

Буряк А.А., к.е.н., доцент; Белодєд М.Ю., студент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Ширяєва А.О., студентка,
Інститут транспорту та телекомунікацій (м. Рига, Латвія)

СТИМУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ КОНКУРЕНЦІЇ З ДЕРЖАВОЮ: ДОСВІД СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

Конкурентоспроможність – це здатність підприємства, продукту, галузі або країни ефективно конкурувати на ринку і досягати успіху в порівнянні з іншими учасниками.

Основними факторами конкуренції є:

- якість продукту або послуги: висока якість товару або послуги є ключовим фактором конкурентоспроможності. Це означає, що продукт повинен відповідати вимогам і очікуванням клієнтів, бути надійним, функціональним і ефективним;
- цінова політика: ціна грає важливу роль у конкуренції на ринку. Підприємство повинно пропонувати конкурентоспроможні ціни, які відображають якість продукту або послуги, а також здатні забезпечити необхідний прибуток;
- інноваційність: підприємство, яке постійно впроваджує нові ідеї, технології та методи виробництва, має більшу конкурентну перевагу. Інновації можуть стосуватися вдосконалення продукту, процесів виробництва, маркетингових стратегій і т.д.;
- ефективність виробництва: здатність ефективно виробляти товари або надавати послуги за допомогою оптимального використання ресурсів (людських, матеріальних, фінансових) є важливим фактором. Це може включати удосконалення процесів виробництва, оптимізацію ланцюга постачання, зменшення витрат і т.д.;
- маркетингові стратегії: розробка ефективних маркетингових стратегій, включаючи сегментування ринку, позиціонування бренду, рекламу і просування продукту, допомагає залучити клієнтів і зберегти їх лояльність;
- репутація бренду: сильна репутація бренду сприяє конкурентоспроможності. Якщо бренд має відмінну репутацію за якість, надійність, інноваційність або інші позитивні характеристики, це забезпечує перевагу на ринку і довіру споживачів;
- доступ до ресурсів: Наявність доступу до необхідних ресурсів, таких як кваліфікована робоча сила, технології, сировина, капітал і інфраструктура, може вплинути на конкурентоспроможність. Підприємство, яке має легкий доступ до цих ресурсів, може бути більш ефективним і конкурентоспроможним;
- гнучкість і адаптивність: здатність швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах, зміні потреб клієнтів або технологічних зрушень є важливою для конкурентоспроможності. Гнучкість у виробництві, маркетингу та прийнятті рішень допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним;
- інфраструктура: якість інфраструктури, такої як транспортна система, енергетика, телекомунікації й технічна підтримка, також може впливати на конкурентоспроможність [1].

Добре розвинута інфраструктура сприяє ефективному виробництву, постачанню та розповсюдженню продукції.

Основна суть будь-якої конкуренції – це бажання мати більше благ, шляхом надання кращого продукту споживачу. Стимулювання цих процесів найчастіше відбувається шляхом присутності на ринку декількох або багатьох компаній.

Водночас, існують державні компанії, які за відгукami користувачів надають послуги не тієї якості, яку б хотіли мати споживачі таких послуг. Наприклад, 88% українців впевнені, що «Укрзалізниця» терміново потрібна реформа [2]. І хоча під час війни ця компанія вивезла тисячі людей з прифронтових територій, кожен знає, що умови для подорожей здебільшого їх не задовільняють.

Залізничні перевезення у Сполучених Штатах Америки є цікавим прикладом конкуренції між державною компанією та приватними підприємствами. В США функціонує державна залізнична компанія, відома як «Amtrak», яка забезпечує пасажирські перевезення по всій країні. Однак, наряду з «Amtrak» існують також приватні залізничні компанії, які пропонують свої послуги в окремих регіонах.

Ця конкуренція між державною та приватною залізничною компаніями створює сприятливу ситуацію для поліпшення якості та ефективності перевезень. Коли існує конкуренція, кожна компанія змушена прагнути залучити більше клієнтів та задовольнити їх потреби. Це стимулює їх до вдосконалення сервісу, покращення розкладу руху поїздів, використання новітніх технологій та розвитку інфраструктури.

Приватні залізничні компанії, виступаючи конкурентами «Amtrak», можуть внести свої унікальні ідеї та інновації, що сприяють змінам у галузі залізничних перевезень. Наприклад, вони можуть пропонувати нові маршрути, розширюючи мережу перевезень, або запроваджувати нові технології для зручності пасажирів, такі як бездротовий інтернет у поїздах або покращені системи бронювання квитків.

Конкуренція також створює можливість для пасажирів обирати найкращий варіант перевезення, залежно від їх потреб та вподобань. Конкурентні ціни та різноманітність послуг спонукають пасажирів ретельніше розглянути свої варіанти та зробити інформований вибір. Це примушує компанії покращувати свої послуги, забезпечувати більший комфорт та зручність для пасажирів, а також залучати їх своїми конкурентними перевагами.

Компанія «Amtrak» також відчуває конкуренцію від приватних залізничних перевізників. Це змушує її постійно вдосконалюватися та пристосовуватися до змін на ринку. Наприклад, «Amtrak» може впроваджувати нові послуги, які були популярні у приватних компаній, або пропонувати конкурентні ціни для залучення більшої кількості пасажирів.

Для України це може означати два варіанти:

1. Акции компанії «Укрзалізниця», що належать державі, частково викуповують великі приватні компанії, для яких створені належні соціально-економічні, законодавчі умови заходу на ринок з таких позицій.

2. Підготовка законодавчої бази задля належного функціонування системи, при якій залізничні перевезення можуть здійснювати й приватні компанії.

Від цього зможуть отримати переваги не тільки приватні компанії, що будуть отримувати прибуток, а й держава, яка буде вимушена підвищувати рівень якості послуг на ринку, щоб максимізувати прибуток та наповнювати бюджет. Соціальна складова питання генерує задоволення громадян наявністю вибору та якості їх подорожей саме за допомогою конкуренції.

Отже, конкуренція у будь-якій галузі в Україні з державними компаніями, а саме у залізничних перевезеннях, сприяє покращенню якості перевезень, розширенню мережі маршрутів, впровадженню нових технологій та забезпеченню більшого вибору для пасажирів. Конкуруючі компанії мають стимул інноваційно працювати та надавати якісні послуги, що сприяє загальному покращенню галузі залізничних перевезень в країні, її розвиток та підвищення репутації на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства / Ю.М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.

2. Опитування Gradus: <https://www.railinsider.com.ua/majzhe-90-ukrayincziv-vvazhayut-shho-reforma-uz-krytychno-neobhidna/>