

ISSN 2223-3822

Omel'chack, G. (2018). Formuvannya konkurentnoho seredovyshcha yak umova efektyvnoi realizatsii potentsiinykh mozhlyvostei PAT «Ukrzaliznytsia» [Formation of the competitive environment as a condition for efficient implementation of potential opportunities of Ukrzaliznytsya PJSC]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 19, no. 2, pp. 75-84. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18ogvmpu.pdf>



SEPS

Journal

Socio-Economic
Problems and the State

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

Ганна Омельчак

Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій

вул. Кияшка, 16А, м. Запоріжжя, 69065, Україна

e-mail: ganna_zp@ukr.net

старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та туризму



Article history:

Received: July, 2018

1st Revision: August, 2018

Accepted: September, 2018

JEL classification:

O18

UDC:

658.5:005.336:656

DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd2018.02.075>

Анотація. У статті розроблено теоретико-методологічні засади і практичні рекомендації щодо формування конкурентного середовища для реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця». Для вирішення даного завдання в роботі запропоновано застосувати системний підхід, методи раціонального вирішення проблем. Визначено поняття конкурентний потенціал, конкурентне середовище, потенційні можливості. Запропоновано основні напрямки формування конкурентного середовища для ефективної реалізації потенційних можливостей залізниці. Обґрунтовано теорію формування конкурентного середовища залізниці на базі прогресивної концепції та концепції «струсової терапії». Обґрунтовано теоретико-методологічні положення й практичні рекомендації щодо формування конкурентного середовища, що дозволяють вирішити проблему – ефективну реалізацію потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця». Доведено, що використання конкурентного середовища повинно ґрунтуватися на базових принципах функціонування ринку: динамічності, конкуренції, економічної свободи суб'єктів ринку, економічної ефективності і свободи ціноутворення. Розроблено практичні рекомендації щодо формування та реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця», результатом використання яких є формування збалансованого потенціалу та ефективної реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця».

Ключові слова: можливості, формування, конкурентне середовище, ефективність, потенційні можливості, конкурентні переваги.



Ганна Омельчак Формування конкурентного середовища як умова ефективної реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця» [Електронний ресурс] / Ганна Омельчак // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2018. — Вип. 2 (19). — С. 75-84. — Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18ogvmpu.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

1. Постановка проблеми.

Розвиток міжнародних транспортних зв'язків, зміни в структурі економіки, курс України до євроінтеграції, впровадження Євродиректив вимагають зміни підходів до моделі реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця», чіткого розмежування потенційно конкурентних сфер діяльності ПАТ «Укрзалізниця» від природної монополії та відхід від державного регулювання у конкурентних сегментах ринку.

Актуальність проблеми обумовлена тим, що саме формуванням конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця» розкриваються резерви її потенційних можливостей, і як наслідок, економічне зростання. Проблема формування конкурентного середовища є однією найважливіших проблем реалізації потенційних можливостей залізниці.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Поняття «потенціал» є фундаментальною характеристикою будь-якої системи. Його дослідженню приділяється значна увага науковців. Викладення теорії потенціалу та концепцій його формування, дослідження питань ефективної реалізації потенціалу економічних систем різних рівнів здійснено в наукових працях Л. В. Балабанової, Б. Є. Бачевського, Л. С. Головка [4], О. І. Маслак, Н. Г. Метеленко, Т. А. Пушкар, О. І. Олексюка, І. Садловська [5], В. Г. Федорової, Є. А. Яцури та інших. Різними аспектами формування та оцінювання потенціалу підприємств займалися такі вітчизняні науковці: Л. Головка, О. Коренков, А. Генералова, І. Ігнат'єва, О. Федонін, Р. Патора та інші.

3. Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Разом з тим, практичних рекомендацій щодо формування конкурентного середовища для реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця» на наш погляд надано недостатньо. Тому, незважаючи на велику кількість досліджень у цій сфері, дане питання залишається актуальним і обумовлює необхідність щодо проведення поглиблених досліджень.

4. Постановка завдання.

Обґрунтована необхідність формування конкурентного середовища як умова ефективної реалізації потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця». Запропонувати напрямки формування конкурентного середовища для ефективної реалізації потенційних можливостей залізниці. Обґрунтувати теорію формування конкурентного середовища залізниці на базі прогресивної концепції та концепції «струсової терапії». Обґрунтувати теоретико-методологічні положення та практичні рекомендації щодо формування конкурентного середовища, що дозволять ефективну реалізацію потенційних можливостей ПАТ «Укрзалізниця».

5. Виклад основного матеріалу.

В науково-практичному обігу існує ряд визначень сутності конкурентного середовища, які розглядаються з різних аспектів та доповнюють один одне.

Більшість вчених розглядають конкурентне середовище як сукупність зовнішніх, стосовно конкретного суб'єкта підприємницької діяльності, чинників, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств певної галузі. Конкурентне

середовище формується та розвивається в залежності від умов взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, їхнього рівня економічного суперництва і можливості впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Значну роль у цьому процесі відіграє нормативно-правові інституції та механізм їхньої взаємодії. На конкурентне середовище впливає як національні суб'єкти ринку, взаємодія яких викликає суперництво, так і міжнародні та державні інституції.

Взаємодія умов та чинників конкурентного середовища створюють необхідне оточення для досягнення конкурентних переваг. Необхідною умовою розвитку конкурентних переваг ПАТ «Укрзалізниця» є достатність його конкурентного потенціалу. Динамічний взаємозв'язок між поняттями конкурентний потенціал, фактори конкурентоспроможності, конкурентна перевага наведена на рис.1.

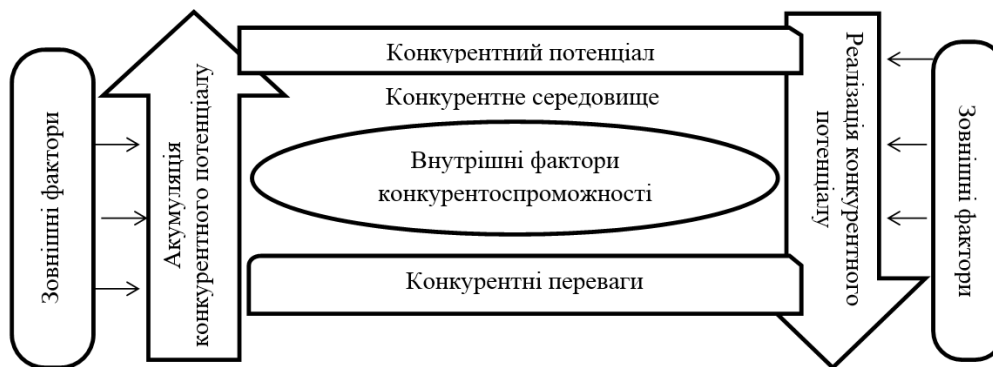


Рис. 1. Взаємозв'язок між поняттями конкурентний потенціал, фактори конкурентоспроможності, конкурентна перевага

Ключовим елементом зовнішнього середовища, що визначає умови досягнення високого рівня конкурентоспроможності ПАТ «Укрзалізниця», є стан його конкурентного середовища. Тобто, під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів на основі конкурентного потенціалу формуються конкурентні переваги ПАТ «Укрзалізниця», які визначають рівень його конкурентоспроможності. В свою чергу сформовані конкурентні переваги забезпечують процес накопичення конкурентного потенціалу. Системна взаємодія визначених елементів процесу формування конкурентоспроможності ПАТ «Укрзалізниця» характеризує стан та можливості щодо створення, зміцнення та розвитку власних конкурентних переваг. Крім того, її усвідомлення є запорукою ефективного стратегічного управління залізницею.

Конкурентне середовище ПАТ «Укрзалізниця» зазнає суттєвого впливу економічних, соціальних, геополітичних факторів зовнішнього середовища. Посилення або ослаблення позиції залізниці на ринку відбувається в результаті зміни ринкової ситуації, існуючих бар'єрів входу і виходу, формування або втрати конкурентних переваг, впливу інших факторів.

Складові конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця» наведені на рис. 2 [3].

Процес формування конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця» може базуватись на прогресивній концепції та концепції «струсової терапії».

Прогресивна концепція формування конкурентного середовища ґрунтується на принципах обов'язковості та пріоритетності проведення заходів з підготовки ПАТ «Укрзалізниця» до конкурентної взаємодії і поступовому впровадженні її елементів. Тобто, конкуренція розвивається поступово і формується поетапно.

Інша концепція формування конкурентного середовища - концепція «струсової терапії». Суть цієї концепції полягає у необхідності впровадження конкуренції одразу і

в повному обсязі, пов'язуючи з цим створення потужних стимулів для формування нових потужностей.

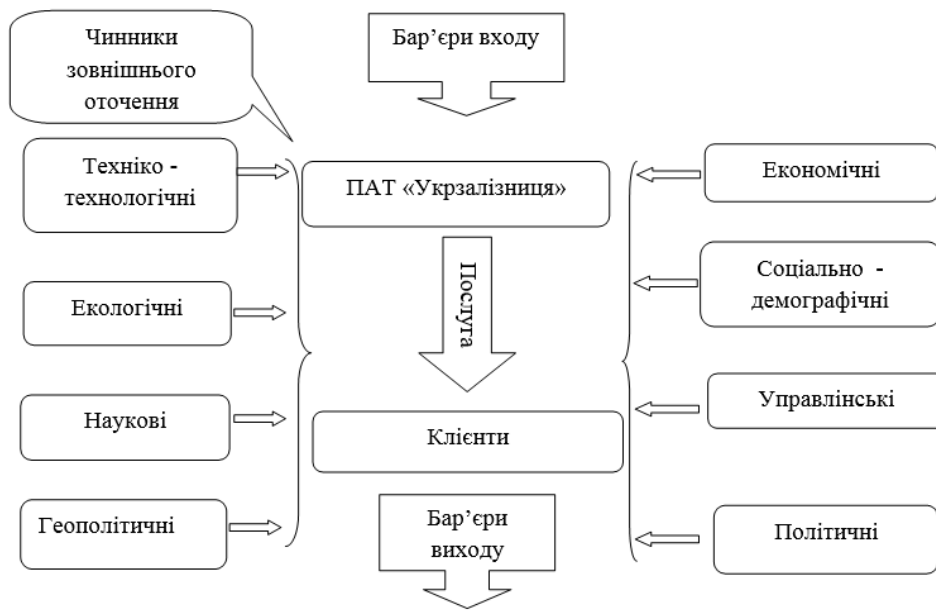


Рис. 2. Структура конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця»

Поступове формування конкурентного середовища не означає, що мова йде про прогресивний процес, характерний для економічно розвинених країн, де сучасна конкуренція складалася століттями.

Трансформаційний процес в економіці пострадянських країн, в тому числі України, передбачає стислі терміни. Тому, говорячи про прогресивний процес розвитку конкуренції в перехідних економіках, мають на увазі не терміни перетворень, а їх послідовність. Поєднати послідовність і прийнятну швидкість формування конкурентного середовища можливо тільки у випадку регульованого процесу. У цьому сенсі, конкурентне середовище в перехідних економіках повинно формуватися не як результат дії сліпих ринкових сил, а як продукт свідомої діяльності з наперед визначеними цілями.

Враховуючи досвід формування конкурентного середовища в економіках різних країн, виділено етапи цього процесу, які наведено на рис.3.

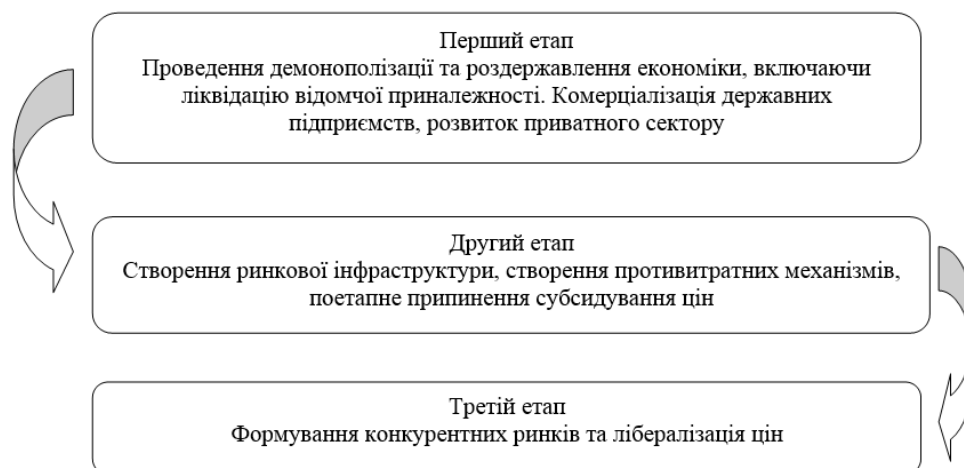


Рис. 3. Етапи формування конкурентного середовища

У формуванні конкурентного середовища важливу роль відіграють державні інститути. Якщо ПАТ «Укрзалізниця» не може зміцнити конкурентоспроможність за допомогою реалізації конкурентних стратегій, залізниця об'єктивно буде змушена звернутися до неринкових способів вирішення проблем, що стоять перед нею.

Тому той факт, що конкуренція переміщується із сфери господарського обороту в сферу взаємин з владними структурами і розгортається не навколо покупця, а навколо чиновника, що розподіляє ресурси, є лише наслідком конкурентних умов, що сформувалися в економіці [6].

Тобто, єдина конкурентна політика всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування є запорукою функціонування та розвитку ефективного конкурентного середовища для ПАТ «Укрзалізниця».

Водночас, не виважені рішення державних органів можуть мати більш вагомий та тривалий негативний вплив на конкуренцію, ніж антиконкурентні дії суб'єктів господарювання.

Серйозними проблемами ПАТ «Укрзалізниця» є значний знос основних виробничих засобів, недостатній обсяг інвестицій, необхідних для оновлення та забезпечення інноваційного розвитку матеріально-технічної бази галузі, обмеженість бюджетного фінансування та амортизаційних відрахувань, недосконалість механізму лізингу, низький рівень використання транзитного потенціалу держави.

Для подолання зазначених проблем розроблено Транспортну стратегію України на період до 2020 року [7], одним з напрямів реалізації якої є створення конкурентного середовища на ринку транспортних послуг. Формування сприятливого конкурентного середовища є обов'язковою передумовою ефективного функціонування ПАТ «Укрзалізниця» в ринкових умовах, фактором збільшення їх потенційних можливостей.

Для результативного управління потенційними можливостями ПАТ «Укрзалізниця» необхідно мати достовірну інформацію про стан ринку.

Для досягнення конкурентних переваг, формування ефективних стратегій розвитку керівництву ПАТ «Укрзалізниця» необхідно знати ринкову ситуацію, оцінювати рівень конкуренції та рівень власної конкурентоспроможності за об'єктивними методиками.

Методологія дослідження конкурентного середовища, повинна ґрунтуватися на базових принципах функціонування ринку: динамічності, конкуренції, економічної свободи суб'єктів ринку, економічної ефективності і свободи ціноутворення [6].

Оскільки основною метою дослідження конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця» є визначення стану ринку на певний момент і прогнозування тенденцій його подальшого розвитку, для досягнення зазначеної мети необхідно:

- дослідити і оцінити загальну економічну ситуацію на конкретному ринку, визначити його тип;
- виявити ключові фактори, що визначають характер взаємовідносин на ринку, його структуру та тенденції розвитку;
- визначити кількісні та якісні характеристики співвідношення попиту і пропозиції;
- спрогнозувати тенденції розвитку ринку.

На рис. 4 наведено підхід щодо послідовності проведення аналізу конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця».

За наведеною послідовністю на першому етапі аналізу конкурентного середовища досліджується загальна інформація про стан ринку: наводиться характеристика основних учасників, дані про основні послуги, вивчаються загальні тенденції розвитку відповідного ринку [2].

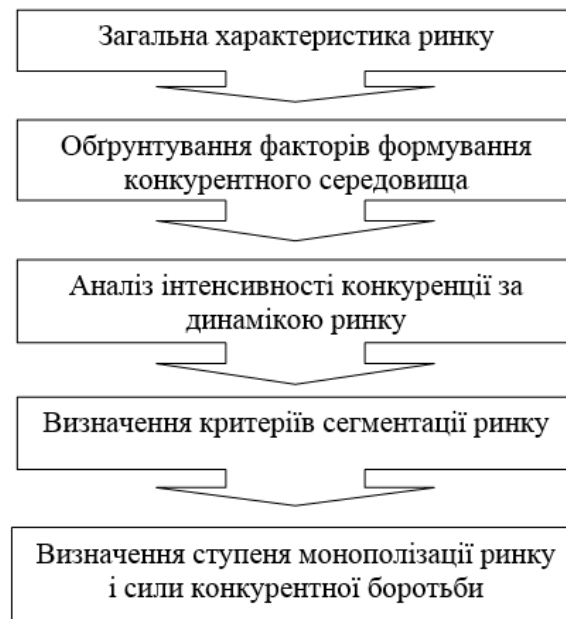


Рис. 4. Етапи аналізу конкурентного середовища

На другому етапі визначається перелік факторів, які впливають на формування конкурентного середовища. Найбільше практичне значення для ПАТ «Укрзалізниця» має дослідження факторів, що впливають на кон'юнктуру ринку.

Відомо, що інтенсивність конкуренції збільшується при зменшенні темпів зростання ринку.

На третьому етапі дослідження конкурентного середовища розраховується показник динаміки ринку за формулою:

$$Tr = \left(\left(\frac{V_{ан} - V_б}{V_{ан}} \right) * t / 12 + 1 \right) * 100, \quad (1)$$

де $V_{ан}$ – обсяг ринку в аналізованому періоді; $V_б$ – обсяг ринку в базовому періоді; t – період часу, за який визначається показник.

За показником динаміки ринку розраховується показник інтенсивності конкуренції (I_k), який характеризує гостроту конкуренції на ринку і змінюється в межах від 0 до 1. Якщо $I_k = 0$, то конкуренція мінімальна, а якщо $I_k = 1$, то максимальна.

Фактичне значення I_k визначається за такими співвідношеннями: якщо показник динаміки $Tr > 140\%$, то $I_k = 0$; якщо $70\% < Tr < 140\%$, то I_k розраховується за формулою:

$$I_k = (140 - Tr) / 70, \text{ якщо } Tr < 70\%, \text{ то } I_k = 1. \quad (2)$$

За розподілом ринкових часток найбільша конкурентна активність існує при приблизно однакових частках конкуруючих об'єктів.

На четвертому етапі аналізу конкурентного середовища визначаються критерії сегментації ринку.

Наступний етап аналізу конкурентного середовища передбачає визначення ступеня монополізації ринку і сили конкурентної боротьби. Для цього використовуються показники: індекс концентрації, індекс Херфиндаля-Хіршмана, показник інтенсивності конкуренції за розподілом ринкових часток [8].

Оцінюючи ступінь монополізації ринку слід враховувати, що згідно Закону України «Про захист економічної конкуренції» [7] «суб'єкт господарювання займає

монополне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо на цьому ринку у нього немає жодного конкурента або він не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

Монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції». Практичний ефект для ПАТ «Укрзалізниця» від застосування методики можливий за умови проведення постійного моніторингу [8]. Тільки тоді ПАТ «Укрзалізниця» зможе обґрунтовано формувати конкурентні переваги.

6. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

На основі вище проведеного аналізу можна зробити наступні висновки:

1) Конкурентне середовище ПАТ «Укрзалізниця» зазнає суттєвого впливу економічних, соціальних, геополітичних факторів зовнішнього середовища. Посилення або ослаблення позиції залізниці на ринку відбувається в результаті зміни ринкової ситуації, існуючих бар'єрів входу і виходу, формування або втрати конкурентних переваг, впливу інших факторів.

2) Серйозними проблемами ПАТ «Укрзалізниця» є значний знос основних виробничих засобів, недостатній обсяг інвестицій, необхідних для оновлення та забезпечення інноваційного розвитку матеріально-технічної бази галузі, обмеженість бюджетного фінансування та амортизаційних відрахувань, недосконалість механізму лізингу, низький рівень використання транзитного потенціалу держави.

3) Процес формування конкурентного середовища ПАТ «Укрзалізниця» може базуватись на прогресивній концепції та концепції «струсової терапії». Методологія дослідження конкурентного середовища, повинна ґрунтуватись на базових принципах функціонування ринку: динамічності, конкуренції, економічної свободи суб'єктів ринку, економічної ефективності і свободи ціноутворення.

4) Конкурентне середовище ПАТ «Укрзалізниця» формується та розвивається в залежності від умов взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, їхнього рівня економічного суперництва і можливості впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Значну роль у цьому процесі відіграє нормативно-правові інституції та механізм їхньої взаємодії. На конкурентне середовище впливає як національні суб'єкти ринку, взаємодія яких викликає суперництво, так і міжнародні та державні інституції.

Author details (in Russian)

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПАО «УКРЗАЛИЗНИЦЯ»

Анна Омельчак

*Запорожский институт экономики и информационных технологий
ул. Кияшко, 16А, г. Запорожье, 69065, Украина
e-mail: ganna_zp@ukr.net*

старший преподаватель кафедры маркетинга, менеджмента и туризма

Аннотация. В статье разработаны теоретико-методологические основы и практические рекомендации по формированию конкурентной среды для реализации потенциальных возможностей ПАО «Укрзалізниця». Для решения данной задачи в

работе предложено применить системный подход, методы рационального решения проблем. Определены понятия конкурентный потенциал, конкурентная среда, потенциальные возможности. Предложены основные направления формирования конкурентной среды для эффективной реализации потенциальных возможностей железной дороги. Обоснованно теорию формирования конкурентного середовища железной дороги на базы прогрессивной концепции и концепции «струсовой терапии». Обоснованы теоретико-методологические положения и практические рекомендации по формированию конкурентной среды, позволяющие решить проблему - эффективную реализацию потенциальных возможностей ПАО «Укрзалізниця». Доказано, что использование конкурентного середовища должно основываться на базовых принципах функционирования рынка: динамичности, конкуренции, экономической свободы субъектов рынка, экономической эффективности и свободы ценообразования. Разработаны практические рекомендации по формированию и реализации потенциальных возможностей ПАО «Укрзалізниця», результатом использования которых является формирование сбалансированного потенциала и эффективной реализации потенциальных возможностей ПАО «Укрзалізниця».

Ключевые слова: возможности, формирования, конкурентная среда, эффективность, потенциальные возможности, конкурентные преимущества.

Author details (in English)

FORMATION OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT AS A CONDITION FOR EFFICIENT IMPLEMENTATION OF POTENTIAL OPPORTUNITIES OF UKRZALIZNITSYA PJSC

Ganna Omel'chack

Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technologies

Kiyashka str., 16A, Zaporizhzhya, 69065, Ukraine

e-mail: ganna_zp@ukr.net

Senior Lecturer at the Department of Marketing, Management and Tourism

Abstract. *In the article theoretical and methodological principles and practical recommendations for forming a competitive environment for realization of potential opportunities of PJSC "Ukrzaliznytsya" are developed. To solve this problem in the work it is proposed to apply a systematic approach, methods of rational solution of problems. The concept of competitive potential, competitive environment, potential opportunities is defined. The main directions of formation of a competitive environment for effective realization of potential opportunities of the railway are offered. The theory of formation of the competitive environment of the railway is grounded on the basis of the progressive concept and the concept of "concurrent therapy". The theoretical and methodological positions and practical recommendations for forming a competitive environment that solve the problem - effective realization of potential opportunities of PJSC "Ukrzaliznytsya" are substantiated. It is proved that the use of the competitive environment should be grounded on the basic principles of functioning of the market: dynamism, competition, economic freedom of market players, economic efficiency and freedom of pricing. Practical recommendations for the formation and realization of potential opportunities of PJSC "Ukrzaliznytsya" are developed, the result of which is the formation of balanced potential and effective realization of potential opportunities of PJSC "Ukrzaliznytsya".*

Keywords: opportunities, formation, competitive environment, efficiency, potential opportunities, competitive advantages.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18ogvmpu.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Omel'chack, G. (2018). Formuvannia konkurentnoho seredovyscha yak umova efektyvnoi realizatsii potentsiinykh mozhlyvostei PAT «Ukrzaliznytsia» [Formation of the competitive environment as a condition for efficient implementation of potential opportunities of Ukrzaliznitsya PJSC]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 19, no. 2, pp. 75-84. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2018/18ogvmpu.pdf>

Використана література:

1. Амосов О. Ю. Формування потенціалу підприємства: організаційний та управлінський аспект – Бізнес Інформ. – 2015. – №12.
2. Бабина О. Є. Аналіз конкурентного середовища транспортного підприємства: теоретико-методологічний підхід – Вісник економіки транспорту і промисловості: Збірник науково-практичних статей Української державної академії залізничного транспорту. – Х.: УДАЗТ, 2016. – Вип. 37. – С.173 - 178.
3. Бабина О. Є. Концептуальні засади формування конкурентного середовища транспортних підприємств / О. Є. Бабина // Теорії мікро-макроекономіки: зб. наук. праць. – К.: АМУ, 2012. – Вип. 38.– С. 200 - 209.
4. Babyna, O. Paradigm of humanization as integrative phenomena of modern stage of economy development [Text] / O. Babyna // «Nauka i studia»: Przemysł, Polska, Nauka i studia, 2013. – NR1(69) – С.24-31.
5. Головкова Л. С. Сукупний економічний потенціал корпорацій формування та розвиток: монографія – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. – 340 с.
6. Садловська І. Потенціал транспортного підприємства та його структуризація Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер.: Економіка і управління. – 2015. – Вип. 33. – С. 345-351. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_eiu_2015_33_41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2015.03.011>
7. Симионов Н. Е. Методы анализа рынка [Текст]– М.: Экспертное бюро, 2000. – 128 с.
8. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства. / Хомяков В. І., Бакум І. В. – К.: Кондор, 2007 – 400с.
9. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч. пос.] / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – 2-ге вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2015. – 316с.
10. Про захист економічної конкуренції [Електронний ресурс]: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

References

1. Amosov, O. Yu. (2015) Formuvannia potentsialu pidpriemstva: orhanizatsiyni ta upravlinskyi aspekt [Formation of enterprise potential: organizational and managerial aspect]. *Biznes Inform*, No.12.
2. Babyna, O. Ye. (2016) Analiz konkurentnoho seredovyscha transportnoho pidpriemstva: teoretyko-metodolohichniy pidkhid [An analysis of the competitive environment of a transport enterprise: a theoretical and methodological approach]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti: Zbirnyk naukovo-praktychnykh statei Ukrainskoi derzhavnoi akademii zaliznychnoho transportu*, Vol. 37, pp. 173 - 178.

3. Babyna, O. Ye. (2012) Kontseptualni zasady formuvannia konkurentnoho seredovyscha transportnykh pidpriemstv [Conceptual principles of forming a competitive environment for transport enterprises]. *Teorii mikro-makroekonomiky: zb. nauk. prats.* Vol. 38, pp.200 - 209.
4. Babyna, O. (2013) Paradigm of humanization as integrative phenomena of modern stage of economy development. «Nauka i studia»: Przemysł, Polska, Nauka i studia, NR1(69) – pp. 24-31.
5. Holovkova, L. S. (2009) Sukupnyi ekonomichnyi potentsial korporatsii formuvannia ta rozvytok: monohrafiia [The aggregate economic potential of corporations for formation and development: a monograph]. Zaporizhzhia.
6. Sadlovska, I. (2015) Potentsial transportnoho pidpriemstva ta yoho cstrukuryzatsiia [Potential of a transport company and its structurization]. *Zbirnyk naukovykh prats Derzhavnogo ekonomiko-tehnolohichnoho universytetu transportu*. Ser.: Ekonomika i upravlinnia. Vol. 33, pp. 345-351. – Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_eiu_2015_33_41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2015.03.011>
7. Symyonov, N. E. (2000) Metody analiza rynku [Market Analysis Methods]. Ekspertnoie biuro.
8. Khomiakov, V. I. & Bakum, I. V. (2007) Upravlinnia potentsialom pidpriemstva [Enterprise Capacity Management]. Kondor.
9. Fedonin, O. S., Riepina, I. M. & Oleksiuk, O. I. (2015) Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka [Enterprise Potential: Formation and Evaluation].
10. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii [Elektronnyi resurs]: Zakon Ukrainy vid 11.01.2001 p. № 2210-III. – Access mode: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.



© 2018 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:

Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.

You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

No additional restrictions

You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

