

УДК 656.2

DOI: 10.30977/ЕТК.2225-2304.2026.47.425

JEL Classification: M31, L92

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

БЛИЗНЮК А. О. (автор для листування), кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту.

E-mail: basket1979@ukr.net, ORCID: 0000-0002-4945-4893

КИРЧАТА І. М., кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і підприємництва.

E-mail: kirchatayairina@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0270-1586

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, вул. Я. Мудрого, 25, м. Харків, Україна, 61002.

***Анотація.** Метою статті є розроблення та наукове обґрунтування концептуально-методичного підходу до підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг на основі інтеграції показників якості та ефективності діяльності автотранспортних підприємств. Методичною основою в даній статті є наукові праці видатних науковців та матеріали періодичних видань. Під час дослідження у роботі використано метод логічного аналізу для обґрунтування та визначення основних напрямків щодо підвищення якості та ефективності послуг на автомобільному транспорті. З метою оцінювання якості та конкурентоспроможності транспортних послуг було використано метод системного аналізу. Також у статті використано графічний метод для подання алгоритму визначення та підтримання конкурентного рівня послуг на автотранспортному підприємстві.*

Удосконалено підхід до забезпечення конкурентоспроможності автотранспортних послуг шляхом інтеграції показників якості та ефективності в єдину систему оцінювання, що дозволяє комплексно враховувати технічні, економічні, організаційні та соціальні чинники діяльності автотранспортного підприємства. Дістало подальший розвиток обґрунтування ролі якості автотранспортних послуг як ключового детермінанта конкурентоспроможності автотранспортних підприємств у сучасному конкурентному середовищі, що дало змогу систематизувати основні споживчі характеристики транспортних послуг і визначити їх вплив на формування конкурентних переваг. Удосконалено алгоритм визначення та підтримання конкурентного рівня автотранспортних послуг, який базується на постійному моніторингу ринку, аналізі запитів споживачів і динаміки конкурентоспроможності, що підвищує обґрунтованість управлінських рішень щодо формування конкурентної стратегії автотранспортного підприємства. Систематизовано напрями підвищення якості та ефективності автотранспортних послуг шляхом їх групування за технічними, правовими, економічними, організаційними та соціальними заходами, що створює методичну основу для комплексного управління конкурентоспроможністю на рівні автотранспортного підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, автотранспортні послуги, рівень якості, конкурентна боротьба, конкурентне середовище.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку ринкових відносин у галузі автомобільного транспорту відзначається загост-

ренням конкуренції між автотранспортними підприємствами за освоєння та утримання ринків збуту транспортних послуг. За таких умов конкурентоспроможність автотранспортних підприємств виступає визначальним чинником забезпечення ефективності їх функціонування та довгострокової стійкості. Водночас наявна невідповідність технічного стану рухомого складу, рівня розвитку транспортної інфраструктури та організації перевезень сучасним вимогам якості знижує конкурентні позиції вітчизняних автотранспортних підприємств.

Ускладнення умов господарювання, зростання вимог споживачів до якості транспортних послуг, обмеженість інвестиційних ресурсів і фрагментарність науково-методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних послуг зумовлюють необхідність удосконалення механізмів управління якістю та конкурентоспроможністю в автотранспортній галузі. У зв'язку з цим актуалізується потреба в комплексному обґрунтуванні напрямів підвищення якості автотранспортних послуг як ключової складової конкурентоспроможності автотранспортних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання підвищення конкурентоспроможності транспортних підприємств перебувало у фокусі досліджень таких науковців, як: Загірняк Д.М., Залуніна О.М., Чумакова А.Г., Шинкаренко В.Г., Мамедов М.А., Ареф'єва О.В., Годун В.І., Кирчата І.М., Шершенюк О.М., Вовк О.М., Іванець Д.В., Халаджі І.О., Мягких І.М., Коваленко Н.Ю., Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю., Дмитрієва О.І., Майстро Р.Г., Білецький С.М. [1–8].

Проблематика підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг є предметом активних наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців. У сучасних умовах посилення конкуренції, трансформації ринкового середовища та зростання вимог споживачів питання формування стійких конкурентних переваг транспортних підприємств набуває особливої актуальності.

У роботах Загірняка Д.М., Залуніної О.М. та Чумакової А.Г. розкрито теоретичні засади підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг, визначено ключові чинники її формування та обґрунтовано роль якості послуг і ефективності управління у досягненні конкурентних позицій підприємств на ринку транспортних

послуг [1]. Автори наголошують на необхідності комплексного підходу до оцінювання конкурентоспроможності з урахуванням економічних та організаційних параметрів.

Особливості конкурентної боротьби безпосередньо на ринку автотранспортних послуг досліджено у працях Шинкаренка В.Г. та Мамедова М.А., де проаналізовано специфіку цінової й нецінової конкуренції, вплив попиту та ринкової кон'юнктури на поведінку перевізників, а також окреслено проблеми функціонування автотранспортних підприємств у висококонкурентному середовищі [2].

Питання стратегічного забезпечення конкурентоспроможності підприємств транспортної галузі розглянуто у дослідженнях Ареф'євої О.В. та Годуна В.І., які акцентують увагу на стратегізації процесів управління та необхідності формування довгострокових конкурентних стратегій з урахуванням динамічних змін ринку транспортних послуг [3]. У цьому контексті конкурентоспроможність розглядається як результат узгодженості стратегічних цілей, ресурсного потенціалу та ринкових можливостей підприємства.

Окремі наукові праці присвячені управлінським аспектам розвитку транспортної галузі. Так, Кирчата І.М., Шершенюк О.М. та Кирчатий Ю.В. досліджують особливості управління проектною діяльністю у сфері транспортної інфраструктури, що має безпосередній вплив на підвищення ефективності функціонування транспортних підприємств і створення передумов для зростання їх конкурентоспроможності [4].

Проблеми оцінювання ефективності розвитку транспортних підприємств розглянуто у роботах Вовка О.М., Іванця Д.В. та Халаджі І.О., де запропоновано підходи до аналізу результативності діяльності підприємств транспорту, що можуть бути використані як складова оцінки їх конкурентних позицій на ринку [5].

У дослідженнях Ареф'євої О.В., Мягких І.М., Коваленка Н.Ю., Жам О.Ю. та Попової Г.Ю. обґрунтовано механізм управління процесом підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах інформатизації економічних процесів, що є особливо актуальним для транспортної галузі з огляду на цифровізацію логістичних і сервісних процесів [6].

Підходи до формування конкурентної стратегії підприємств, зокрема з урахуванням регіональних особливостей ринків, предс-

тавлені у працях Дмитрієва І.А. та співавторів, де запропоновано методичні засади типологізації ринків як основи вибору конкурентної стратегії, що може бути адаптовано й до сфери автотранспортних послуг [7].

Окремої уваги заслуговують сучасні дослідження, присвячені функціонуванню підприємств автомобільного сервісу та транспорту в умовах воєнного стану. Зокрема, Майстро Р.Г. та Білецький С.М. аналізують ефективність діяльності суб'єктів ринку автосервісу та автомобілів в Україні, акцентуючи увагу на нових викликах і обмеженнях, що впливають на конкурентоспроможність підприємств галузі [8].

Водночас аналіз наукових публікацій свідчить, що, незважаючи на значну кількість досліджень, питання комплексної оцінки та практичної реалізації механізмів підвищення конкурентоспроможності саме автотранспортних послуг потребує подальшого наукового опрацювання з урахуванням сучасних умов господарювання та специфіки функціонування ринку автотранспортних послуг.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень, присвячених питанням конкурентоспроможності автотранспортних послуг, низка важливих аспектів цієї проблематики залишається недостатньо опрацьованою. Передусім це стосується відсутності єдиного комплексного підходу до оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних послуг, який би одночасно враховував економічні, організаційні, технічні та соціальні чинники.

Недостатньо дослідженим залишається питання інтеграції цінових і нецінових методів конкурентної боротьби в єдину систему управління конкурентоспроможністю автотранспортних підприємств. У більшості наукових праць ці інструменти розглядаються відокремлено, без належного обґрунтування їх оптимального поєднання залежно від типу послуг, ринкової кон'юнктури та потреб споживачів.

Окремої уваги потребує проблема адаптації існуючих методик оцінювання конкурентоспроможності до сучасних умов функціонування автотранспортного ринку, зокрема в умовах цифровізації, підвищення вимог до якості та надійності перевезень, а також нестабільності зовнішнього середовища. Наявні підходи не завжди

враховують динамічний характер конкурентних переваг і зміну споживчих пріоритетів.

Залишається недостатньо розкритим вплив організаційно-управлінських рішень, зокрема стратегічного планування та проектного управління, на підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг. Також потребує подальшого дослідження роль інформаційних технологій та цифрових інструментів у формуванні конкурентних переваг автотранспортних підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розроблення та наукове обґрунтування концептуально-методичного підходу до підвищення конкурентоспроможності автотранспортних послуг на основі інтеграції показників якості та ефективності діяльності автотранспортних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою ринкових відносин у галузі автомобільного транспорту є конкурентна боротьба автотранспортних підприємств як виробників транспортних послуг за ринки збуту, тобто за виконання вантажних перевезень і надання сервісних послуг, з метою досягнення високих фінансових результатів (доходів і прибутку). Конкуренція на ринку автотранспортних послуг являє собою суперництво між суб'єктами господарювання автомобільного транспорту, яке зумовлюється поточним етапом їх життєвого циклу та прогнозним аналізом, що окреслює напрями подальшого розвитку [1].

Продукція автомобільного транспорту не має матеріально-речової форми та проявляється у вигляді послуг із перевезення вантажів і пасажирів, тобто зміни їх місцезнаходження в просторі та часі. Ступінь ефективності функціонування автомобільного транспорту суттєво впливає на певні результати діяльності більшості сфер економіки держави. Визначальним чинником, що формує загальні умови та результативність розвитку ринку автотранспортних послуг, є рівень розвитку конкурентних відносин на ньому [2].

Транспортна система відіграє ключову роль у забезпеченні життєдіяльності держави та формуванні місцевих, міжрегіональних, міжнародних і транскордонних зв'язків. Водночас наявна невідповідність транспортної інфраструктури та рівня організації перевезень, зокрема за показниками технічного стану транспорту, міжнародним і європейським стандартам якості транспортних послуг,

зумовлює необхідність упровадження відповідних заходів. Це потребує підвищення конкурентоспроможності підприємств транспортної сфери, галузі та країни загалом із урахуванням наявних резервів розвитку. Функціонування транспортної галузі України, яка має суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності, потребує постійних наукових досліджень, розробки науково-прикладного інструментарію щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств транспорту, а також обґрунтування ефективних механізмів підвищення її рівня. За сучасних умов господарювання для успішної діяльності в конкурентному середовищі менеджери підприємств мають постійно здійснювати пошук нових джерел конкурентних переваг і вдосконалювати методи управління. Конкурентоспроможність трактується як здатність суб'єкта господарювання перевищувати результати діяльності конкурентів завдяки ефективному використанню власних переваг з метою досягнення визначених цілей [3].

Сучасний транспортний сектор як інфраструктурна галузь є невід'ємною складовою світової економіки, у зв'язку з чим постійно зазнає впливу ризиків і викликів, що потребують ефективного управління та підвищення рівня конкурентоспроможності. Природні катастрофи, політична нестабільність, економічні кризи, кібератаки, а також глобальні пандемії й воєнні дії наочно засвідчують високий рівень вразливості транспортної сфери [4].

Поточний стан ринку транспортних послуг і розвитку національної транспортної галузі має визначальне значення щодо економічного зростання. На конкурентоспроможність безпосередньо впливає рівень якості транспортних послуг, оскільки, що від конкурентоспроможності самого підприємства значною мірою залежить ефективність функціонування та конкурентні позиції переважної більшості галузей національної економіки [5].

Підвищення конкурентоспроможності як науково-методична категорія характеризується багатогранністю та складністю, оскільки формується під впливом сукупності різноманітних чинників. У сучасних умовах особливої значущості набуває питання оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств транспортної галузі [6].

Треба виокремити ключові ознаки конкуренції на ринку послуг автомобільного транспорту:

- наявність конкурентних переваг автотранспортних послуг, що формуються та виявляються у процесі ринкового порівняння і розвитку конкурентної боротьби;
- категоріальний характер конкуренції, який проявляється у взаємодії конкурентів різних рівнів: індивідуальних перевізників, підприємств, галузевих і міжгалузевих (національних) структур;
- поєднання різноманітності та відкритості автотранспортних послуг в умовах насиченого й диференційованого ринку;
- домінування взаємної вигоди між суб'єктами автомобільного транспорту, що надають послуги, та елементами зовнішнього середовища за умови збереження ними абсолютного й відносного ділового суверенітету;
- трансформація суперництва між конкуруючими суб'єктами автомобільного транспорту в одну з двох взаємопов'язаних і взаємодоповнювальних тенденцій розвитку – конкуренцію або інтеграцію.

Визначальним чинником успішної підприємницької діяльності автотранспортного підприємства на ринку є високий рівень конкурентоспроможності наданих ним послуг. Він формується сукупністю споживчих характеристик автотранспортної послуги та відображає її відмінності від послуг конкурентів щодо ступеня відповідності певним суспільним потребам. Рівень конкурентоспроможності на певний момент часу може бути встановлений шляхом відповідного оцінювання. Така оцінка є необхідною для обґрунтування управлінських рішень під час комплексного аналізу ринку, визначення перспектив реалізації послуг на різних сегментах, формування та коригування цінової політики, контролю якості послуг, підготовки рекламно-інформаційних матеріалів, а також оптимізації структури парку рухомого складу.

Якість є базовою складовою конкурентоспроможності продукції, проте ці поняття не слід повністю ототожнювати. У сучасних умовах конкурентоспроможність виступає однією з ключових економічних категорій, оскільки застосовується для характеристики об'єктів різних рівнів – від окремого товару та підприємства до галузі національної економіки.

Підвищення рівня якості безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства в ринкових умовах, темпи науково-

технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробничої діяльності та раціональне використання всіх видів ресурсів. Водночас конкурентна боротьба розгортається переважно у сфері якості продукції та наданих послуг. Проблематика якості охоплює всі без винятку товари й послуги та набуває особливої гостроти в умовах переходу до ринкової економіки та функціонування за жорсткої конкуренції. Подвійна природа конкуренції найяскравіше проявляється через таку характеристику транспортних послуг, як рівень їх конкурентоспроможності (рис. 1).

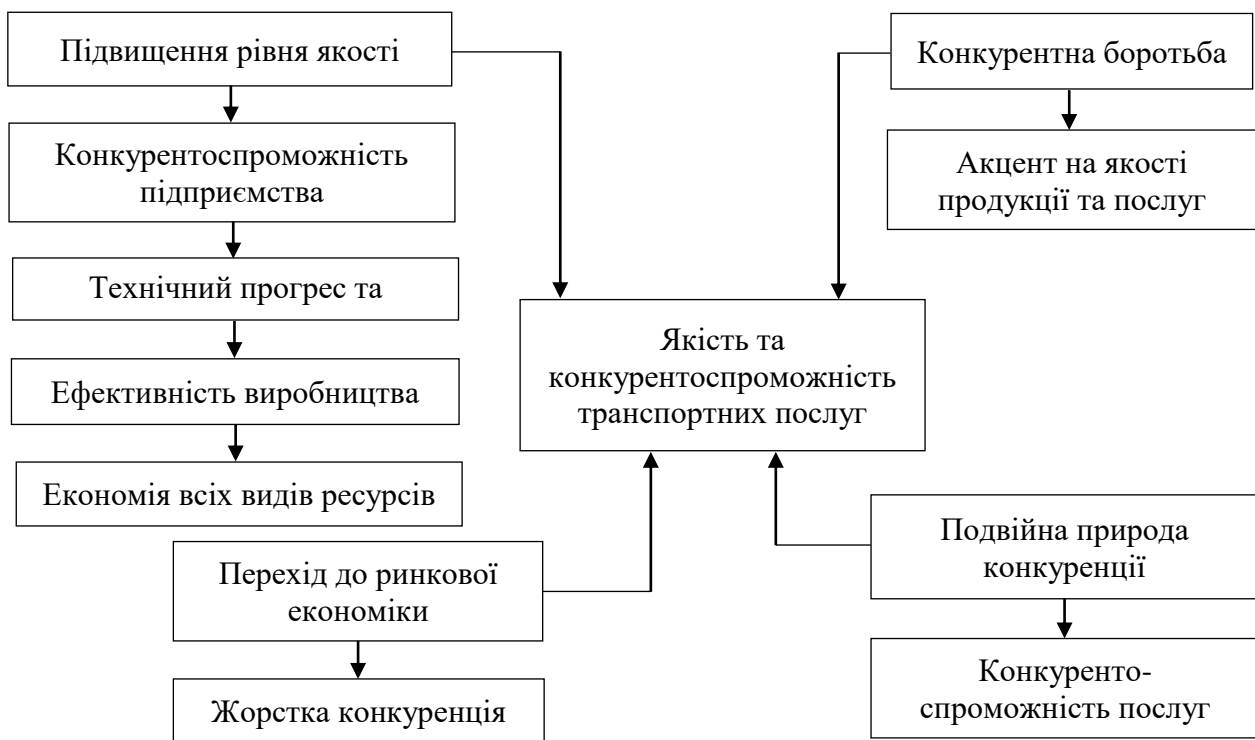


Рис. 1. Якість та конкурентоспроможність транспортних послуг

Слід зазначити, що визначальними чинниками підвищення якості та ефективності транспортних послуг, які надають автотранспортні підприємства, є максимізація кількості виконаних рейсів, суворе дотримання встановлених інтервалів руху відповідно до розкладу, а також забезпечення необхідної частоти перевезень у межах певного часу.

Водночас, окрім зазначених показників, у сфері пасажирських перевезень існує низка комплексних і окремих характеристик, які прямо чи опосередковано впливають на рівень якості та ефективності наданих транспортних послуг.

Найбільш вагомими серед них є такі характеристики:

- доступність – забезпечується розвитком транспортної інфраструктури, прийнятним рівнем тарифів, належним інформуванням пасажирів, а також наявністю рухомого складу відповідного типу та місткості;
- надійність – визначається регулярністю сполучення, частотою руху протягом певного періоду, мінімальним рівнем відмов в обслуговуванні та гарантуванням безпеки перевезень;
- зручність – досягається достатнім рівнем комфорту, оптимальною місткістю транспортних засобів і високою культурою обслуговування;
- задоволеність – формується завдяки скороченню витрат часу на здійснення поїздки.

Ключовим показником і вагомим чинником підвищення якості та ефективності автотранспортних послуг на сучасному етапі, який відзначається глобальною автомобілізацією та недостатнім розвитком дорожньої інфраструктури, є швидкість сполучення рухомого складу. При цьому рівень якості автотранспортних послуг меншою мірою зумовлюється технічними параметрами транспортних засобів і значною мірою визначається факторами, що відображають інтенсивність транспортних потоків та пропускну спроможність дорожньої мережі.

Підвищення якості та ефективності автотранспортних послуг зумовлюється не лише вдосконаленням процесів перевезення вантажів і пасажирів, а й розвитком мережі транспортно-експедиційних підприємств, які забезпечують виконання вантажно-розвантажувальних робіт, пакування та пакетування, переробку й тимчасове зберігання вантажів, збутові операції, а також надання інформаційно-консультаційних та інших супутніх послуг.

Функціонування комплексної системи експедирування дає змогу суттєво скоротити витрати на транспортування та звільнити вантажовідправників і вантажоодержувачів від виконання невласних їм функцій.

Водночас варто враховувати, що частка транспортної складової у ціні товарів в Україні має тенденцію до зростання і за окремими позиціями досягає близько 40 % їх вартості, тоді як у західних країнах цей показник є приблизно вдвічі меншим.

За умови високого рівня обслуговування підвищується ефективність використання автомобільного транспорту завдяки скороченню порожніх пробігів, зменшенню непродуктивних простоїв і прискоренню оборотності рухомого складу.

Загалом, основними напрямками підвищення якості та ефективності послуг на автомобільному транспорті є реалізація низки заходів (рис. 2).



Рис. 2. Основні напрямки підвищення якості та ефективності послуг на автомобільному транспорті

Транспортна галузь є потужним драйвером економічного розвитку країни. На сьогодні автомобільний транспорт України

перебуває в умовах гострої конкуренції із зарубіжними конкурентами. Водночас суперництво з брендами зарубіжних автовиробників здебільшого має ціновий характер, оскільки вітчизняна автомобілебудівна продукція значною мірою характеризується моральним старінням. У таких умовах вітчизняні автовиробники потребують новітніх підходів до формування конкурентних стратегій на автомобільному ринку [7].

Динамічність сучасного бізнес-середовища спонукає автотранспортні підприємства постійно шукати нові способи зміцнення власних конкурентних позицій. Для багатьох із них загострення конкуренції на залежних ринках стає однією з найгостріших проблем. Подальша глобалізація економіки лише посилюватиме конкурентний тиск, а отже, забезпечення, збереження та розвиток конкурентоспроможності перетворюються на ключове завдання автотранспортних підприємств незалежно від форми власності.

Особливої значущості набуває визначення та обґрунтування стратегічних напрямів розвитку конкуренції на ринку автотранспортних послуг. Складність аналізу й оцінювання конкурентоспроможності полягає в необхідності постійного моніторингу діяльності, передусім основних конкурентів, адже рівень конкурентоспроможності визначається у процесі порівняння результатів діяльності підприємств.

Водночас обмежений доступ до інформації про діяльність конкурентів не повинен формувати необ'єктивного уявлення про їхні переваги та знижувати активність підприємства у досягненні й підтриманні належного рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства є динамічною характеристикою, яка формується в процесі діяльності та потребує постійного підтвердження. Розвиток маркетингових досліджень у сфері аналізу конкурентного середовища передбачає системне й комплексне вивчення як поточних, так і потенційних конкурентів незалежно від їх масштабів, а також характеру конкуренції – прямого чи опосередкованого.

Для результативного стратегічного маркетингового планування необхідно регулярно здійснювати порівняльний аналіз спектра послуг, тарифів на перевезення та інструментів залучення клієнтів, які застосовують ключові конкуренти в різних сегментах регіональ-

ного ринку транспортних перевезень. Оскільки головною метою маркетингового аналізу є розробка маркетингової стратегії, особливо важливо зіставляти власні зусилля із підвищення конкурентоспроможності та якості автотранспортних послуг із відповідними показниками конкурентів.

Подальшим етапом аналізу конкурентного середовища є визначення методів, які найбільш доцільно застосовувати для отримання інформації за кожним із обраних параметрів.

Оцінюючи власну конкурентоспроможність, підприємство насамперед ідентифікує основних конкурентів, аналізує їхні сильні та слабкі сторони, географію діяльності, частку ринку в загальному обсязі регіональних перевезень, обсяг і структуру наданих послуг, рівень додаткового сервісу, особливості цінової та збутової політики, наявність провізних потужностей і перспективи їх розширення.

Збирання інформації про конкурентів є складним процесом. Важливе значення має аналіз підприємницьких і рекламних матеріалів, а також, за можливості, оцінювання їхнього фінансового стану. Разом із тим значну частину необхідних даних можна отримати від клієнтів, які співпрацюють одночасно з кількома учасниками ринку.

Автотранспортним підприємствам доцільно визначити, наскільки їхні послуги порівняно з пропозиціями конкурентів відповідають очікуванням споживачів щодо надійності, оперативності, застосовуваних технологій доставки, рівня тарифів, а також з'ясувати ключові мотиви клієнтів під час вибору альтернативних варіантів перевезень.

Транспортні підприємства у конкурентній боротьбі переважно використовують цінові та нецінові методи. У разі, якщо попит на перевезення й супутні послуги є чутливим до зміни тарифів, перевізник може вдатися до їх помірному зниженню з метою залучення додаткових клієнтів, розширення своєї частки регіонального ринку та зміцнення репутації надійного й стабільного партнера.

Водночас вимушене зменшення тарифів нерідко зумовлене необхідністю забезпечення виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції та сезонних коливань попиту.

За умов нецінової конкуренції основна увага приділяється покращенню умов надання послуг, підвищенню їх надійності та

забезпеченню доступності для споживачів. Зазвичай вищий рівень якості перевезень потребує додаткових витрат, що може супроводжуватися встановленням відносно вищих тарифів.

У процесі оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних послуг враховуються як економічні, так і соціально-організаційні параметри. Така оцінка передбачає визначення експертами ключових властивостей послуги, які мають найбільшу цінність для споживача, надання кожній із них відповідної ваги та подальше визначення рівня якості й загальної конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність автотранспортного підприємства та його суперників оцінюється з урахуванням значущості конкретних автотранспортних послуг і ринків, на яких вони реалізуються. Перелік послуг і ступінь їх важливості визначаються підприємством окремо за кожним видом перевезень шляхом опитування клієнтів або на основі експертної оцінки чинників, які впливають на вибір споживачами того чи іншого АТП.

Алгоритм визначення та підтримання необхідного рівня конкурентоспроможності автотранспортного підприємства наведено на рис. 3.

Формування стратегії збереження заданого конкурентного рівня має ґрунтуватися на систематичному аналізі ступеня задоволення потреб потенційних споживачів і вирішенні завдань, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та якості автотранспортних послуг.

Наукова новизна запропонованого алгоритму полягає в системній інтеграції показників якості, ринкових параметрів і управлінських рішень у циклічний механізм управління конкурентоспроможністю автотранспортних послуг, що забезпечує динамічне коригування конкурентного рівня підприємства в умовах змінного ринкового середовища.

Зокрема, новизна алгоритму полягає в такому:

- запропоновано циклічну логіку управління конкурентоспроможністю, яка поєднує етапи ідентифікації запитів споживачів, формування сукупності факторів якості, оцінювання рівня конкурентоспроможності та коригування управлінських рішень, що забезпечує постійний зворотний зв'язок між ринком і діяльністю автотранспортного підприємства;

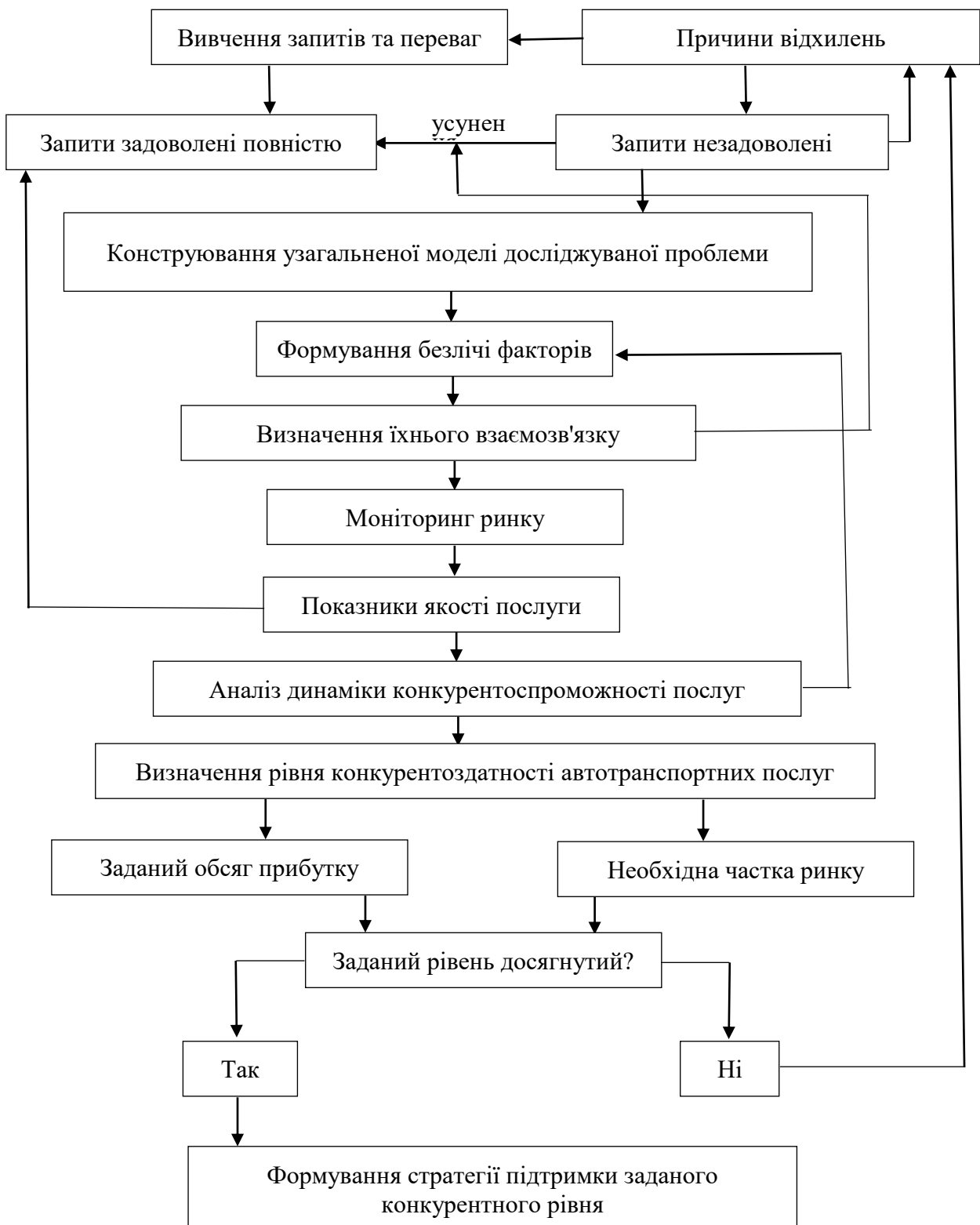


Рис. 3. Алгоритм визначення та підтримання конкурентного рівня послуг на автотранспортному підприємстві

- поєднано оцінювання конкурентоспроможності з цілями прибутковості та частки ринку, що дозволяє розглядати конкурентний рівень послуг не відокремлювано, а в контексті досягнення стратегічних результатів діяльності підприємства;

- акцентовано увагу на динамічному характері конкурентоспроможності, оскільки алгоритм передбачає постійний моніторинг змін конкурентного середовища та коригування параметрів якості послуг у разі відхилення від заданого конкурентного рівня;

- запропоновано інтеграцію якісних і кількісних показників (задоволеність споживачів, рівень якості послуг, тарифні параметри, економічні результати), що підвищує повноту оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних послуг.

Висновки. У ході дослідження встановлено, що конкурентоспроможність автотранспортних підприємств формується під впливом сукупності взаємопов'язаних факторів, ключове місце серед яких посідає рівень якості автотранспортних послуг. Обґрунтовано, що якість послуг виступає базовою передумовою досягнення стійких конкурентних переваг та формулює здатність підприємств ефективно діяти в умовах загострення конкуренції на ринку транспортних послуг. Також ідентифіковано визначальні напрями підвищення якості та ефективності автотранспортних послуг, що охоплюють технічні, економічні, організаційні, правові та соціальні заходи. Доведено доцільність використання алгоритму визначення та підтримання конкурентного рівня послуг на автотранспортному підприємстві як інструменту комплексної оцінки конкурентоспроможності та обґрунтування управлінських рішень.

Запропонований підхід розширює теоретичні положення управління конкурентоспроможністю транспортних підприємств шляхом поєднання категорій якості послуг і конкурентного рівня в єдину управлінську модель. Реалізація цього підходу створює передумови для підвищення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств, оптимізації використання ресурсного потенціалу та забезпечення їх сталого розвитку в умовах динамічного ринкового середовища.

Конфлікт інтересів: автори повідомляють про відсутність конфлікту інтересів.

Література

1. Загірняк Д.М., Залуніна О.М., Чумакова А.Г. Забезпечення конкурентоспроможності транспортних послуг. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. Кременчук: КрНУ, 2021. Випуск 1(126). С. 17-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkdpu_2021_1_4
2. Шинкаренко В.Г., Мамедов М.А. Особливості конкуренції на ринку автотранспортних послуг. *Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць*. Харків: ХНАДУ. 2021. Вип. 37. С. 133-147. DOI: <https://doi.org/10.30977/ETK.2225-2304.2021.37.0>
3. Ареф'єва О.В., Годун В.І. Стратегізація підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку транспортних послуг. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. (55). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-113>
4. Кирчата І.М., Шершенюк О.М., Кирчатий Ю.В. Особливості управління проєктною діяльністю в сфері транспортної інфраструктури. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: збірник наукових праць Харківського національного автомобільнодорожнього університету*. 2024. № 2 (33). С. 167-175. DOI: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2024.33.167>
5. Вовк О.М., Іванець Д.В., Халаджі І.О. Оцінювання ефективності розвитку транспортних підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 3(20). С. 94-98. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-16>
6. Ареф'єва О.В., Мягих І.М., Коваленко Н.Ю., Жам О.Ю., Попова Г.Ю. Механізм управління процесом забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах інформатизації економічних процесів. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 1. С. 302-310. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i36.227907>
7. Dmytriiev I., Shevchenko I., Dmytriieva, O., Dzhereliuk I., Serohina T. Methodological and applied aspects of forming the competitive strategy of an enterprise based on typologization of regional markets (using the example of the automotive industry). *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2020. Vol. 2. No 33, P. 107-116. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.206563>
8. Майстро Р.Г., Білецький С.М. Ефективність діяльності суб'єктів ринку автосервісу та автомобілів в Україні в умовах воєнного стану. *Вісник НТУ «ХП»*. 2024. № 6. С. 28-32. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.6.28>

References

1. Zahirnyak, D.M., Zalunina, O.M., Chumakova, A.G. (2021). Zabezpechennya konkurentospromozhnosti transportnykh posluh [Ensuring the

competitiveness of transport services]. *Visnyk Kremenchuts'koho natsional'noho universytetu imeni Mykhayla Ostrohrads'koho – Visnyk Kremenchuts'koho natsional'noho universytetu imeni Mykhayla Ostrohrads'koho*, 1(126), 17-21 [in Ukrainian].

2. Shynkarenko, V.G., Mamedov, M.A. (2021). Osoblyvosti konkurentsii na rynku avtotransportnykh posluh [Peculiarities of competition in the market of motor transport services]. *Ekonomika transportnoho kompleksu – Economics of the transport complex*, 37, 133-147 [in Ukrainian].

3. Arefieva, O.V., Godun, V.I. (2023). Stratehizatsiya pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva na rynku transportnykh posluh [Strategizing for increasing the competitiveness of an enterprise in the transport services market]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and Society*, 55 [in Ukrainian].

4. Kyrchata, I.M., Shershenyuk, O.M., Kyrchatyi, Y.V. (2024). Osoblyvosti upravlinnya proyektnoyu diyal'nisty v sferi transportnoyi infrastruktury [Features of project management in the field of transport infrastructure]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryyemnytstva – Problems and prospects for the development of entrepreneurship*, 2(33), 167-175 [in Ukrainian].

5. Vovk, O.M., Ivanets, D.V., Khaladzhi, I.O. (2020). Otsynuvannya efektyvnosti rozvytku transportnykh pidpryyemstv [Assessment of the effectiveness of the development of transport enterprises]. *Pryazovs'ky ekonomichnyy visnyk – Azov Economic Bulletin*, 3(20), 94-98 [in Ukrainian].

6. Arefieva, O.V., Myagkykh, I.M., Kovalenko, N.Yu., Zham, O.Yu., Popova, G.Yu. (2021). Mekhanizm upravlinnya protsesom zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v umovakh informatyzatsiyi ekonomichnykh protsesiv [Mechanism of management of the process of ensuring the competitiveness of an enterprise in the context of informatization of economic processes]. *Finansovo-kredytna diyal'nist': problemy teorii ta praktyky – Financial and credit activities: problems of theory and practice*, 1, 302-310 [in Ukrainian].

7. Dmytriiev, I., Shevchenko, I., Dmytriieva, O., Dzhereliuk, I., Serohina, T. (2020). Methodological and applied aspects of forming the competitive strategy of an enterprise based on typologization of regional markets (using the example of the automotive industry). *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2 (33), 107-116 [in Ukrainian].

8. Maistro, R.G., Biletsky, S.M. (2024). Efektyvnist' diyal'nosti sub'yektiv rynku avtoservisu ta avtomobiliv v Ukrayini v umovakh voyennoho stanu [The effectiveness of the activities of car service and automobile market entities in Ukraine under martial law]. *Visnyk NTU «KHPI» – Bulletin of NTU "KhPI"*, 6, 28-32 [in Ukrainian].

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF ROAD TRANSPORT SERVICES

BLYZNIUK A. (corresponding author), PhD in Economics, Associate Professor, Department of Management.

E-mail: basket1979@ukr.net, ORCID: 0000-0002-4945-4893

KYRCHATA I., PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship.

E-mail: kirchatayairina@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0270-1586

Kharkiv National Automobile and Highway University, Ya. Mudrogo str., 25, Kharkiv, Ukraine, 61002.

Abstract. *The purpose of the article is to substantiate the directions of improving the quality and competitiveness of motor transport services, as well as to develop approaches to ensuring and maintaining the competitive level of road transport enterprises in the modern competitive environment. The methodological basis of this article is the academic papers of prominent scientists and materials from periodicals. During the research, the logical analysis method was used to substantiate and determine the main directions for improving the quality and efficiency of services in motor transport. In order to assess the quality and competitiveness of transport services, the system analysis method was used. The article also used a graphical method to present the algorithm for determining and maintaining the competitive level of services in a motor transport enterprise. The approach to ensuring the competitiveness of motor transport services has been improved by integrating quality and efficiency indicators into a single evaluation system, which allows for a comprehensive consideration of technical, economic, organizational and social factors in the activities of a motor transport enterprise. The substantiation of the role of the quality of motor transport services as a key determinant of the competitiveness of motor transport enterprises in the modern competitive environment has been further developed, which has made it possible to systematize the main consumer characteristics of transport services and determine their impact on the formation of competitive advantages. The algorithm for determining and maintaining the competitive level of motor transport services has been improved, which is based on constant market monitoring, analysis of consumer requests and the dynamics of competitiveness, which increases the validity of management decisions regarding the formation of a competitive strategy of a motor transport enterprise. The directions for improving the quality and efficiency of motor transport services have been systematized by grouping them by technical, legal, economic, organizational and social measures, which creates a methodological basis for comprehensive management of competitiveness at the level of a motor transport enterprise.*

Key words: *competitiveness, road transport services, quality level, competition, competitive environment.*

Стаття надійшла до редакції / Received: 19.01.2026 р.

Прийнята до друку після рецензування / Revised and Accepted: 26.02.2026 р.

Дата публікації статті / Published: 15.04.2026 р.

© Близнюк А. О., Кирчата І. М., 2026



This work is licensed under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).