

УДК 656.078.8 (477)

**ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

**INSTITUTIONAL ASPECTS OF PROFITABILITY
COMPETITIVENESS OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES**

*докт. екон. наук В.Л. Дикань¹, докт. екон. наук В. О. Овчиннікова¹,
канд. екон. наук Н.Є. Каличева¹, канд. екон. наук М.В. Корін¹,
докт. екон. наук В.В. Дикань²*

¹ Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

² Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (м. Харків)

*D. Sc. (Econ.) V.L. Dykan¹, D. Sc. (Econ.) V.O. Ovchynnikova¹,
PhD (Econ.) N.E. Kalicheva¹, PhD (Econ.) M.V. Korin¹,
D.Sc. (Econ.) V. V. Dykan²*

¹Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

²Kharkiv National University named by V.N. Karazin (Kharkiv)

В умовах розвитку ринкових відносин важливе значення для підприємства будь-якої сфери господарювання має вплив конкуренція як один з основних інструментів забезпечення його ефективного розвитку за рахунок регулювання темпів та пропорцій виробництва [1].

Розглядаючи історичний розвиток світової економічної системи слід зазначити, що найбільш ефективними були підприємства в тих економічних системах, які регулювалися переважно законами вільного ринку або конкуренції [2].

Взагалі конкуренція є основним регулятором економічного руху підприємства, яке прогне завоювати на ринку власну нішу, тобто бути конкурентоспроможним порівняно з іншими. Зокрема, розглядаючи основні рушійні сили конкуренції такі як диверсифікація виробництва, підвищення якості виробів та послуг, гнучке пристосування до попиту, висока продуктивність праці, різка активація інноваційних процесів тощо, необхідно зазначити, що конкуренція є об'єктивною закономірністю розвитку ефективного виробництва [3].

На даний час основними стратегічними напрямками забезпечення конкурентоспроможності підприємств є фінансовий, інноваційний та організаційний розвиток. Тісний взаємозв'язок цих напрямів дає підприємствам можливість ефективно підвищувати власні конкурентні позиції на ринку за рахунок залучення інвестицій, впровадження нових технологій та науково-дослідної роботи, застосування нових форм

розвитку з використанням кадрового та соціального потенціалу.

Для підприємств залізничного транспорту, які є одними з основних у складі вітчизняного транспортного сектору при забезпеченні експлуатаційної роботи, важливе значення має спроможність утримати наявні позиції на ринку транспортних послуг в умовах різкого зростання конкуренції між різними видами транспорту. Адже, незважаючи на наявні переваги, підприємства залізничного транспорту не завжди спроможні швидко переналаштуватися та адаптуватися до зростаючих вимог бізнес-середовища, але вітчизняні залізниці мають весь наявний технічний та організаційний потенціал для достойного розвитку власної конкурентоспроможності [4].

Зокрема, одним з основних напрямів забезпечення ефективного розвитку підприємств галузі є якісне обслуговування клієнтів, котрого можна досягти шляхом надання комплексних транспортно-логістичних послуг, до складу яких будуть входити різні послуги пов'язані із митним оформленням, пошуком під'їзних шляхів, здійсненням вантажно-розвантажувальних робіт, складуванням тощо.

В межах маркетингової стратегії розвитку залізничного транспорту, доцільно реалізовувати нові види «залізничних товарів», в основу яких закладається організація маршрутних контейнерних потягів та комбінованих перевезень в міжнародному сполученні, відповідно до міжнародних вимог та нормативів [5].

Також необхідно зазначити, що в сучасних умовах господарювання ефективне функціонування підприємств залізничного транспорту можливе при застосуванні ринкових методів організації та управління. Транспортний процес повинен орієнтуватися на вимоги споживача. Підприємства залізничного транспорту можуть бути конкурентоспроможними лише за умов чіткого реагування на запити ринку та задовольняючи потреби своїх клієнтів на найвищому рівні. В першу чергу, це відноситься до часу знаходження товару в дорозі, безпеки та надійності перевізного процесу.

Таким чином, для забезпечення конкурентоспроможності підприємствам залізничного транспорту необхідно виробити сучасну парадигму подальшого розвитку, в основу якої мають бути покладені нові підходи здійснення транспортної роботи для збереження наявних клієнтів та завоювання нових. Адже в ринкових умовах конкуренція є тим механізмом, застосування якого забезпечує зростання ефективності господарської діяльності підприємства. Тож висока ефективність транспортної роботи на підприємствах залізничного транспорту буде досягнута за рахунок того, що прагнення бути конкурентоспроможним на ринку сприятиме зниженню витрат на собівартість перевезень, розширенню асортименту та якості послуг, забезпеченню наявних та

перспективних потреб клієнтів тощо.

- [1] Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография / В. Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.
- [2] Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. И. Минервин/ М. Портер. – М.: Альпина-Бизнес-Букс, 2005. – 454 с.
- [3] Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
- [4] Каличева Н. Є. Методологічні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту за рахунок управління конкурентними позиціями/ Н. Є. Каличева// Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – Херсон, 2017. – Вип. 27. – Ч. 1. – С. 139 – 142
- [5] Сич Є. М. Фактори підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг залізниць / Є. М. Сич// Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер.: Економічна. – 2001.– № 512. – С. 152–154.

УДК 711.4

МЕГАРЕГІОНИ ТА ЇХ ІНФРАСТРУКТУРА

MEGAREGIONS AND THEIR INFRASTRUCTURE

докт. техн. наук В.І. Гук¹, канд. техн. наук. Е.В. Запорожцева²

¹*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

²*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

D. Sc. (Tech.), V. Guk¹, PhD (Tech.), O. Zaporozhtseva²

¹*Kharkiv State Technical University of Building and Architecture*

²*Kharkiv National Automobile and Highway University*

Глобалізація економіки призвела до виникнення міської агломерації – метрополії і міста з коридорами, що оточують їх, перетворюються на масивні мегарегіони, де живуть десятки мільйонів людей, виробляють продукцію на суми в сотні мільйонів і трильйони доларів. Це високомобільне суспільство. Чим вище мобільність, тим більше значить місце розташування. В глобалізації дві сторони. Перша, очевидніша, – географічне поширення рутинних економічних функцій (просто виробництво, сервіс). Друга, менш очевидна, тенденція концентрації економічної діяльності більш високого рівня (інновації, дизайн, фінанси, мас-медіа). У мегарегіонах важливе значення має не лише щільність населення, але і обсяг виробництва.

Світова економіка формується довкола двох десятків мегарегіонів. Два з них випускають продукцію на суму більше 2 трильйонів \$ (великий Токіо 2,5 трильйона і гігантський мегарегіон від Бостона до округу Колумбії 2,2 трильйона \$).

Венчурні інвестори часто застосовують «правило двадцяти хвилин».