

аналізуються можливості агрегації (укрупнення) даних. Виходячи з типу задачі, вибирається алгоритм рішення, вибирається (або складається наново) програма обробки на ЕОМ. Звичайно це робиться обчислювальним центром, який нерідко бере участь також в розробці моделі;

3) перевіряється інформаційна забезпеченість задачі, можливість отримання всіх передбачених моделлю початкових даних в прийнятні терміни. Якщо такої, можливості немає, модель в допустимих межах спрощується або укрупнюється з метою полегшення збору даних.

Після перевірки і корегування моделі вона використовується для вирішення конкретних задач щодо реформування галузі.

Заключним етапом є аналіз і неформальне доведення результатів обробки на ЕОМ і його узгодження з керівним органом залізничного транспорту, для якого рішення саме і призначене.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.

2. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: Кн.3 / Г.Л.Азоев; Библиотека хозяйственного человека. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. – ISBN: 5-85873-009-4.

3. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер Пер. с англ. – СПб.: Изд-во «Питер», М. – Харьков – Минск. – 1999. – 400 с

4. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. Пер. с англ. / Науч. ред. и автор предисловия Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

5. Антонюк, Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк / Монографія. – К.: КНЕУ, 2004, – 273 с.

6. Багиев Г. Л. Международный маркетинг / Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Никифорова С. В. – СПб.: Питер, 2001. – 512 с.

7. Багрова І.З. Складові та фактори конкурентоспроможності / І.З. Багрова, О.Р. Нефедова // Вісник економічних наук України. – 2007. – № 1. – с. 16

8. Баумгартен Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности

организаций и продукции / Л. В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 4(48). – с. 345

9. Барабась, Д. О. Конкурентні стратегії підприємства / Д.О. Барабась // Стратегія економічного розвитку України: Науковий збірник. – Вип. 2-3. – К.: КНЕУ, 2000. – с. 208

10. Безтелесна, Л. Механізм забезпечення сталого конкурентоспроможності великого промислового підприємства/ Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – № 12. – с. 456 2

11. Белоусов, В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В. Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – с. 269

12. Бондаренко А. Д. Мировые рынки ресурсов: [учебник] / Бондаренко А. Д. – Донецк: ДонГУ, 1998. – с. 378

13. Борисенко, З.М. Умови економічної конкуренції в Україні / З.М. Борисенко // Економіка України. – 2002. – № 10. – С. 4-11.

14. Боровских Н. Конкурентные стратегии: методология формирования и развития/ Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – С. 37-48.

15. Васильчак С., Мацюняк І. Кадрова безпека підприємства – основа економічного розвитку : Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.12. – С. 122 – 128

16. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація/ А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. С. 50-53.

УДК 338.5:656.611.2

КОРПОРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кібік О.М., д.е.н., професор (НУ «ОЮА»)

Останнім часом національна економічна система та її складові інтегруються у світові соціально-економічні процеси, що змушує більш активно використовувати інструменти підвищення рівня відповідальності економічних суб'єктів

з врахуванням основ інституційної теорії.

В економічно розвинених країнах отримав розвиток інститут корпоративної відповідальності (КВ), важливим елементом якого є корпоративна соціальна відповідальність (КСВ).

Наприкінці 2011 р. було прийнято Стратегію ЄС відносно корпоративної соціальної відповідальності на 2011–2014 рр. Відповідно до стратегії, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність бізнесу за свій вплив на суспільство. В ЄС вважається за доцільне існування закону, відповідно до якого крупні бізнес-структури у форми щорічної звітності повинні включати розділи, що відображають результати реалізації заходів у сфері корпоративної соціальної відповідальності. За відсутності зазначених ініціатив, структура повинна надати пояснення. У цей час, за оцінками експертів, менше ніж 1 % компаній надають звіти про КСВ [1].

Метою розвитку системи корпоративної відповідальності є позитивний вплив на оточення економічного суб'єкта задля забезпечення його успішності та відповідно прибутковості протягом тривалого періоду. Для реалізації цієї мети бізнес-структури повинні постійно аналізувати бізнес-процеси та адаптувати їх до сучасних вимог та потреб оточення, що досить часто обумовлює виникнення значних витрат. Тобто корпоративна відповідальність, зокрема соціальна відповідальність, є складовою системи цінностей бізнес-структури, її корпоративної культури, маркетингової політики, зокрема враховується при розробці маркетингових заходів [2].

Провідні іноземні бізнес-структури морського транспорту активно використовують переваги, що обумовлюються наявністю систем корпоративної відповідальності. Результати дослідження іноземними вченими практики реалізації політики корпоративної відповідальності говорять про те, що 10 відомих та успішних іноземних структур портової діяльності мають ефективні системи корпоративної відповідальності. Порти Антверпен, Гамбург, Гонг Конг, Джебель Алі, Роттердам, Нью Йорк, Лос Анджелес, Пусан, Шанхай, Сінгапур активно застосовують такі ініціативи, якими є співпраця з іноземними

портами, наявність КВ-місії, вирішення екологічних проблем, освітня діяльність, вирішення проблем зайнятості, гендерних проблем, енергозбереження, гуманітарна допомога та підтримка благодійних організацій, співпраця з місцевими громадами, наявність звітів про сталий розвиток, прозорість тощо. Результатом реалізації названих ініціатив є мінімізація ризиків функціонування і максимізація цінності портових підприємств [3].

Численні вітчизняні підприємства морського бізнесу, зокрема в сфері портової діяльності, у цей час формують та реалізують систему антикризових заходів, серед яких обов'язковим є удосконалення структури та методів корпоративного управління. Найбільш важливими заходами проектів посилення КВ для національних підприємств портової діяльності вважаємо ініціативи з підвищення рівня ефективності використання ресурсного потенціалу та покращення взаємодії із зацікавленими сторонами. З іншого боку держава та інші економічні агенти, що є безпосередніми або опосередкованими учасниками портової діяльності, також повинні приймати та реалізовувати відповідальні рішення у сфері співпраці з портовими підприємствами. Особливо в умовах кризи держава має робити економічно та політично відповідальні кроки в напрямку підтримки розвитку національних портових підприємств. Вирішення завдання з покращення взаємодії між численними учасниками портової діяльності у найкоротші терміни та з оптимальними витратами є можливим за умови активізації процесів кластеризації.

Вивчення праць вчених [3,4] та результати власних досліджень дозволяють зробити наступний висновок. Реалізація проектів посилення відповідальності бізнес-структур портової діяльності буде сприяти підвищенню рівня їх конкурентоспроможності та оптимізації фінансових результатів завдяки:

- виявленню неефективних сфер діяльності, бізнес-процесів, структурних підрозділів, послуг;
- виявленню можливостей бізнесу, які інакше могли б залишитися невідомими;
- покращенню управління поведінкою зацікавлених сторін, принаймні основних;
- підвищенню інноваційного

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]

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 галузі. В результаті даного процесу розробляють заходи, спрямовані на