

потенціалу, що дозволить оптимізувати техніко-технологічний рівень портового виробництва;

- вирішенню проблем розвитку кадрового потенціалу тощо.

З іншого боку отримують позитивні результати інші учасники портової діяльності.

Сталий розвиток сучасного суспільства є можливим за умов забезпечення економічної й політичної стабільності та посилення відповідальності всіх економічних суб'єктів, передусім, бізнес-структур. Зовнішнє та внутрішнє оточення сучасної бізнес-структури портового бізнесу очікує від неї відповідальної поведінки у сфері соціально-економічної діяльності.

Таким чином, реалізовувати КСВ-проекти повинен кожний суб'єкт господарювання у сфері морського бізнесу, зокрема підприємства портової діяльності. Ініціативи з підвищення рівня корпоративної відповідальності – це передумова створення тривалих конкурентних переваг бізнес-структури портового бізнесу у сучасних умовах розвитку світового, регіональних та національних ринків портових робіт та послуг.

#### Список використаних джерел

1. Нова стратегія Європейської комісії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) 2011-2014: швидше, вище, сильніше. Експертний коментар від Центру «Розвиток КСВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.csr-ukraine.org/ctrategiya\\_evropeyskoi\\_komisii\\_.html](http://www.csr-ukraine.org/ctrategiya_evropeyskoi_komisii_.html)]

2. Економіко-правові засоби стимулювання експорту в Україні на євроорієнтованих засадах: монографія / [О.П. Подцерковний, О.М. Кібік, К.А. Возняковська, В.О. Котлубай, Ю.В. Хаймінова та ін.]; за ред. О.П. Подцерковного, О.М. Кібік. – Одеса, 2017. – 299 с.

3. Acciaro Michele. Corporate responsibility and value creation in the port sector/ Michele Acciaro // International Journal of Logistics: Research and Applications. - 2015.- Vol. 18, No. 3. – P. 291–311. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://dx.doi.org/10.1080/13675567.2015.1027150>

4. Aguinis Herman. What We Know and Don't Know about Corporate Social

Responsibility: A Review and Research Agenda / Aguinis Herman, Glavas Journal of // Management. - № 38 (4). – 2012. – P. 932–968.

УДК 656.078.8

### ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Нескуба Т.В., к.е.н., ст. викладач,  
Мкртичян О.М., ст. викладач,  
Богуцький В.Р., студент (УкрДУЗТ)*

Глобалізація економіки вимагає від суб'єктів ринку пошуку оптимальних шляхів забезпечення своєї конкурентоспроможності. Конкуренція, що виникає за таких умов, має потенціал для покращення глобального розподілу ресурсів та загальної ефективності виробничої сфери. З врахуванням того, що діяльність залізничного транспорту України має ключове значення для розвитку економіки держави [1], то забезпечення конкурентних переваг її структурних підрозділів є першорядним напрямком в умовах економічної інтеграції в європейську та світову структуру.

На даний час існує ряд факторів технічного, правового, економічного характеру [2], що перешкоджають ефективній діяльності українських залізниць на європейському транспортному ринку. Бенчмаркінг є інструментом підтримки та вдосконалення економічної діяльності підприємств для досягнення їх конкурентоспроможності у глобальному контексті. Він може вирішувати різні стратегічні цілі та включати в себе різні елементи з метою загального процесу вдосконалення діяльності підприємства.

Бенчмаркінг - інструмент управління, який розробляється паралельно із зростаючою глобалізацією економіки, це аналітичний процес детального порівняння та оцінки підприємства з виробничими показниками виявленого підприємства-лідера в аналогічній галуззі. В результаті даного процесу розробляють заходи, спрямовані на

перекриття розриву між підприємством, яке реформується, і лідером.

Основними функціями процесу бенчмаркінгу можна визначити:

- аналітична – виявлення критеріїв успішності підприємства-лідера та розробка на їх основі стратегії підвищення ефективності діяльності інших підприємств;

- нормативна – забезпечення орієнтації діяльності згідно передових практик;

- практична – спрямованість на вдосконалення та позитивні зміни в виробничих процесах;

- мотиваційна - підвищує обізнаність про недоліки продуктивності, пропонує засоби їх уникнення і стимулює процес постійного вдосконалення.

Бенчмаркінг не є короткостроковим інструментом забезпечення скорочення витрат, це довгостроковий процес підвищення ефективності діяльності підприємства та забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності на світовому рівні.

З врахуванням специфіки організації і функціонування залізничного транспорту, під бенчмаркінгом розуміють безперервну систему вдосконалення і впровадження основних ефективно працюючих принципів управління «еталонними» структурними підрозділами окремих господарств галузі

Порівняльний аналіз, який є основою процесу бенчмаркінгу, досить поширений в країнах ЄС та широко використовується державними органами у створенні європейської системи мультимодальних перевезень, що складається з автомобільної транспортної системи, системи залізничного транспорту, системи водних шляхів та повітряного транспорту.

Проведення процесу бенчмаркінгу на залізничному транспорті складається з наступних етапів:

- розробка моделі еталонного підприємства (за системою показників);

- вибір базового підприємства з усіх підприємств підгалузі;

- вивчення принципів управління бізнес-процесами на базовому підприємстві;

- впровадження принципів управління бізнес-процесами, що прийняті на базовому підприємстві, в систему управління досліджуваного підприємства.

Таким чином, бенчмаркінг в

транспортному секторі спрямований на визначення потенціалу та можливостей вдосконалення існуючих рамок умов для транспорту з метою підвищення ефективності та стійкості транспортної системи.

### Список використаних джерел

1 Бараш Ю.С. Роль залізничного транспорту в соціально-економічному житті України / Ю. С. Бараш // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Проблеми економіки транспорту. – 2012. – Вип. 4. – С. 7-14.

2 Нескуба Т.В. Розвиток потенціалу залізничного транспорту України в умовах глобалізації // Молодий вчений т. 6 №2 (17), 2015. – с. 1269-1271.

3 Дикань В.Л. Ефективність роботи транспортної системи України в умовах глобалізації економічних систем / В.Л. Дикань, М.В. Корінь // Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. – практи. статей. – Вип. 33. – Харків, 2011 – С. 13-19.

3 Кібік О.М. Проблеми соціально-економічного розвитку транспортних підприємств України / О.М. Кібік, Ю.В. Наконечний / Актуальні проблеми держави та права. – 2012. – № 68. – С. 52-63.

4. Кірдіна О. Г. Інвестиційно-інноваційний розвиток залізничного комплексу як основа конкурентоспроможності економіки України : монографія / О. Г. Кірдіна; Укр. держ. акад. заліз. трансп. – Х. : УкрДАЗТ, 2010. – 249 с. 5. Мукмінова Т. А. Ринкова трансформація суб'єктів господарювання на залізничному транспорті / Т. А. Мукмінова // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. – 2007. – № 12. – С. 29-37.

5 Біла Книга – Транспорт: План розвитку єдиного європейського транспортного простору – на шляху до конкурентоспроможної та ресурсоефективної транспортної системи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.transportukraine.eu/sites/default/files/white\\_book\\_transport\\_2050\\_ukr\\_0.pdf](http://www.transportukraine.eu/sites/default/files/white_book_transport_2050_ukr_0.pdf)

6 Андрасюк М., Чардымский М. Бенчмаркінг як інструмент совершенствования ассортиментной политики промышленного предприятия // Маркетолог. — 2010. — № 3(125). — С. 11-17.

7 Градобоев В.В. Бенчмаркинг в современной теории стратегического планирования // Вестн. Моск. ун-та: Сер. 6 «Экономика». — 2008. — № 6. — С. 81-90.

УДК 338.47:656.2 (447)

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

*Овчиннікова В.О., к.е.н., доцент,  
Юсупова Т.М., ст. викладач,  
Колеснік А.Ю., студентка (УкрДУЗТ)*

Початок нового тисячоліття ознаменовано вступом людського суспільства в таку фазу свого розвитку, коли знання стають основним джерелом конкурентних переваг особистостей і організацій. Інформація та вироблені на її основі знання дозволяють досить швидко і адекватно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища організації. Усвідомлення знань як економічного ресурсу, життєво необхідного для діяльності компаній, є вагомим підставою для включення їх в сферу управлінської діяльності.

Сучасний залізничний транспорт постійно знаходиться в процесі перетворення, в ході якого зростає швидкість і ефективність перевезень, а також розширюється спектр послуг для клієнтів. Все це вимагає постійного оновлення знань (тобто впровадження інноваційних технологій і методів у всі сфери діяльності залізничного транспорту) з урахуванням дотримання умов безпеки його діяльності та розвитку. Тобто наразі виникла потреба у формуванні стратегії управління знаннями, що базуватиметься на інноваційно-безпековому підході.

Аналіз надбань науковців [1 – 9] дозволяє сформулювати декілька різних підходів до формування моделей управління знаннями. Можна виділитися три напрямки управління знаннями - «європейський» розглядає управління знаннями з позиції його вимірювання, «американський» підхід полягає в безпосередньому «управлінні знаннями», «японський» – орієнтується на «створення

знання».

У цілому можна зробити висновок, що управління знаннями являє собою комбінацію окремих аспектів управління персоналом, інноваційного та комунікаційного менеджменту, а також використання нових інформаційних технологій в управлінні організаціями.

Управління знаннями включає в себе такі компоненти [1 – 9]: стимулювання приросту знань; відбір і акумулювання значних відомостей із зовнішніх по відношенню до даної організації джерел; збереження, класифікацію, трансформацію, забезпечення доступності знань; поширення та обмін знань, в тому числі в рамках організації; використання знань в ділових процесах, зокрема при ухваленні рішень; втілення знань в продуктах, послугах, документах, базах даних і програмному забезпеченні; оцінку знань, вимір і використання нематеріальних активів організації; захист знань.

Стратегічний підхід щодо управління знаннями на залізничному транспорті повинен реалізуватися через забезпечення взаємозв'язку управління знаннями зі стратегією ПАТ «Українська залізниця» і потребами зовнішніх зацікавлених сторін. Зокрема слід встановити причинно-наслідкові зв'язки між знаннями і потребами зовнішніх зацікавлених сторін, визначаються ключові знання, які необхідні для реалізації стратегії та визначається прогалина в ключових знаннях.

Враховуючи вищевикладені положення було виділено ключові аспекти стратегічного управління знаннями на залізничному транспорті.

Суб'єктами стратегічного управління знаннями на підприємствах залізничного транспорту є керівники всіх ланок ієрархії управління. Об'єктом стратегічного управління визначено компетенції персоналу, інформаційні ресурси, інформаційно-комунікаційні системи та ризики втрати знань підприємств залізничного транспорту.

Головною метою стратегічного управління знаннями має стати формування базису ефективного функціонування залізничного транспорту в умовах поширення інноваційно-інформаційного прогресу постіндустріального суспільства.

До основних принципів стратегічного