

3) за рахунок відшкодування вартості порожнього пробігу має бути забезпечена рентабельність перевезень для власників вагонів на мінімальному рівні.

Запропонований підхід сприятиме залученню власників вагонів до перевезень на маршрутах підприємств ГМК, що дозволить зменшити дефіцит вагонів для них, одночасно створюючи рентабельні маршрути перевезень своїми вагонами для власника.

[1] Довідник основних показників роботи Регіональних філій АТ «Українська залізниця» / Акціонерне товариство «Українська залізниця», управління статистики. Київ, 2021. 141 с.

[2] Вантажні перевезення: як розв'язати тарифний вузол.
URL: https://biz.censor.net.ua/columns/3019606/vantajn_perevezennya_yak_rozvyazati_tarifniyi_vuzol.

[3] Волохов В. А. Використання логістичного підходу для оптимізації вантажних залізничних тарифів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 41. С. 96-98.

УДК 339.13.017

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

FACTORS OF TRANSPORTATION SERVICES MARKET FORMATION

I.С. Моржов

Національний авіаційний університет (м. Київ)

I. Morzhov

National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Фактори впливу на формування ринку транспортних послуг можна поділити на внутрішні та зовнішні, природні (географічне розташування, рельєф, погодні умови регіону, тощо) та антропогенні, що є наслідком діяльності людини.

Всі ці фактори взаємопов'язані та так чи інакше впливають один на одного, що зображено на рисунку 1. Розвиненість місцевих технологій та виробничих можливостей чи можливість імпортувати їх ззовні дає можливість усунути природні перешкоди рельєфу чи додаткові витрати від погодних особливостей регіону. Реалізація інфраструктурних проєктів потребує капіталовкладень та технічного потенціалу, проте може змінити напрямки основних вантажопотоків та пасажиропотоків. Яскравими прикладами у макроекономічних масштабах можуть слугувати Панамський чи Суецький канали.

Кожний фактор може виявитися бар'єром чи стимулом. Як і фактори ці бар'єри чи стимули можуть мати природній чи антропогенний характер.

З боку законодавства держава для реалізації своєї політики може встановлювати бар'єри чи стимулювати будь-який інший фактор, як внутрішніх, так і зовнішніх, на законодавчому рівні. Закони можуть мати форму, норм і стандартів, враховуючи ті, що мають зовнішнє походження як результат прийнятих міжнародних договорів, економічних чи інших союзів.

На формування ринку також впливає участь країни у міжнародних транспортних проектах. До таких можна віднести, наприклад, Транс'європейську транспортну мережу [3] (Trans-European Transport Network, далі – TEN-T) – політика та програма Європейської комісії для розвитку транспортної інфраструктури єдиної Європи як об'єднаної мережі автомобільних доріг, залізничних шляхів, водної інфраструктури та аеропортів країн Європейського союзу.

Зокрема до проекти TEN-T входять десять Пан'європейських транспортних коридорів, що сполучають між собою країни європейського союзу та інші країни.

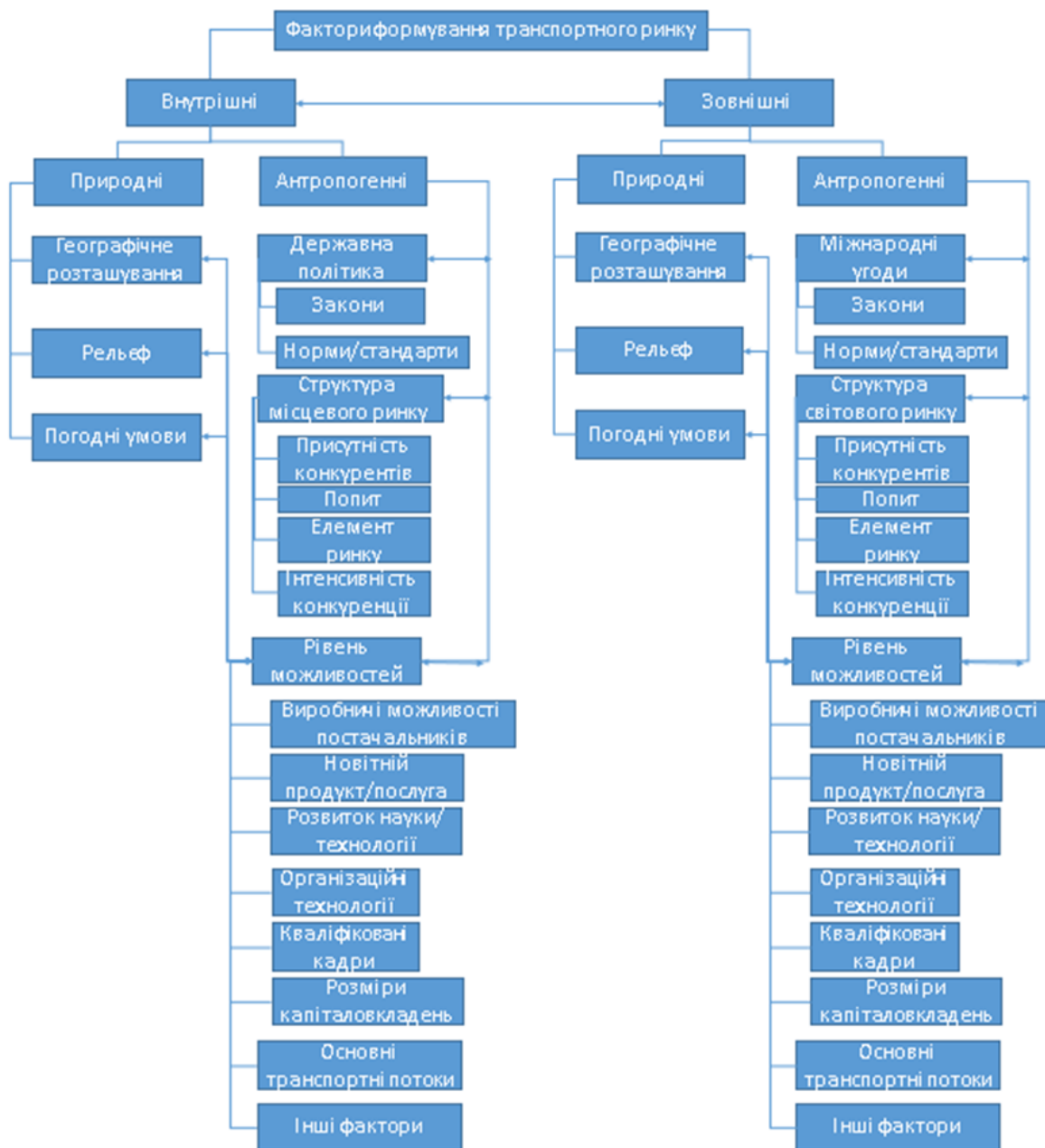


Рис.1 Фактори формування ринку транспортних послуг

Розроблено автором на підставі джерел:[1;2]

Бар'єри чи стимули, що встановлюються рівнем можливостей мають вирішальне значення для ринку та цього елементів. Технологічні, наукові та виробничі потужності, кваліфіковані кадри та можливість забезпечити їх самостійно чи імпортувати ззовні, власні фінансові можливості чи можливість залучити інвестиції, основні напрямки транспортних потоків та інші фактори, що визначають потенціал та конкурентоспроможність.

Бар'єром для країни є відсутність сучасних технологій у сфері транспорту, таких як системи моніторингу, глобальні системи позиціонування (GPS), чи автоматизовані системи управління логістикою, це може стати серйозним бар'єром для ефективного функціонування транспортного ринку.

Стимулом для ринку може бути впровадження інноваційних технологій та інфраструктурних проєктів. Наприклад, влада може сприяти розвитку електричних транспортних засобів, надаючи фінансові стимули для покупки електромобілів, будуючи інфраструктуру для зарядки, та встановлюючи нормативи, що сприяють використанню екологічно чистих транспортних засобів. Це може стати стимулом для розвитку нових технологій у сфері транспорту та покращення транспортної системи.

[1] Michael E. Porter. *The Competitive Advantage of Nations*. — New York, 1990. — ISBN 0-02-925361-6

[2] Robinson, Joan. *The Economics of Imperfect Competition*. — 1969. — ISBN 978-0-333-10289-3. Trans-European

[3] Transport Network (TEN-T). — URL: https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/infrastructure-and-investment/trans-european-transport-network-ten-t_en

УДК 664.8.037

ОРГАНІЗАЦІЯ ХОЛОДОВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАНЬ

ORGANIZATION OF COLD CHAINS OF SUPPLY

О.М. Загурський, д.е.н.

Національний університет біоресурсів і природокористування України (м. Київ)

O. Zagurskiy D.Sc. (Economics)

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

В останні роки в логістиці швидкопсувної продукції був створений спеціальний тип управління ланцюгами постачань, Cold Chain Management – управління холодним ланцюгом постачань. Cold Chain це температурна логістична система, яка об'єднує окремі логістичні операції зі швидкопсувними продуктами в наявних бізнес-процесах для створення споживчої цінності. При цьому холодильні установки використовуються не тільки на підприємствах, що виготовляють або зберігають продукцію, а і у процесах транспортування та під час навантаження/розвантаження товару тощо.