання основних особливостей різних типів ринкових структур (ринків) і особливостей прояву конкуренції важливо для усвідомлення конкурентного середовища та розробки методів забезпечення конкурентоспроможності транспортних підприємств. При цьому слід враховувати, що у реальному житті дійсності ринок досконалої конкуренції в чистому теоретичному значенні практично не зустрічається; такий ринок представляє собою ідеальну структуру, тобто вільну конкуренцію (абстрактну ідею), до якої існуючі ринки можуть наближатися в більшій чи меншій мірі.

Для транспортного ринку характерна монополістична конкуренція, де в наявності значна кількість продавців послуг і відсутній явний контроль за цінами. Але разом з тим мається значна спеціалізація в наданні одних і тих самих послуг, насамперед, послуг з переміщення. Проте, і з боку пропозиції, і з боку попиту в ринковому процесі взаємодіє багато суб'єктів, наприклад, при перевезеннях на середні та малі відстані масових вантажів залізничний транспорт відчуває конкуренцію з боку автотранспорту (перевезення вантажів у контейнерах, перевезення в пакетованому вигляді значної частини будівельних матеріалів, сільськогосподарських вантажів, продукції легкої чи харчової промисловості), а в ряді випадків - річкового та морського транспорту.

Монополізм у переміщенні може полягати, наприклад в тому, що одна невелика авіакомпанія здійснює такі рейси, яких немає у інших. Аналогічне положення може бути і на річковому й автомобільному транспорті. Монополізм не обов'язково полягає в тому, що дані перевезення виконує тільки одна транспортна компанія, їх може бути і дві або три, але всі вони спеціалізовані та практично не мають конкурентів. Таким чином, монополізм на транспортному ринку виявляється у спеціалізації або на певних маршрутах, або на окремих видах перевезень, яких немає в інших суб'єктів цього ринку. Проте, транспортні організації не можуть істотно впливати на рівень тарифів і цін, тому що їх підвищення може викликати приплив конкурентів, структурні зміни параметрів попиту та пропозиції.



Найбільш типовим для сучасних видів транспорту є ринок олігополістичної конкуренції, яка характеризується пануванням небагатьох компаній, що існують на кожному виді транспорту. У масштабі ж єдиного транспортного ринку можуть бути, наприклад, виробничо-транспортні та логістичні компанії.

Олігополія - це панування небагатьох організацій, але кожна з них виконує великий обсяг перевезень і, отже, є великим продавцем транспортних послуг. При цьому кожна з них відчуває на собі вплив конкурентів як всередині кожного виду транспорту, так і на міжтранспортному рівні. Олігополістична конкуренція відноситься до розряду недосконалих. По-перше, кожна з організацій займає значну частку ринку перевезень, а тому може впливати на рівень тарифів. По-друге, вхід на олігополістичний ринок нових організацій пов'язаний з великим ризиком, тому що потрібні час і великі інвестиції для того, щоб зайнятися аналогічними видами діяльності.

Про існування олігополії можна стверджувати при транспортуванні нафти, де основна роль належить трубопровідному транспорту; при наявності водних шляхів, паралельних залізницям; у випадках, коли перевезення може бути виконано морським транспортом, а також при використанні мережі сучасних автомобільних доріг.

Форма ринкової організації у вигляді природної монополії також існує на ринку транспортних послуг. Так, ринок надання послуг користування залізничними коліями є вкрай монополізованим; становить єдину монолітну структуру "Укрзалізниця", яка функціонує як на ринку природної монополії (надання послуг з користування залізничними коліями, диспетчерськими службами, іншими об'єктами інфраструктури), так і на потенційно конкурентних ринках - вантажних і пасажирських перевезень, будівельної індустрії тощо. Незважаючи на те, що на цьому ринку діють інші підприємства, які мають власні під'їзні колії, їх частка є дуже незначною, а тому не може створити реальної конкуренції "Укрзалізниці". Крім того, відмінною рисою природної монополії є той факт, що частка умовно-постійних витрат перевищує 50% (зокрема, на залізничному транспорті) проти 15-18% в інших галузях економіки.

Іншою є ситуація на ринках перевезення пасажирів і вантажів. На цих ринках, що є суміжними зі сферою природної монополії, можуть розвиватися два види конкуренції: між різними видами транспорту або конкуренція між підприємствами в межах однієї галузі. Таким чином, цей ринок можна визнати конкурентним, оскільки конкуренцію становлять підприємства автомобільного, річкового, трубопровідного й авіатранспорту, а також комбіновані перевезення з використанням кількох видів транспорту, що набули поширення останнім часом. Ефективної конкуренції немає лише тоді, коли вантажі нерентабельно перевезити іншими видами транспорту.

Державна монополія виникає також у сферах, де її наявність обумовлена необхідністю забезпечення громадської безпеки.

Олігопсонія, монопсонія і монопсонічна конкуренція на транспортному ринку визначається за аналогією з олігополією, монополією і монополістичною конкуренцією, але тільки при розгляді ринку споживачів транспортної продукції. Олігопсонія і монопсонічна конкуренція характерні при перевезеннях масових паливно-сировинних вантажів, монопсонія - доставка державних та військово-стратегічних вантажів.

Отже, досліджуючи транспортний ринок з точки зору структурного підходу «конкуренція» використовується для характеристики моделі побудови ринку, а відтак - для прогнозування поведінки економічних агентів з боку попиту й пропозиції. Формальним критерієм ринку стає рівень його концентрації, тобто розподіл часток на ньому між господарюючими суб'єктами.

Досліджуючи проблеми конкуренції на транспортному ринку з позиції змагального підходу, слід підкреслити, що конкуренція проявляється через суперництво транспортних підприємств за кращі методи господарювання, тобто за найбільш вигідні умови здійснення перевезень, освоєння нових ринків та отримання максимальної вигоди.

Крім того, конкуренція на транспорті це також боротьба за вантажовласників і пасажирів за отримання максимально корисного ефекту на основі застосування сучасних, більш ефективних транспортно-логістичних технологій, підвищення їх якості, надійності та швидкості.

Відповідно до результатів дії конкуренції при використанні так званих базових конкурентних переваг і, як наслідок, розмірів одержуваного прибутку на вкладений капітал між різними видами транспорту, перерозподіляються і ресурси, тобто на транспортному ринку виникає міжгалузева конкуренція.

Таким чином, можна виділити наступні види конкуренції, що діють на транспортному ринку:

- міжгалузева конкуренція - між різними видами транспорту;
  - внутрішньогалузева конкуренція - між різними учасниками перевізного процесу (компаніями-операторами, перевізниками, приватними підприємцями і т.п.);
  - конкуренція продукції - коли продукт, що перевозиться по залізниці, вугілля для електростанції, замінюється іншим видом палива – газом або мазутом, що доставляється іншими видами транспорту; це можливо в довгостроковій перспективі, тому що потрібна зміна технології перевезень і технічної оснащеності об'єктів;
  - географічна конкуренція - якщо вантаж може бути доставлений за іншим маршрутом.

Розвиток конкуренції між видами транспорту також має деякі обмеження, що обумовлені специфікою продукції транспорту. Нематеріальний характер транспортної продукції - перевезення або надання транспортної послуги - визначає її деякі особливості: неможливість зберігання, неможливість взаємозамінності, невіддільність від джерела, непостійність за якістю, що суттєво відрізняється від стандартів якості

фізичних об'єктів і вимагає особливого підходу до встановлення показників і методів як оцінки самої якості, так і конкурентоспроможності в сфері роботи транспорту. Так, неможливість взаємозамінності транспортної продукції, виробництво та реалізація якої прив'язані до місця і часу обмежують внутрішньогалузеву конкуренція, наприклад, на залізничному транспорті. Розвиток конкуренції між видами транспорту також має деякі обмеження, які пов'язані іноді з перевагою для користувачів інтермодальних (змішаних) перевезень за схемами «від дверей до дверей» або «точно в строк».

Конкурентоспроможність різних видів транспорту в ринкових умовах залежить від наявності конкурентних переваг їх діяльності. Суттєву роль відіграють зовнішні чинники, що визначають умови конкуренції в галузі, тобто її конкурентоспроможність, а саме – це потенціал ринку, легкість доступу, вимоги щодо якості транспортного обслуговування, однорідність ринку, структура галузі та ін.

Можливість транспортного підприємства конкурувати на певному транспортному ринку, тобто виявляти свою конкурентоздатність безпосередньо залежить від рівня конкурентоспроможності продукції - транспортної послуги і сукупності економічних методів діяльності підприємств, які впливають на результати конкурентної боротьби.

Рівень конкурентоспроможності транспортних послуг визначається наступними факторами: перевагою в якості, ціною споживання, високим рівнем обслуговування, інноваційним потенціалом розвитку послуг, що надаються. Треба відзначити, що до найбільш істотних властивостей якості транспортних послуг відносяться: час доставки вантажу; збереження вантажу; ритмічність доставки вантажу; доступність; безпека перевезення вантажу; екологічна безпека; економічність. Проте, в сучасних умовах найбільш впливовим фактором конкурентоспроможності транспортних послуг, окрім високої якості, є достатньо низька ціна, тобто величина тарифу на перевезення.

При цьому, конкурентоспроможність транспортних послуг в повній мірі визначається внутрішніми та зовнішніми факторами господарюючих суб'єктів транспорту. Внутрішні чинники визначають як можливість, так і ефективність процесу адаптації господарюючих суб'єктів транспорту до викликів і загроз зовнішнього середовища. До них належать наступні фактори:

- наявність виробничо-фінансових ресурсів;
- наявність чіткої стратегії розвитку;
- гнучка адаптивна цінова політика;
- висока кваліфікація персоналу;
- ефективна політика мотивації та стимулювання працівників;
- використання новітніх технологій в обслуговуванні споживачів і забезпеченість інформаційними ресурсами.

Фактори зовнішнього середовища відображають сукупність тих умов, до яких адаптується господарюючий суб'єкт транспорту. Саме в зовнішньому середовищі формуються основні характеристики ринку

транспортних послуг, тобто його тип, ємність, можливості конкурентів, склад і структура трудових ресурсів тощо. Всі фактори зовнішнього середовища різноманітні за своєю природою, характером впливу на конкурентоспроможність транспортного підприємства; до них належать: державно-економічні, науково-технічні, правові чинники, фактори природного середовища та ін.

Отже, сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів являє собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність підприємств транспорту та комплексний кінцевий синергетичний ефект їх взаємного впливу на конкурентоспроможність.

**Висновки та пропозиції.** В умовах загострення конкуренції на ринку транспортних послуг важливого значення набуває використання науково обґрунтованих методолого-методичних підходів до вирішення проблем аналізу конкуренції та конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів. До найбільш поширених у науці та практиці належать структурний, поведінковий і функціонально-рольовий підходи. Дотримання принципів об'єктивності, комплексності та адекватності для пояснення складних процесів, які мають місце у конкурентних відносинах, потребує застосування водночас елементів всіх трьох підходів.

При цьому використання структурного підходу до аналізу конкуренції на транспортному ринку стає важливим методичним інструментом діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби, а також необхідних конкурентних дій. Досліджуючи конкуренцію на транспортному ринку з точки зору структурного підходу розглядаються моделі побудови ринку, тобто види конкурентних ринкових структур - ринок монополістичної, олігополістичної та ринок чистої монополії. Визначення основних особливостей різних типів ринкових структур (ринків) і особливостей прояву конкуренції стає необхідною умовою для усвідомлення конкурентного середовища та розробки методів забезпечення конкурентоспроможності транспортних підприємств на ринку. При аналізі конкурентоспроможності різних видів транспорту необхідно враховувати наявність конкурентних переваг в їх діяльності та вплив зовнішніх чинників, що визначають умови конкуренції в галузі. Це формує можливість транспортного підприємства конкурувати на певному ринку. Окрім цього, на конкурентоспроможність транспортних підприємств впливає рівень конкурентоспроможності продукції - транспортної послуги, що в свою чергу, безпосередньо залежить від сукупності організаційно-економічних методів діяльності підприємств, які забезпечують успіх у конкурентній боротьбі.

Отже, прийняття суб'єктами транспортного ринку рішень про використання моделей, методів та інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств залежить від видів і механізмів конкуренції. Тому зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів цього транспортного ринку залежить від обраної методології та методів аналізу

*ефективності конкуренції та конкурентних відносин.*

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. *Иллюстрированный энциклопедический словарь* (электронное издание, воспроизведенное по изданию 1995 года). - М., 1997.
2. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов* [Текст] / Пер. с англ. - М.: Эксмо. - 2007. - 960 с.
3. Портер М. *Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів*. [Текст] / А. Олійник, Р. Сільський (Пер. з англ.). - К.: Основи, 1998. - 320с.
4. Юданов А. Ю. *Конкуренция: теория и практика*. 3-е изд. испр. и доп. - М.: Гном и Д, 2001.
5. Антонюк Л.Л. *Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізми реалізації*. Монографія. [Текст] – К.: КНЕУ, 2004. – 275с.
6. Новиков В. А. *Практическая рыночная экономика*. - М., 1399. - С. 136
7. *Большой экономический словарь* [Текст] / Под ред. А. Н. Азриляна. - 6-е изд., доп. - М.: Институт новой экономики, 2004. - 1376с.
8. Хайек Ф. *Конкуренция как процедура открытия* [Текст] // *Мировая экономика и международные отношения*. -1989. - №12. - с. 6-12.
9. Макконнел К.Р., Брю С.Л. *Экономикс: Принципы, проблемы и политика*. [Текст] В 2 т.: Пер. с англ. – М.: Республика, 1992. – 799 с.
10. Коробов Ю. И. *Теория и практика конкуренции*. [Текст] - Саратов: Издательский центр СГЗА, 1996.
11. Шумпетер Й. *Капитализм, социализм и демократия*. [Текст] //Пер з англ, -М., Экономика. 1995. - 540с.
12. Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11 січня 2001 року №2210-III // *Відомості Верховної Ради України*. – 2001. – № 12. – С.64.
13. Сич Є.М. *Розвиток монопрофільних виробничих структур ринку: транспортно-економічний аспект: Монографія* [Текст] / Є.М. Сич, О.В. Бойко, О.В. Шишкіна. – К.: Логос, 2011. – 220с.
14. Сич Є.М. *Монопольно-конкурентні тенденції галузевих ринків* [Текст] // Є.М. Сич, О.В. Бойко *Збірник-Чернігів: ЧДТУ, 2010.-№ 50.- С.20-36*