

Секція  
«ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»  
ГОЛОВА СЕКЦІЇ – д.е.н., професор Л.О.Українська

УДК 656.615.003.008.8

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ  
ПАРТНЕРСТВО КАК  
ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ  
МОРСКИХ ПОРТОВ

*Афанасьева О.К., ассистент (ОНМУ)*

Основной проблемой в деятельности морских портов является состояние основных фондов, их повышенная степень изношенности, а также дефицит производственных мощностей. У портовых властей нет достаточного объема средств для финансирования развития портового хозяйства.

Для привлечения внебюджетных средств целесообразно применение концепции государственно-частного партнерства (ГЧП). Модели партнерства (аутсорсинг, кооперация, концессия, лизинг, соглашение о разделе продукции, и т.д.) отличаются определенным соотношением форм организации, управления и финансирования.

Привлечение инвестора в украинские порты происходит в основном с использованием такого варианта ГЧП как совместная деятельность со стивидорными компаниями, которые заинтересованы в расширении производственных мощностей портов в предпринимательских целях. В мировой практике более распространенной формой при осуществлении крупных, капиталоемких проектов являются концессии. Концессионные договора отличаются разнообразием схем BOT, BOOT, ROT, BTO, BOMT, BOO.

Основной проблемой взаимодействия в рамках ГЧП является согласование интересов сторон. Поэтому эффективность осуществляемых инвестиций следует рассматривать, с позиций какого участника инвестиционного процесса оценивается проект (государство, портовые власти, инвестор, оператор проекта, стивидорная компания).

УДК 656.615.071.3

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ  
ОСНОВЫ АДАПТАЦИИ ПРИОРИТЕТНОЙ  
СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПОРТА К  
УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ

*Белоус Е.В., к.е.н., доцент (ОНМУ)*

В современных условиях динамических

изменений во внешней среде, востребованными становятся адаптивные стратегии.

Под адаптивной стратегией развития порта понимается генеральное направление долговременного развития порта в сочетании с комплексом управленческих мер или действий упреждающего характера, выполнение которого способствует формированию условий для успешной реализации выбранной стратегии с учетом «проблемного поля», способного возникнуть в процессе реализации стратегии.

Диагностика является современным средством адаптации стратегии к условиям развития порта. Она представляет собой процесс, состоящий из трех этапов.

1. Формирование «проблемного поля» реализации приоритетной стратегии. Существуют следующие подходы к решению этой задачи:

- анализ результатов производственно-хозяйственной деятельности организации;
- привлечение к решению задачи внешних консультантов;
- выявление проблем с помощью экспертов.

Наиболее приоритетным подходом является последний. Он позволяет получать самую полную и достоверную информацию о проблемах, которые могут проявиться при реализации стратегии.

2. Структуризация «проблемного поля» приоритетной стратегии. Структуризация проблемы – это процесс декомпозиции проблемы с целью выявления ее корневых причин, источников. Для этого искомая проблема разделяется на ряд подпроблем, каждая из которых разделяется на свои подпроблемы. Данный процесс реализуется по иерархическому принципу, конечным результатом которого является построение графа «дерева проблем».

3. Разработка управленческих мер упреждающего характера по адаптации стратегии. Данный этап заключается в поиске ответа на вопрос: какие меры надо предпринять, чтобы учесть барьеры на пути реализации выбранной стратегии и достигнуть поставленных целей. Для этого необходимо выбрать метод поиска решений.

Групповые методы генерирования идей более предпочтительны в сравнении с индивидуальными. Совокупный потенциал знаний и опыта членов группы намного превосходит потенциал отдельного индивида. Реализуемость стратегии будет зависеть от степени вовлеченности персонала организации в процесс разработки стратегии адаптивного типа. В наибольшей мере

для решения задачи адаптации стратегии подходят такие методы как: кейс-метод, брэйнсторминг, дельфи-группы, синектические группы, фокус-группы, деловые игры.

Эффективная стратегия развития порта – это та стратегия, которая позволяет порту извлекать конкурентные преимущества от изменений во внешней среде за счет своевременной к ним адаптации. Решение задачи разработки адаптивной стратегии развития порта сводится к выбору приоритетной стратегии его развития и диагностики условий её реализации. Основное предназначение диагностики – сформировать «проблемное поле» на пути развития порта в соответствии с выбранной стратегией развития.

**УДК 338.47**

### НАПРЯМКИ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

*Верлока В.С., к.е.н., професор,  
Шаля О.Г. к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

В сучасних умовах розвитку відносин на транспортному ринку транспортним підприємствам доцільно в якості основного напрямку стратегічного розвитку розглядати стратегії диференціації як засіб створення стійких конкурентних переваг. Стратегія диференціації – це стратегія, яка направлена на забезпечення для транспортного підприємства широкого ринкового сегменту за видами продукції, надання продуктам відмітних якостей (рис), що сприяють отриманню конкурентних переваг і залученню стійкого контингенту споживачів в планованому періоді.

Диференціація може служити індикатором рівня транспортного обслуговування, а саме показувати, наскільки неоднакові транспортні умови життєдіяльності в різних сегментах транспортного ринку.

Диференціація продукції повинна бути використана як спосіб отримання конкурентної переваги саме транспортних підприємств, оскільки в цьому випадку потреби і смаки покупців дуже відрізняються залежно від матеріального положення клієнта і тому не можуть бути задоволені шляхом виробництва стандартного переліку послуг. У випадку застосування принципів диференціації, транспортне підприємство, ретельно вивчає поведінку і потреби покупців з метою з'ясування думки клієнтів щодо цінності і значущості тих або інших ознак транспортних послуг.

Найбільший ефект може дати диференціація, що ґрунтується на:

- технологічних перевагах;
- високій якості продукції;
- наданні споживачам більшого набору супутніх послуг;
- наданні споживачам більшої "цінності" за ту ж ціну.

Стратегія диференціації направлена на досягнення лідерства в тій області, яка цінується значною частиною учасників транспортного ринку: репутації, сервісу, якості, і тарифної політики, що дозволяє збільшити лояльність споживачів до певного перевізника.

У ринкових умовах транспортні підприємства змушені вишукувати додаткові ресурси для підтримки своєї життєдіяльності, тому проблема підвищення прибутковості, а найчастіше й економічного виживання, вирішується за рахунок стратегій диверсифікації. Вона полягає в розширенні асортименту виробленої продукції, виконуваних робіт, наданих послуг, розвитку нових видів діяльності, як правило, не зв'язаних з основною.

Впродовж останніх двох років Укрзалізниця в межах стратегії диференціації впроваджує туристичні маршрути та туристичні потяги. Зокрема, на Південній залізниці, особливим попитом користується кримський напрямок, Умань, Київ. За заявками виконуються екскурсії до Спасового Скиту на рейковому автобусі.

Залізниці сьогодні спроможні підготувати рухомий склад, який відповідає всім вимогам туристів, і може бути використаний для надання послуг з перевезення туристів, готельних послуг та харчування.

**УДК. 711. 553.12**

### ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПІДХОДІВ У ТАРИФНІЙ ПОЛІТИЦІ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Волканова Н.Д., к.е.н., доцент (ДонІЗТ УкрДАЗТ)*

Логістика в Україні переживає дійсний підйом. Українська ліга логістики та складування вступила до Європейської логістичної асоціації. В Україні у 2008 році пройшов Другий національний логістичний Конгрес. Від слова, яке ще 5-6 років тому було зрозуміло лише вузькому колу спеціалістів, багато компаній перейшли до активної побудови логістичних систем, впровадженню передових логістичних стратегій і технологій. Зокрема, стратегічною є проблема зниження транспортних витрат у логістичних системах, так як її вирішення забезпечує певні конкурентні переваги продукції підприємств, які