

послуг з технічного обслуговування та ремонту автомобілів, з урахуванням першочергових сфер, які потребують управлінських рішень.

За результатами статистичного опрацювання експертних оцінок можна визначити, який фактор має найбільшу значущість і який – найменшу, а також, які фактори мають приблизно однакову вагу. Так само можна визначити, які напрями насамперед потребують опрацювання.

Отже, головною перевагою побудованої багатofакторної моделі є конкретна інформація, яку було отримано в процесі дослідження. Ця інформація є цінною для керівників автосервісів і чиновників, які відповідають за цю сферу, оскільки вона вказує на те, що потрібно робити і в якому напрямку рухатися для ефективного управління та якісного розвитку послуг з технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів.

УДК 338.2: 656.2

**РОЗВИТОК РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

**DEVELOPMENT OF THE RESOURCE POTENTIAL OF RAILWAY
TRANSPORT ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF
DIGITALISATION**

О.А. Лановий, А.В. Романюк

Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

О.А. Lanovyy, A.V. Romanuk

Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

Цифрову парадигму економічного зростання сьогодні визнано найуспішнішою моделлю забезпечення сталого розвитку бізнесу, що передбачає реалізацію системних інноваційних перетворень та використання прозорих механізмів інвестування проєктів впровадження новацій.

Зростання вимог до рівня якості послуг залізничного транспорту, що відбувається на фоні трансформації поведінки споживачів, провокує суттєві зміни в системі функціонування залізниць і змушує останні впроваджувати цифрові новації. Стратегія цифрового розвитку залізниць розвинутих країн ґрунтується на стимулюванні проєктів цифрової перебудови бізнес-моделей і процесів організації перевезень і передбачає

використання здатностей технологій великих даних, штучного інтелекту, хмарних обчислень, інтернету речей та віртуальної реальності під час обслуговування основних засобів та управління перевізним процесом [1].

Попри багаторічні ініціативи у сфері провадження інноваційних трансформацій на підприємствах залізничного транспорту та певне пожвавлення процесів інноваційного відтворення основних фондів протягом останніх років, в цілому підприємствам залізничної галузі так і не вдалося повноцінно реалізувати інноваційний шлях зростання. І наразі для підприємств залізничного транспорту характерними залишаються: високий рівень фізичної і моральної зношеності засобів, низький рівень генерування галузевих новацій та застарілість інфраструктури їх продукування, корупційні та лобістські механізми відбору пріоритетних для фінансування проєктів, незадовільний інтерес інвесторів до фінансування процесів інноваційного розвитку підприємств галузі.

Безумовно, можливості інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту наразі вкрай обмежені через загрозу руйнування інфраструктури залізниць в результаті воєнних дій агресора. Попри це, відновлення роботи і продовження ініціатив з модернізації потенціалу підприємств залізничного транспорту в поствоєнний період має відбуватися виключно шляхом застосування можливостей цифрових новацій і на їх основі перебудови бізнес-процесів організації транспортно-логістичної діяльності.

Найбільш перспективними для застосування і діяльності українських залізниць є ті цифрові рішення, що спрямовані на підвищення ощадливості та ресурсоефективності бізнес-процесів в сфері реалізації проєктів розбудови залізничної інфраструктури. Величезний потенціал для оптимізації процесів експлуатації залізничної інфраструктури і управління нею маю такі рішення, як цифровий двійник та інтеграція модельних даних, можливості яких дозволяють застосовувати моделі спільного проектування, цифрового виробництва, інтелектуального проектування та монтажного будівництва протягом усього життєвого циклу. Ґрунтуючись на можливості віртуальної і доповненої реальності технологія цифрового двійника дозволяє уникнути витрат на розроблення дослідного і проєктного зразка, формуючи віртуальну модель інфраструктурного об'єкта, а відповідно й оптимізуючи ресурси і знижуючи вартість проєктних робіт. Створення цифрових двійників реальних інфраструктурних об'єктів також дає змогу скоротити життєвий цикл інфраструктурного проєкту, підвищити ефективність використання задіяних технологій і обладнання, вчасно усунути недоліки, мінімізуючи цим самим ймовірність браку, та проводити системний моніторинг виконання бізнес-процесів інфраструктурного проєкту, визначати дієві інструменти сприяння прискоренню його реалізації [2].

[1] Дикань В.Л., Кузнецов В.С., Скрипінський О.Л. Технологічні тренди розвитку підприємств залізничного транспорту в умовах цифровізації. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. № 84. С. 129-138.

[2] Що таке технологія цифрового двійника і чим вона може бути корисною в будівництві? Українська будівельна: веб-сайт. URL: <https://www.ua-bud.com.ua/tehnologiya-sifrovogo-dviynka-v-budivnyctvi/>

УДК 339.137.2

РИНКОВА КОНКУРЕНЦІЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

MARKET COMPETITION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

V.V. Masan

Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)

V.V. Masan

Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)

Ринкова конкуренція сприяє розвитку підприємництва у країні. Вона формує ділове середовище, в якому різні підприємства, розташовані як усередині країни, так і за її межами, змушені конкурувати одне з одним виключно через переваги своїх товарів та послуг. А неконкурентні ринки характеризуються як ділове середовище, де компанії користуються особливим режимом і захищені від конкуренції [1].

Заохочення вільної конкуренції шляхом підтримки підприємницької діяльності призводить до економічного зростання країни в довгостроковій перспективі, а в країнах, які пригнічують ринкову конкуренцію, як правило, менше підприємців і, отже, спостерігається повільніше економічне зростання.

Конкурентні ринки мають безліч переваг. Коли підприємствам доводиться постійно конкурувати одне з одним за продажі та частку ринку, у них з'являється стимул робити це за допомогою створення таких товарів та послуг, які переважають товари та послуги їхніх конкурентів. У такому середовищі компанії повинні постійно прагнути перевершити один одного у наданні нових, кращих та дешевших товарів та послуг. Підприємство, яке робить це найкраще, «виграє». Проте зрештою у цьому сценарії переможцем виявляється споживач, оскільки його суб'єктивні потреби та бажання задовольняються за справедливою ринковою ціною [2].