

багато інших факторів. Саме креативне мислення може допомогти управлінцям логістики знайти нові способи адаптуватися до цих змін та забезпечити стабільність та ефективність діяльності компанії [3].

Отже, креативне мислення грає важливу роль у забезпеченні ефективності логістичних процесів, допомагаючи управляти змінами та забезпечуючи інноваційний підхід до управління. Важливо розвивати креативне мислення серед менеджерів з логістики та створювати таке середовище, яке в подальшому буде сприяти розвитку нових ідей та ініціатив. Таким чином, за допомогою креативного мислення в логістичних процесах, компанії зможуть отримати перевагу над конкурентами та забезпечити стабільний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Лосюк Л. Основні тенденції розвитку сучасних концепцій СУЯ. Стандартизація, сертифікація, якість. 2009. № 4. С. 3–9.
2. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навчальний посібник для студ. вищ. навч. Закладів. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
3. Руденко Г.Р. Аналіз логістичних послуг в Україні. Бізнес-інформ. 2011. №8. С.63-65

*Давидюк В.Є., студентка,
Науковий керівник: к.е.н. Сафонік Н.П.
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

У досягненні основних цілей діяльності транспортних підприємств – забезпеченні зростання та стабільності – виключно важливе значення має диверсифікація та підвищення конкурентоспроможності. Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємств є підвищення науково-технічного потенціалу, покращення використання трудових ресурсів, організації управління та маркетингової діяльності. У зв'язку з цим проблема вдосконалення організації управління підприємством є актуальною.

Транспорт в країні забезпечує економічні, соціальні, культурні та оборонні функції держави, є важливою складовою в економічній інтеграції, а також у міжнародній торгівлі. Він є одним з основних факторів впливу на розміщення продуктивних сил. Будучи елементом як національної, так і міжнародної інфраструктури, забезпечує процес виробництва та можливість ефективного

використання виробничих ресурсів. Одночасно транспорт виступає й фактором економічного зростання, індикатором темпів розвитку національної економіки та світового господарства в цілому.

Управління конкурентоспроможністю транспортного підприємства (далі – ТП) пов’язане з формуванням такої моделі поведінки організації, за якої вона здатна відповідати на запити замовників, користуватися попитом у споживачів, зберігати стійке фінансове становище, отримувати бажані прибутки у довгостроковій перспективі, вчасно адаптуватись до змін в умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища [1].

Сьогодні підвищення конкурентоспроможності ТП на ринку транспортних послуг неможливе без створення його привабливого іміджу як для зовнішньої аудиторії – потенційних покупців, так і для внутрішньої аудиторії – співробітників організації. За рахунок позитивного іміджу формується лояльне ставлення споживачів, відбувається залучення висококваліфікованих кадрів, розширюються межі фінансових можливостей [2, с. 289]. Це фактор довіри споживача до організації та послуг, що надаються їм, а отже, фактор підвищення конкурентоспроможності.

Сучасні трансформаційні процеси зумовлюють необхідність врахування інноваційно-цифровізаційних тенденцій при управлінні конкурентоспроможністю підприємства, що повинно характеризуватись «якісно новим наповненням компетенцій менеджерів і робітників підприємства, необхідністю формування інноваційно-цифрового потенціалу, здатного підтримувати створення конкурентних переваг на ринку» [3, с. 4]. Цифровізація економіки дає поштовх для розвитку усіх сфер та сприяє підвищенню рівня привабливості вітчизняної економіки для інвестицій, зокрема сприяє зміцненню конкурентних позицій вітчизняних підприємств через прискорення автоматизації виробничих процесів, підвищення рівня продуктивності праці, зростання ефективності управлінських процесів та розширення кордонів для співпраці [4]. На наш погляд, в умовах цифрової економіки ефективний підхід до управління компанією заснований насамперед на використанні інформаційних технологій, диджиталізації транспортних та логістичних послуг.

Автоматизація та диджиталізація управлінських процесів дозволяють суттєво оптимізувати фінансові, людські та, що важливо, тимчасові ресурси. За останнє десятиліття використання постачальниками транспортних та логістичних послуг передових ІТ-технологій значно підвищило такі критерії якості вантажних перевезень, як ефективність, надійність та безпека.

Враховуючи, що у світі постійно збільшується вартість робочої сили, необхідно ширше використовувати штучний інтелект, який може підвищити ефективність логістичних операцій. Також до інновацій у цій галузі можна віднести

«розумні» дрони, що дозволяють швидко доставляти малогабаритні товари своїм замовникам.

Важливим трендом, характерним для ринку цифрової логістичної аналітики та інформатизації є «доповнена реальність», що може надати провайдерам логістики швидкий доступ до інформації, яка є основою для ухвалення управлінських рішень на будь-якому етапі логістичного процесу [5].

Таким чином, можна дійти висновку, що сьогодні підвищити конкурентоспроможність ТП неможливо без широкого використання сучасних ІТ-технологій. Менеджмент сучасної ТП повинен спиратися на сучасні ІТ-технології, серед яких найперспективнішими є технологія доповненої реальності та впровадження штучного інтелекту. Ключовим чинником конкурентоспроможності ТП є диджиталізація послуг і процесів управління підприємством.

Управління конкурентоспроможністю ТП пов'язане з формуванням такої моделі поведінки організації, коли вона здатна відповідати викликам ринку. При цьому необхідно враховувати нерівномірність рівня вимог до гравців-конкурентів, які працюють на ринку транспортних послуг.

Найбільш важливими факторами конкурентоспроможності ТП на ринку транспортних послуг є висока продуктивність праці персоналу, своєчасне відправлення вантажів, оснащення терміналів високопродуктивними вантажними механізмами, підтримка сприятливого іміджу компанії, гарантія своєчасного та збереження відправлення вантажів, підтримка конкурентоспроможних цін на послуги, продаж послуг через інтернет, доступний та добре організований клієнтський сервіс, безперервний розвиток людського потенціалу.

Привабливий імідж також сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації, у зв'язку з чим можна рекомендувати введення в організаційну структуру ТП PR-служби, яка дозволяє організувати цілеспрямоване конструювання іміджу ТП не лише для ведення конкурентної боротьби, але формування прихильності та позитивної організаційної ідентичності виробничого колективу.

Список використаних джерел:

1. Євтушенко Н.О., Гурін Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2022. № 3-4(40). С. 24-28.
2. Сафонік Н. П., Ковальчук А. М., Карпенко І. О. Особливості формування економічного потенціалу підприємства із позицій його іміджу в умовах адаптації до змін. *Бізнес Інформ*. 2021. №11. С. 287–293. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-11-287-293>.

3. Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2019. 342 с.

4. Сафонік Н.П. Інноваційно-цифровізаційні тенденції розвитку підприємств в сучасних умовах. *Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення*: зб. Матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2021 р., м. Київ). Том.2. К.: НАУ, 2021. С. 102-105.

5. Харченко М.В., Цимбалістова О.А., Черніхова О.С. Цифрова трансформація логістичних бізнес-процесів на ринку авіаційних перевезень. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. Випуск 44. С. 49-56.

Дергалюк М.О.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНІВ ЯК БАЗИС СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Соціально-економічний розвиток будь-якої країни не є рівномірним, оскільки є території, які, зазвичай, розрізняються за наявним потенціалом. Не є винятком і Україна. Різні регіони мають різну динаміку та частку валового регіонального продукту у загальному значенні валового продукту, який виступає основним показником економічного розвитку території. Це, перш за все, зумовлено наявністю різного економічного потенціалу регіонів. Економічний потенціал регіону можна розглядати з різних підходів, але, при цьому, він включає у себе природно-ресурсний, виробничий, соціально-економічний, трудовий, рекреаційно-туристичний, інноваційний, інвестиційний, експортний, науково-технічний та інші види потенціалів регіону, які у сукупності та взаємодії забезпечують досягнення розвитку регіональних економічних систем.

Взагалі, поняття «потенціал» зустрічається ще з часів Аристотеля, який у філософському сенсі розмірковував над його сутністю. У сучасній літературі поняття «потенціал» зустрічається часто. Його розуміють як ресурс, властивості, резерви, можливості. Це пов'язано із тим, що потенціал одночасно можна розглядати не тільки з точки зору різних підходів, а у різній часовій перспективі.