

можливість країнам, у тому числі і Україні, проводити свою зовнішньоекономічну діяльність.

Проблемам забезпечення ефективності функціонування транспортних систем України присвячено ряд праць вітчизняних вчених, а саме Ю.С. Бараша, А.П. Голікова, М.І. Данька, О.Г. Дейнеки, В.Л. Диканя, В.Д. Зеркалова, О.Г. Кірдіної, Ю.В. Макогона, В.Я. Омельченка, Л.О. Позднякової, Ю.В. Соболева, Н.В. Чебанової, Н.В. Якименко, Л.Ю. Яцківського та ін.

Процесу входження держав Організації Чорноморського економічного співробітництва у європейські мережі інфраструктури сприяло прийняття загальних планів дій і здійснення конкретних проєктів. Особливо слід згадати про плани дій в сфері транспорту, про розроблені ОЧЕС концепції Чорноморського кільцевого коридору та включення декількох країн Організації Чорноморського економічного співробітництва у програму Петра і ТРАСЕКА. З метою задоволення потреб регіону у зв'язку були завершені три проєкти: ІТУР (Італія-Туреччина-Україна-Росія), КАФОС (Туреччина-Болгарія-Румунія-Молдова), Трансбалканська лінія (ТБЛ) (Італія – Кошишня Республіка Югославія – Македонія – Албанія – Болгарія – Туреччина). Об'єднання енергетичних систем, що охоплюють всі держави-члени, є ще одним проєктом у стадії розробки під контролем міністрів енергетики держав-членів, у чій завдання входить сприяння раціональному і більш ефективному виробництву та використанню електроенергії в регіоні.

Ключова роль у розвитку Чорноморського регіону повинна бути відведена економічному сектору. При цьому першочерговими завданнями є створення єдиних або взаємозалежних транспортних, комунікаційних й енергетичних систем, що у свою чергу, додасть динаміки співробітництву в сфері промислового розвитку, торгівлі, туризму, екології, прискорить інтеграційні процеси в регіоні.

Таким чином, найважливішим напрямком практичної спільної діяльності є розвиток транспортної інфраструктури регіону для забезпечення об'єднання в єдину транспортну систему коридору ТРАСЕКА з Європейською транспортною мережею, а також створюваним коридором Чорне море - Балтійське море (Одеса-Гданськ).

УДК 656.078.8

КОНКУРЕНЦІЯ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ

*Громова О.В., к.е.н., доцент,
Пікало К.В., магістр (УкрДАЗТ)*

Соціально-економічний розвиток України потребує у першу чергу забезпечення розвитку

транспорту в порівнянні з іншими галузями економіки та створення умов для ефективного функціонування транспортного ринку щодо забезпечення як внутрішнього так і зовнішнього попиту на транспортні послуги.

Необхідно вирішувати складні проблеми адаптації транспортного комплексу держави до роботи в умовах ринкових відносин та забезпечувати зростаючі вимоги до якості й ефективності транспортних послуг.

В епоху глобалізації і міжнародної інтеграції все більшого значення для успіху кожної організації набуває її конкурентоспроможність.

Бути конкурентоспроможним означає забезпечувати споживчі, якісні та цінові характеристики товарів та послуг на світовому рівні незалежно від того, де вони будуть реалізовані – на внутрішньому чи зовнішньому ринку.

Визначення наукових підходів до вибору моделі зростання конкурентоспроможності суб'єктів транспортного ринку вимагає більш глибокого дослідження сутнісних ознак конкуренції, її видів та особливостей конкурентного середовища.

На сучасному етапі існує велика кількість трактувань терміну «конкуренція». Як економічна категорія конкуренція – це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт і послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем своєї продукції, виконаних робіт, надання послуг одним і тим же споживачам.

З точки зору теоретичних основ самого явища, конкуренція є проявом об'єктивних процесів у господарській діяльності суб'єктів ринкової економіки: зниження витрат виробництва або задоволення потреб споживачів. Саме ж боротьба, суперництво при цьому виступає в якості лише видимої її частини та є предметом різних наукових концепцій конкуренції.

На ринку вантажних перевезень України конкурують між собою наступні види транспорту: річковий, морський, авіаційний, трубопровідний, автомобільний та залізничний.

У даний час конкуренція між автомобільним і залізничним транспортом має найбільш гострий характер.

Для перевезення значної частини дрібних відправок, до яких в основному належить наукоємна високовартісна продукція, використовується автомобільний транспорт, оскільки він здійснює перевезення «від дверей до дверей».

Із-за збільшення термінів доставки все більше і більше вантажів перевозяться також автомобілями. Зниження об'ємів вантажних залізничних перевезень приводить до збільшення собівартості перевезень і до зменшення прибутковості, що украй негативно позначається на конкурентоспроможності залізничного транспорту.

Можливо передбачити, що в майбутньому

взагалі можливий подальший відхід значної частини споживачів з залізниць на автотранспорт, і цьому можуть сприяти багато факторів.

Пасажиropoтiк на автомобільному транспорті зростає більш швидкими темпами, ніж на залізничному, а ключовою конкурентною перевагою залізничного транспорту залишається вартість транспортної послуги.

Існують різні підходи до визначення тарифів на контрактні перевезення і застосування найбільш ефективних з них дозволить залучити додаткові вантажопотоки, збільшити прибуток залізниць і підвищити конкурентоздатність залізничного транспорту на ринку вантажних перевезень.

УДК 656.23: 656.224

РЕБРЕНДІНГОВА СКЛАДОВА У СФЕРІ НАДАННЯ ПАСАЖИРСЬКИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПОСЛУГ

*Гудков О.М., к.е.н., перший заступник начальника
Головного управління приміських пасажирських
перевезень (Укрзалізниця),
Гулай О.С., аспірант (УкрДАСТ)*

Ребрендингом (від англ. rebranding) - це доволі активна маркетингова стратегія, яка включає комплекс заходів по відновленню брэнда компанії. Тобто під ребрендингом можна розуміти своєрідний «ремонт» іміджу пасажирських залізничних перевезень з малокомфортних, виключно соціальних до швидкісних та високосервісних.

Концентрація і використання основних фондів в тому, що залізничний транспорт в своїй діяльності здійснює перевізний процес. Його основна задача - задоволення потреби населення в переміщенні, домагаючись при цьому того, щоб ресурси за своїми якісними і вартісними характеристикам були придатні для виробництва конкуренто спроможної продукції. Але реально підприємство має можливість придбати лише доступні ресурси, маючи для цього обмежені кошти. А перед кожним видом транспортну, в умовах ринкової конкуренції, стоїть проблема використання з максимальною віддачею сильних сторін наявних ресурсів. На даний момент, такими ресурсами являється покращення сервісу, умов обслуговування та закупівля нового рухомого складу для високошвидкісного руху.

На даний момент організація перевізного процесу полягає у: виборі технології, технічному стан рухомого складу, створенні стимулів до праці, контролі якості та ін. Ефективним засобом покращення позиції на ринку, власне ребрендингу, є співпраця як з іншими видами транспорту, так і з промисловими підприємствами, бо якщо брати до уваги той факт, що роль приміського сполучення за

Радянських часів була першочергово - транспортування пасажирів із прилеглих територій на роботу до підприємства та навпаки, то зараз ця роль так і залишилась. Тому цей факт можна використовувати - домовлятися і співпрацювати з підприємствами, робітники яких користуються послугами залізничного транспорту і в інтересах не тільки залізниці, а й самого підприємства була б двостороння співпраця. В якості видів співпраці можна виділити кооперацію і концентрацію. Це важливо для приведення перевізних потужностей у відповідність з умовами праці і об'ємами перевезень, що змінюються.

Організація ж маркетингових комунікацій, що теж неухильно пов'язано з ребрендингом, полягає в тому, що транспортне підприємство повинно переконати цільову аудиторію в перевагах свого виду транспорту. Згідно статистичних даних, які були опубліковані, залізничним транспортом користуються 75 % усього населення України, з них 53% могли б скористатися послугами автобусних компаній, 5 % - маршрутними таксі, 1 % - послугами авіакомпаній. На питання, чому користуються саме залізничним видом транспорту, 75 % опитаних вважають цей вид транспорту найбезпечнішим, 61 % користуються ним через швидкість руху, і регулярність руху, також до уваги береться комфорт, який оцінили майже 43 % громадян, та низька ціна квитка – 37 %, 29 % відмітили, що їх влаштовує розклад руху поїздів. Також треба звернути увагу на склад контингенту - державним залізничним транспортом користуються: державні службовці та службовці – 38 %, пенсіонери – 65%.

Таким чином, залізничні пасажирські перевезення мають важливий вплив та економічне значення для населення та держави в цілому, тому застосування ребрендингових складових повинно внести новітні підходи та заходи для покращення позитивної оцінки функціонування пасажирських залізничних перевезень.

УДК 330.341.1:656.2(477)

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ТРАНСПОРТНІ СИСТЕМИ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Дорофiєнко В.В., д.е.н., професор (ДонДУУ)

Сьогодні в стратегічному транспортному арсеналі держави в наявності розвинута система трубопроводів, мережа залізниць, повітряні траси, автомобільні шляхи у широтних та меридіональних напрямках. Загальна транспортна мережа України включає 46,3 тис. км магістральних трубопроводів, 21,655 тис. км залізничних колій та 165,8 тис. км