

УДК 338.467.4:629

Студ. К.А. Браун
Рук. Г.А. Прешкин
УГЛТУ, Екатеринбург

ЁМКОСТЬ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Рынок представляет собой совокупность актов купли и продажи товаров и услуг между продавцами (производителями) и покупателями (потребителями), на основе спроса и предложения путем товарного и иного обмена с помощью рыночной инфраструктуры, включая банки, биржи, транспорт, связь. Таким образом, транспортное предприятие с одной стороны «физически» реализует этот обмен (обращение товаров и услуг), с другой – само оказывает услугу основным субъектам рынка: продавцам и покупателям, т.е. реально участвует в транспортном рынке [1].

Изучение ёмкости рынка транспортных услуг всегда является актуальной темой маркетинговых исследований. Ёмкость рынка — это возможный объем реализации товара при определенном уровне цен. Во всех развитых странах транспортное предпринимательство занимает больше половины доли от всех видов деятельности. Развивающиеся страны, включая Россию, стремятся проводить политику стимулирования развития малого и среднего предпринимательства в сфере оказания транспортных услуг [2]. Число малых предприятий в Российской Федерации постоянно растет. В настоящее время в целом в экономике число малых и средних предприятий транспортного комплекса составляет почти 4,5 % от общего количества таких предприятий.

В 2012 г. объем услуг малых и средних предприятий транспортного комплекса в стоимостном выражении составил около 300 млрд. руб., т. е. почти 11 % от общего объема оказанных услуг.

Анализ показывает, что в силу особенностей отдельных видов экономической деятельности на долю малого и среднего предпринимательства в объеме производимых услуг приходится от 1 до 26 %. Отмечается тенденция роста удельного веса малых предприятий в общем объеме услуг в деятельности предприятий автомобильного транспорта, индивидуального предпринимательства в транспортной деятельности. Удельный вес малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в услугах пассажирского автомобильного транспорта общего пользования достигает 50 %, а грузового автомобильного транспорта – 67 % [2].

Таким образом, для успешного развития предпринимательства в сфере оказания транспортных услуг необходимо постоянно решать следующие проблемы:

- изучать особенности структуры рынка транспортных услуг;
- осуществлять мониторинг динамики ёмкости рынка;
- определять ёмкость сегментов рынка транспортных услуг в России.

Известно, что продукцией транспорта является перемещение грузов и пассажиров. Полезный эффект, который появляется в результате перемещения, его конечный результат – безопасная доставка товаров и людей в пункт назначения с высоким качеством обслуживания и точно в срок. Обеспечение всего этого требует значительных материальных, трудовых и финансовых затрат. Особенности рынка транспортных услуг являются:

- невещественный характер транспортной продукции, как и всякой услуги (невозможность накопить «про запас», совпадение процессов производства и реализации и т. п.);

- пространственная разьединенность полигонов реализации транспортных услуг, их невзаимозаменяемость, что ограничивает внутриотраслевую (на одном виде транспорта) конкуренцию;

- всеобщность и массовость транспортного рынка в обществе, его монополизм;

- спрос по грузовым перевозкам формируют общественно необходимые потребности в материальном обмене; соотношение спроса и предложения на транспортные услуги по видам транспорта определяет уровень участия каждого из них в работе транспортной системы и одновременно является стимулом их развития.

Важным принципом современного рынка является ориентация на конечный результат – удовлетворение спроса на оказание транспортных услуг на должном уровне. В этом свете главное – не экономия затрат, а оказание услуги наивысшего качества, соответствующего требованиям технических регламентов и (или) желаниям потребителя, способного их оплатить.

Для развития предпринимательства в сфере оказания транспортных услуг очень важно знать предстоящий объем и структуру спроса на перевозки грузов, чтобы соразмерить спрос с имеющимися ресурсами, разработать планы перевозок на различные сроки действия: на перспективу, текущий и краткосрочный периоды. В них с различной степенью детализации планируется установить предстоящие объемы перевозок и размеры транспортной работы, а также основные грузопотоки и густоту перевозок по направлениям транспортной сети. Очень важно установить структуру предстоящих перевозок по родам грузов, особенно массовых [1].

Показатель ёмкости рынка исчисляется в денежных единицах, т.е. это максимальная сумма, которую может получить продавец (продавцы) на данном рынке при неизменных обстоятельствах (объеме предложения, уровне спроса, ценах и т.д.). Формула для расчета ёмкости рынка выглядит следующим образом:

$$E = K \times Ц , \tag{1}$$

где E — ёмкость рынка, руб.;

K — количество товара (грузовой работы), т × км;

$Ц$ — стоимость перевозки товара р./т × км.

Информацию для расчета ёмкости рынка получают из разных источников, поскольку ни один источник информации не даёт полной картины состояния рынка автотранспортных услуг. Поэтому при получении любых сведений об объеме и видах транспортных услуг следует попытаться оценить её точность и достоверность с учётом особенностей источников:

- данных статистики и периодических изданий;
- информации, полученной из сторонних исследовательских отчетов;
- информации, полученной в ходе специального исследования;
- информации, полученной в ходе мониторинга рынка;
- экспертных оценок и др. [3].

Для обеспечения устойчивой работы автотранспортной фирмы проводятся специальные маркетинговые исследования с целью выявления эффективности рекламы, воздействия новых услуг и условий обслуживания на мотивацию грузовладельцев, направленную на формирование объёма рынка услуг в определённом потребительском секторе рынка.

Учитывая сложность и трудоёмкость работы по подготовке и проведению специальных маркетинговых исследований с целью прогнозирования рынка транспортных услуг, целесообразно заказывать их проведение специализированным фирмам. Постоянный сбор и анализ информации о состоянии рынка, изменениях его потенциала является необходимой основой достоверности оценки его объёма.

Таким образом, расчет объема рынка дает общее и необходимое представление о ёмкости рынка транспортных услуг определенного вида для стимулирования развития предпринимательства в регионе.

Библиографический список

1. Европейско-Азиатская транспортная компания [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eatk-ural.ru/48/53> / Дата обращения: 01.11.2013.
2. Развитие малого и среднего предпринимательства. Ведомственная целевая программа. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mrtrans.ru/news/2122> / Дата обращения 07.11.2013.
3. Волкова Л. Определение ёмкости рынка». [Электронный ресурс]. URL: <http://m-arket.narod.ru/MR/emk.html>. / Дата обращения 13.11.2013.