

регулювання та управління / О. В. Ареф'єва, В. В. Прохорова. – Х. : УкрДАЗТ, 2010. – 301 с.

3. Дикань В.Л. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту : монографія. / Дикань В.Л., Зубенко В.О. - Х.: УкрДАЗТ, 2008. - 194 с.

4. Прохорова В. В. Модель адаптивного управління розвитком промислових підприємств як структурний елемент організаційно-економічного забезпечення процесу управління економічною безпекою / В. В. Прохорова, О. О.

Кучеренко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2000. – № 26. – С. 133–137.

5. Трифилова А. А. Управление инновационным развитием предприятия / А. А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.

Аннотація. Разработан механизм адаптивного управления инновационно - инвестиционным развитием предприятий железнодорожного транспорта.

Ключевые слова: адаптация предприятий, адаптивное управление, инновационно - инвестиционное развитие, предприятия железнодорожного транспорта.

Summary. The mechanism of adaptive control is developed innovative - by investment development of enterprises of railway transport.

Keywords: adaptation of enterprises, adaptive control, innovative is investment development, enterprises of railway transport.

*Рецензент д.е.н., професор УІПА Прохорова В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.*

УДК 656.2: 338.47

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРУ

Дергоусова А.О., к.е.н., ст. викладач (УкрДАЗТ)

В роботі розглянуто важливість формування методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності залізничних турів. Визначено основні показники, що впливають на вибір споживачами конкретного залізничного туру.

Ключові слова: конкурентоспроможність, залізничний туризм, залізничний тур.

Постановка проблеми. Конкуренція є двигуном економічного прогресу, механізмом саморегуляції ринкової економіки. Сьогодні немає загальноприйнятого поняття «конкуренція». До визначення цього поняття в економічній літературі існує декілька підходів.

Перший визнає конкуренцію як змагальність ринку. Він ґрунтується на повсякденному розумінні конкуренції як суперництва за досягнення кращих результатів на певному полі діяльності. Другий – розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, що дозволяє зрівноважити попит і пропозицію. Тут конкуренція виступає як сила, що забезпечує взаємодію попиту та пропозиції суспільного виробництва – через механізм міжгалузевої конкуренції відбувається переливання капіталів з галузі в галузь. Третій трактує конкуренцію як критерій, за яким визначається тип міжгалузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на мікроекономічній теорії (на теорії морфології

ринку), за якою «конкуренція» розуміється як властивість ринку. Конкуренція не є суперництвом, а швидше ступенем залежності загальних ринкових умов від поведінки окремих учасників ринку. Залежно від ступеня досконалості конкуренції на ринку виділяються різні типи ринків, для кожного з яких властива певна поведінка економічних суб'єктів [6].

У законі України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» [4] використовується визначення: «Конкуренція – змагання підприємців, у якому самостійні дії обмежують можливість кожного з них мати вплив на загальні умови реалізації товарів на ринку та стимулюють виробництво тих товарів, у яких має потребу споживач».

З конкуренцією нерозривно пов'язане поняття «конкурентоспроможність», оскільки воно проявляється саме через конкуренцію і тільки в умовах конкуренції.

Конкурентоспроможність як економічна категорія означає здатність окремого суб'єкта випереджати свого суперника в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку [5].

Конкурентоспроможність на ринку перевезень для кожного виду транспорту та його підприємств – це стабільна можливість задовольняти потреби потенційних пасажирів краще, ніж це роблять конкуренти і, завдяки цьому, успішно продавати свої послуги та отримувати максимально можливі доходи [1].

Аналіз останніх досліджень.

Конкуренція вимагає постійного пошуку підприємствами транспорту більш привабливих для пасажирів послуг, що супроводжують процес перевезення чи не пов'язані безпосередньо з ним. Тому перед ПАТ «Українські залізниці» в умовах спаду пасажирських перевезень стала проблема пошуку більш ефективних форм організації і шляхів забезпечення рентабельності господарської діяльності. Сьогодні необхідно розвивати сферу додаткових комплексних послуг, які дозволять отримувати залізницям прибуток і не будуть підпадати під поточну тарифікацію основних послуг залізничного транспорту.

Велика кількість як вітчизняних, так і закордонних вчених приділяли і приділяють увагу підвищенню конкурентоспроможності та розвитку залізничного транспорту – Аксьонов І.М., Гудкова В.П., Дикань ВЛ., Шаля О.Г. [1, 2, 3, 7] тощо. Однак на сьогодні не було розглянуто підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту через впровадження такого заходу, як залізничний туризм та не визначено його найбільш цікаві напрямки організації.

Тому автором запропоновано застосування ПАТ «Українські залізниці» активної базової стратегії розвитку – стратегії диверсифікації, яка ґрунтується на розвитку нового виду діяльності для залізничного транспорту, але пов'язаного комерційно і технологічно із основною діяльністю залізниць – перевезеннями. І запропоновано методичний підхід для визначення найбільш цікавих туристичних маршрутів.

Мета дослідження. Необхідність формування та застосування на практиці методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності конкретних залізничних турів, що дозволяє залізницям формувати портфель найбільш привабливих турів на ринку залізничних туристичних перевезень.

Вклад основного матеріалу. Аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства має вестися безперервно і систематично, у близькій прив'язці до фаз його життєвого циклу, щоб своєчасно відреагувати на зниження

показника конкурентоспроможності й прийняти відповідні рішення (наприклад, зняти виріб з виробництва, модернізувати його). При цьому, виходячи з того, що випуск підприємством нового продукту, перш ніж старим вичерпано можливості підтримки своєї конкурентоспроможності, здебільшого не є економічно доцільним. Водночас, будь-який товар після виходу на ринок починає поступово витратити свій потенціал конкурентоспроможності. Цей процес можна уповільнити і навіть тимчасово затримати, але зупинити – неможливо. Тому новий виріб проектується за графіком, що забезпечує його вихід на ринок на момент значної втрати конкурентоспроможності колишнім виробом. Інакше кажучи, конкурентоспроможність нових товарів повинна бути випереджувальною та достатньо довготривалою. Так, наприклад, в Україні якість приміських пасажирських залізничних перевезень увесь час знижується, а покращень у цьому напрямку не спостерігається (відсутність комфорту в приміських поїздах, нестача рейсів у години-пік, відсутність рейсів у пізній та нічний добовий період, і т. ін.). Однак Укрзалізниця закупила і розпочала активне використання на приміських перевезеннях рельсових автобусів, що забезпечує і підвищення рівня комфортності перевезень, а також і зниження витрат на їх здійснення. А ці два фактори є одними з основних факторів підвищення конкурентоспроможності [16].

Забезпечення конкурентоспроможності продукції на потрібному рівні передбачає необхідність її кількісної оцінки. Без такої оцінки конкурентоспроможності усі заходи, які передбачаються підприємством з підтримки продукції (товару, послуги), на належному рівні залишаться у проекті.

Аналіз діяльності пасажирського господарства залізничного транспорту дозволив зробити висновки про перспективність розвитку одного з видів діяльності, а саме реалізації послуг, які спираються на основну – перевезення та містять в собі прибуткові послуги підсобно-допоміжної діяльності залізниць на вокзалах та в поїздах. Що дозволяє впровадити реалізацію комерційних пасажирських перевезень, до яких можна застосовувати ринкові принципи ціноутворення.

В рамках застосування стратегії диверсифікації та при наявній матеріальній базі можливим є реалізація такої комерційної послуги, як залізничний туризм, який є заходом по залученню пасажирів як користувачів залізничним транспортом та підвищення прибутковості залізниць.

Важливою передумовою при оцінці доцільності організації та розвитку залізничного туризму на залізницях України є оцінка конкурентоспроможності подорожей відносно автомобільних турів.

Найбільш впливовими з точки зору споживачів факторами порівняння є такі, як час, що витрачається на екскурсійне обслуговування, пересування та відпочинок, витрати на екскурсійне обслуговування, пересування та відпочинок і насиченість туристичними об'єктами. Виходячи із проведеного аналізу стає зрозумілим, що для визначення доцільності організації залізничного туризму необхідним є застосування показників, які відображають зацікавленість та бажання туристів здійснити залізничну туристичну подорож за часом, насиченістю об'єктами туристичної значущості та витратами:

- відношення екскурсійного часу до часу відпочинку та пересування між об'єктами туристичної значущості – коефіцієнт насиченості напрямку (K_{nn});

- відношення кількості туристичних центрів до загального терміну туру – коефіцієнт привабливості туру ($K_{пт}$);

- відношення витрат на екскурсійне обслуговування до витрат на пересування та відпочинок – коефіцієнт ефективної туристичної вартості ($K_{етв}$).

Для визначення цих показників автором запропоновано використовувати наступні формули:

$$K_{nn} = \frac{t_e}{t_e + t_n},$$

(1) де t_e – час, що витрачається на екскурсійне обслуговування;

t_n – час, що витрачається туристами на власний відпочинок;

t_n – час, що витрачається на пересування між екскурсійними об'єктами.

$$K_{пт} = \frac{n_{тц}}{t_{заг}},$$

де $n_{тц}$ – кількість туристичних центрів, яка запланована в турі;

$t_{заг}$ – загальний термін здійснення туру.

$$K_{етв} = \frac{B_e}{B_e + B_n},$$

де B_e – витрати на здійснення екскурсій;

B_n – витрати на відпочинок;

B_n – витрати на пересування.

Визначені коефіцієнти змінюються у межах від $0 \leq K_{nn}, K_{пт}, K_{етв} \leq 1$. Рівень насиченості напрямку визначається в залежності від його градації.

Для кінцевої оцінки загальної конкурентоспроможності залізничного туру необхідно визначити узагальнений інтегральний показник конкурентоспроможності на основі вище перелічених показників:

$$K_{ккк} = \sqrt[3]{K_1 \cdot K_2 \cdot K_3},$$

де K_1, K_2, K_3 – відповідно коефіцієнти насиченості напрямку, привабливості туру, ефективної туристичної вартості.

Таким чином, автором розроблено методичний підхід до визначення доцільності організації та конкурентоспроможності залізничних подорожей за обраним напрямком (рис. 1), за рахунок визначення пріоритетності організації залізничних турів на основі розроблених показників для оцінки конкурентоспроможності, що опираються на визначенні коефіцієнтів насиченості напрямку об'єктами туристичної значущості (K_{nn}), привабливості туру за ефективністю використання часу ($K_{пт}$) та ефективної туристичної вартості ($K_{етв}$). Розраховано показники для оцінки конкурентоспроможності залізничного туру за напрямком Харків-Трускавець тривалістю 4,5 діб – за часом, витратами та насиченістю об'єктами туристичної значущості, що дозволяють визначити привабливість залізничного туру для потенційних споживачів та врахувати попит на туристичні подорожі на ринку. Значущість кожного коефіцієнту визначається споживачами в залежності від індивідуальних характеристик та потреб.

Висновки. На основі проведеного дослідження визначено комплексні інтегральні показники конкурентоспроможності залізничного та автомобільного турів за одним напрямком, що характеризує конкурентоспроможність послуги. Розрахунки конкурентоспроможності показали, що залізничний тур ($K_{ккк}=0,80$) є більш конкурентоспроможним відносно автомобільного ($K_{ккк}=0,69$) за заданим напрямком, часом та маршрутом. Що підтверджує високу конкурентоспроможність залізничного туризму на туристичному ринку і доцільність його організації ПАТ «Українські залізниці».

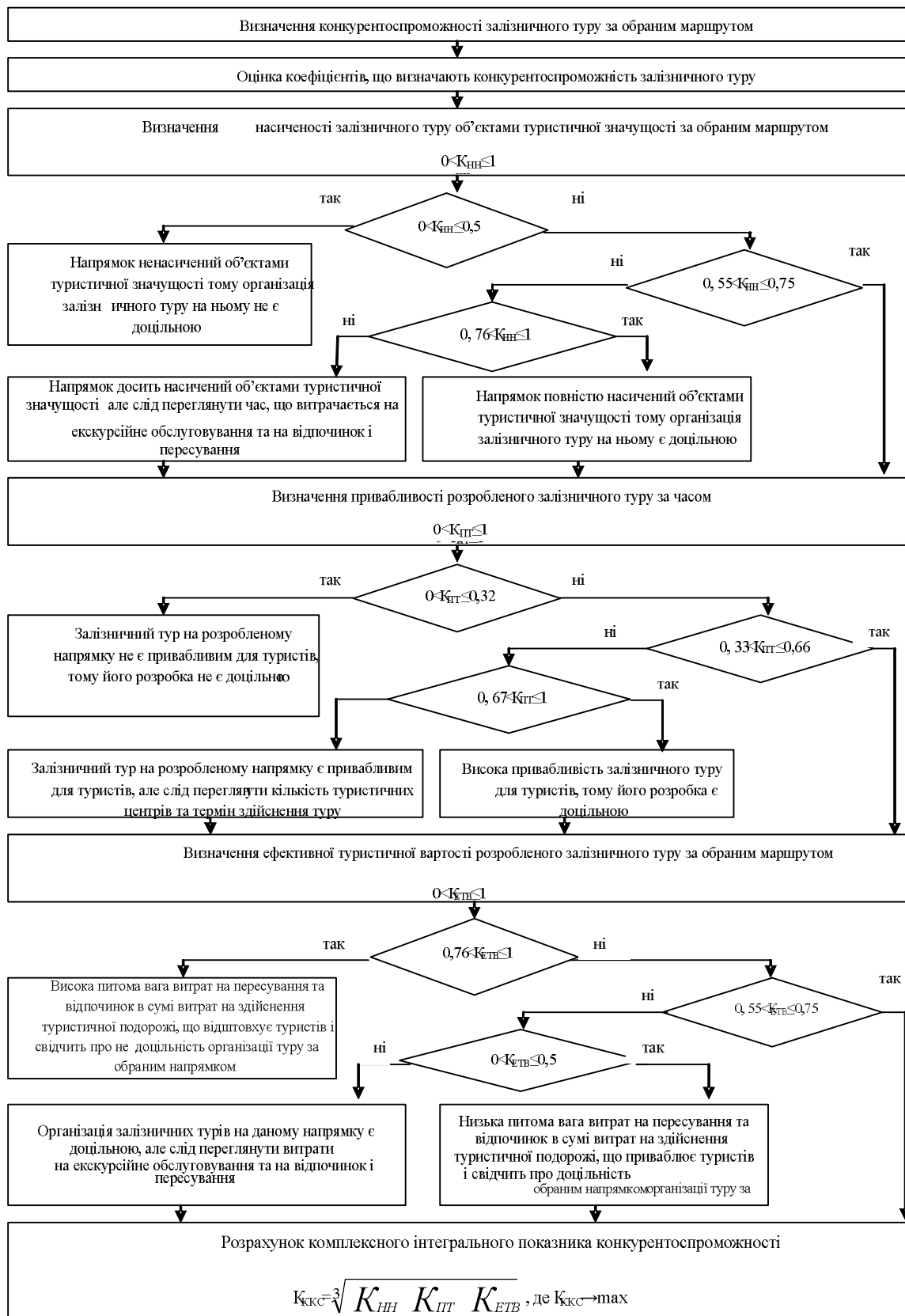


Рис. 1. Методичний підхід до визначення доцільності організації та конкурентоспроможності залізничних подорожей

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Аксенов И.М. Эффективность пассажирских железнодорожных перевозок: Монография / И.М. Аксенов. – К.: Транспорт Украины, 2004. – 284 с.

2. Гудкова В.П. Проблемы наукового пізнання розвитку пасажирських перевезень / В. Гудкова, О. Громова // Маркетинг і логістика в системі менеджменту пасажирських залізничних перевезень на залізничному транспорті: І міжнар. наук.-практ. конф. - К.: ДАЗТУ, 2009. – С. 83-85.

3. Дикань В.Л. Экономические проблемы управления железнодорожным транспортом Украины на современном этапе / В.Л. Дикань, Д.И. Ковалев // Інформаційно-керуючі системи на залізничному транспорті. - 2005. - № 5. - С. 124

4. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної

конкуренції у підприємницькій діяльності» // Відомості Верховної ради України. – 1992. – № 21. – С. 296. (Бібліотека офіційних видань).

5. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Научное издание / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х.: Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.

6. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Л.В. Балабанова та ін.: Донец. Нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 551 с.

7. Шаля О.Г. Роль стратегического маркетинга и стратегического управления в повышении конкурентоспособности транспортного предприятия / О.Г. Шаля // Вісник економіки транспорту і промисловості: Збірник наукових праць. Випуск 14. Спеціальний випуск – Харків: Українська державна академія залізничного транспорту, 2006.

Анотація. В работе рассмотрена важность формирования методического подхода к оценке конкурентоспособности железнодорожных туров. Определены основные показатели, которые влияют на выбор потребителями конкретного железнодорожного тура.

Ключевые слова: конкурентоспособность, железнодорожный туризм, железнодорожный тур.

Summary. Importance of forming of the methodical going is in-process considered near the estimation of competitiveness of railway turns. Basic indexes which influence at choice by consumers concrete railway turn are certain.

Keywords: competitiveness, railway tourism, railway turn.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Кірдіна О.Г.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Боровик Ю.Т.*

УДК 658.14/17:656.2

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЗАЛІЗНИЦЬ З ПОЗИЦІЙ УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ

Диколенко О.Г., здобувач (УкрДАЗТ)

Стаття присвячена висвітленню методичного підходу до проведення аналізу фінансового стану залізниць України та оцінки ризику обраних груп показників.

Ключові слова: фінансовий стан, оцінка ризику, фінансова стійкість, кредитоспроможність, ділова активність, ліквідність, платоспроможність, рентабельність.

Актуальність теми дослідження. В сучасних умовах запорукою стабільного стану підприємства, в тому числі і залізниці, служить його фінансова стійкість. Вона відображає такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство, здатне вільно маневрувати грошовими коштами та ефективно їх використовувати. Важливим є той факт, що результати аналізу можуть бути використані потенційними інвесторами, а їх задовільні значення можуть забезпечити підприємство додатковими джерелами фінансування. Так, аналіз фінансових показників роботи залізниць надасть змогу оцінити наскільки кожна з залізниць може бути інвестиційно

привабливою для інвестора саме з фінансової точки зору та довести, що кожна з доріг має свою ступінь привабливості як відокремлене підприємство, діяльність якого не залежить від місця розташування та регіону тяжіння. Особливої уваги заслуговує можливість проведення оцінки груп показників за ступенем ризику.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблемою проведення аналізу фінансового стану показників роботи підприємств, зокрема й залізничної галузі, займалися такі фахівці як Бланк І.А. [1], Ковальов В.В. [2], Маковоз О.В., Руда Р.В. [4] та інші.