

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