

УДК 656.27

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАЛІЗНИЦЬ У ПРИМІСЬКОМУ СПОЛУЧЕННІ В УМОВАХ РИНКУ

*Семенцова О. В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

*Обґрунтовано доцільність врахування при формуванні цінової політики залізниць у приміському сполученні функцій ціни в умовах ринку.*

**Ключові слова:** приміське залізничне сполучення, функції ціни.

**Постановка проблеми та її зв'язки з науковими та практичними завданнями.** Приміське залізничне сполучення за кількістю перевезених пасажирів займає перше місце серед решти, тому що на його долю припадає майже три чверті від їх сукупної кількості. В загальному ж пасажирообігу приміський має нижчу частку, адже з урахуванням незначної їх середньої дальності, питома вага його становить близько третини роботи залізниць з перевезень пасажирів. Поруч з цим у приміському сполученні протягом тривалого періоду є стійка тенденція до нарощування збитковості (тільки п'яту частину витрат покривають доходи). Через це постає питання щодо доцільності впровадження ряду заходів з удосконалення економічного стану приміського пасажирського залізничного комплексу України, що вимагає реалізації ряду заходів: організаційних, соціальних та фінансових.

В межах удосконалення фінансового аспекту роботи комплексу видається доцільним звернути увагу на процес тарифоутворення і відповідність його механізму ринковим принципам господарювання тому, що ціна в умовах ринку відіграє важливу роль для всіх його учасників, виступаючи домінуючим джерелом інформації для прийняття ними рішень та є основним важелем суб'єктів економічних відносин. Для споживача у переважній більшості випадків ціна є визначальним фактором при обранні того чи іншого виду продукту, отже вивчення функцій ціни допомагає вникнути в саму її сутність та зрозуміти яку роль вона відіграє в економіці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор з посиланнями на джерела.** Сутність цін та методи ціноутворення хвилювали науковців з давніх часів. Означене питання є одним з ключових для вивчення в економіці і йому присвячено як окремі праці, так і окремі розділи в роботах з економіки, організації та управління підприємствами [1-3]. В галузі залізничного транспорту також є велика кількість публікацій вітчизняних та закордонних науковців, що розкривають проблеми та особливості процесу ціноутворення [4-6], а також регуляторної політики в цій сфері з боку держави [7-9].

**Виділення невирішених частин загальної проблеми, котрій присвячується стаття.** Не зважаючи на те, що питанням ціноутворення приділено багато уваги як вітчизняними, так і закордонними науковцями різних сфер економічної науки, в тому числі економіки транспорту, виконання залізничними тарифами, зокрема на перевезення пасажирів у приміському сполученні, функцій цін в умовах ринку досить обмежена, отже, потребує подальших досліджень.

Таким чином, основною метою статті є дослідження виконання тарифами на перевезення пасажирів залізницею у приміському сполученні функцій ціни, та формування загальних висновків та рекомендацій щодо удосконалення тарифної політики залізниць в цьому напрямку відповідно отриманим результатам.

**Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Прийнято вважати, що у ринковій економіці ціна виконує три основні функції [3, с. 142]: інформаційну, стимулюючу та розподільчу.

Ціна містить інформацію, що орієнтує дії учасників ринку послуг з перевезень пасажирів у приміському сполученні, якими є не тільки споживачі (пасажирів) та продавці (залізниця або оператор залізничних перевезень), але і конкуренти (автоперевізники), що надають послуги - субститути, держава (у тому числі місцеві органи самоврядування), що виконує функції регулятора цін на проїзд у приміському сполученні, та роботодавці, які залучають додаткову робочу силу з передмість. Таким чином ціна виконує інформаційну функцію.

Кожен учасник, окрім залізниці, отримує ефект (вигоди) в тій чи іншій формі від перевезень пасажирів у приміському залізничному сполученні. Держава – утримує статус соціально значущих перевезень, забезпечуючи таким чином можливість всім верствам населення у отриманні послуг з перевезень у приміському сполученні за невелику плату. Пасажири – недорогий вид переміщення у приміському сполученні. Конкуренти – наростаючий приріст користувачів та, відповідно, грошових надходжень, за рахунок відтоку частки пасажиропотоку до операторів, що

надають більш якісні послуги (перевезення автоперевізників зазвичай відбуваються швидше, більш комфортним рухомим складом та частіше; зупинки розташовано у більш зручних місцях тощо). Роботодавці – невисоку транспортну складову у вартості живої праці, котру вони залучають з числа мешканців близько розташованих передмість. Це дає можливість стримувати зростання частки заробітної плати у собівартості продукції, а, отже, мати більш низькі ціни та конкурентоспроможність продукції на ринку. В умовах, коли всі отримують вигоди, залізниця ж, навпаки, отримує збитки, адже перебуваючи у державній власності, вимушена встановлювати низькі тарифи на перевезення пасажирів у приміському сполученні (такі, що за результатами роботи приміського пасажирського залізничного комплексу України протягом останніх років навіть не покривають навіть чверті витрат на роботу залізниць у цьому сполученні), що відповідає державній політиці щодо надання статусу соціально значущих приміським пасажирським залізничним перевезенням. Таким чином, держава «вилучає» кошти від залізниць та стимулює таким чином роботодавців, котрі на сьогодні переважно мають приватну форму власності, та конкурентні види транспорту. Отже, на ринку послуг з перевезення пасажирів не відбувається ефективного розподілу грошових коштів тому, що означені його суб'єкти отримують прибутки за рахунок майже примусового від'ємного результату залізниць. Тобто, розподільча функція ціни виконується неефективно.

Збитковий стан не відповідає головній меті функціонування будь-якого підприємства в умовах ринку – отримання прибутку від своєї діяльності. Ціна на товар, послугу (перевезення пасажирів у приміському сполученні) повинна стимулювати не тільки виробника (в даному разі – оператора залізничних перевезень) до виготовлення певного товару чи послуги, а і стимулювати споживачів до придбання відповідного товару або отримання послуги. Через збереження загальнодержавної політики максимально низьких тарифів на перевезення приміських пасажирів не відбувається стимулювання залізниць, адже в стані збитковості вони не мають змоги не тільки для розширеного відтворення, але і для простого. Не зважаючи на вимушене функціонування в умовах отримання від'ємного фінансового результату, залізниці постійно перебувають у стані пошуку шляхів зниження витрат, але вагомих результатів це не приносить. Збитки лишаються надто великим, що не дозволяє оновлювати рухомий склад та користуватися новітніми досягненнями науково-технічного прогресу, а отже, покращувати якість товару (послуг з перевезень приміських пасажирів). Тож стимулююча функція ціни для

виробника не реалізується.

Іноді фірми для підвищення своїх доходів свідомо знижують ціну своєї продукції з метою залучення більшої кількості споживачів, що, як наслідок, приносить підвищення грошового обігу. Така стратегія є виправданою при стабільній тенденції до зростання попиту, що не відповідає реальним умовам функціонування приміського залізничного пасажирського транспорту. Про це свідчить те, що у приміському сполученні за часів незалежності обсяги попиту спочатку протягом усього часу мали стабільну тенденцію до зниження і тільки протягом декількох останніх років стабілізувалися. При цьому ціна на перевезення залишалася на досить низькому рівні і, навіть якщо і зростала, то не значно. Тобто утримання вартості проїзду на максимально низькому рівні у даному разі не залучає додаткові пасажиропотоки. Крім того, виробники можуть знижувати ціни з метою розпродажу товару, що знімають з виробництва для відшкодування хоча б частини витрат на його виробництво. Зниження цін може також відбуватися як наслідок пристосування вимог ринку та встановлення ціни на рівні конкурентів. Однак, вищезазначені підходи не можуть бути застосовані у сфері надання послуг з перевезень пасажирів в приміському залізничному сполученні, бо в даному разі стримування зростання вартості квитків без зміни якості перевезень на краще не залучає додаткових споживачів. А отже, стимулююча функція ціни не виконується і для споживачів.

**Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку.** Результати проведених досліджень свідчать, що ринкові функції цін на приміські пасажирські перевезення залізницею у приміському сполученні виконуються лише частково. Отже, існуючий стан вимагає проведення комплексу заходів щодо удосконалення системи тарифоутворення на даний вид роботи залізничного транспорту, підґрунтя яких повинні становити ринкові принципи ціноутворення.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Герасименко, В. В. Ценообразование [Текст] / В. В. Герасименко. – М. : Инфра-М, 2008. – 368 с.
2. Макконнелл, К. Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика [Текст] В 2-х т.; Пер. с англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – 11-е изд.; Т.1. – М. Республика, 1992. – 937 с.
3. Современная экономика. Общедоступный учебный курс [Текст] / Под ред. О. Ю. Мамедова. – Ростов н/Д : Феникс, 1998. – 672 с.
4. Колесникова, Н. М. Концептуальні підходи до стандартизації ціноутворення на залізничному транспорті [Текст] /

Н. М. Колесникова // Збірник наукових праць Київського університету економіки і технологій транспорту: Серія “Економіка і управління”. – Вип. 9. – 2007. – С. 72-76.

5. Писаревський, І. М. Проблеми ціноутворення на залізничному транспорті [Текст] / І. М. Писаревський // Збірник наукових праць Київського університету економіки і технологій транспорту: Серія “Економіка і управління”. – Вип. 9. – 2007. – С. 231-235.

6. Хусаинов, Ф. И. Теория ценовой дискриминации и система железнодорожных тарифов [Текст] / Ф. И. Хусаинов // Бюллетень транспортной информации. Информационно-практический журнал. – 2005. – № 8. – С. 21-26.

7. Евдокоменко, В. М. О мерах по повышению эффективности государственного

ценового (тарифного) регулирования на железнодорожном транспорте общего пользования в Российской Федерации [Текст] / В. М. Евдокоменко // Бюллетень транспортной информации. Информационно-практический журнал. – 2006. – № 12. – С. 2-7.

8. Семёнова, О. В. Об основах цены, ценовой (тарифной) системы и системы государственного регулирования железнодорожного транспорта России [Текст] / О. В. Семёнова // Бюллетень транспортной информации: информационно-практический журнал. – 2006. – № 2. – С. 2-7.

9. Филюк, Г. Теория и практика ценового регулирования деятельности субъектов естественных монополий [Текст] / Г. Филюк // Экономика Украины. – 2005. – № 12. – С. 25-34.

**Аннотация.** Обоснована целесообразность учёта при формировании ценовой политики железных дорог в пригородном сообщении функций цены в условиях рынка.

**Ключевые слова:** пригородное железнодорожное сообщение, функции цены.

**Summary.** Appropriateness of price function accounting at forming of pricing policy of railways in suburban traffic in market environment is grounded.

**Key words:** railway suburban traffic, price functions.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Дейнека О.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Зубенко В.О.*

УДК 656.072

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ПІВДЕННОЇ ЗАЛІЗНИЦІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ РОБОТИ ЗАЛІЗНИЧНИХ КОМПАНІЙ СВІТУ

*Сухорукова Т.Г., к.е.н., доцент,  
Гуляєва Л.В., магістр (УкрДАЗТ)*

*У статті проведено аналіз заходів щодо вдосконалення роботи пасажирського комплексу на прикладах розвитку передових залізничних компаній світу. Дана оцінка можливості використання позитивного досвіду на вітчизняних залізницях. Розроблено рекомендації щодо розвитку пасажирського комплексу Південної залізниці.*

**Ключові слова:** розвиток пасажирського комплексу, якість пасажирських перевезень, досвід залізниць світу.

**Актуальність теми.** Укрзалізниця є конкуренті. Понад 75% залізничних маршрутів найкрупнішою транспортною організацією і дублюються автомобільними шляхами. Поступово відіграє провідну роль у забезпеченні населення країни транспортними послугами. Залізничні перевезення здійснюються в умовах жорсткої конкуренції. Понад 75% залізничних маршрутів дублюються автомобільними шляхами. Поступово зростають можливості такого конкурента як авіаційний транспорт. Але Укрзалізниця регулярно проводить заходи щодо залучення потенційних