

УДК 338.625.715

В. І. КОПИТКО^{1*}, Ю. О. САКСОН¹

^{1*}Каф. гуманітарної та соціально-економічної підготовки, Львівська філія Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, вул. І. Блажкевич, 12а, м. Львів, Україна, 79052, тел. (032) 267-99-74, ел. пошта v-kopytko@ukr.net

МАРКЕТИНГО-ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Мета. Метою статті є вдосконалення діючої на залізничному транспорті системи маркетинго-логістичного забезпечення вантажних перевезень в умовах реформування залізничного транспорту. **Методика.** Методичною основою дослідження є праці вітчизняних вчених з питань функціонування транспортних підприємств, у яких вирішуються проблеми вдосконалення якості планування обсягів продажів транспортних послуг з метою підвищення ефективності управління роботою залізниць на транспортному ринку й забезпечення їх фінансової стабільності в ринкових умовах. **Результати.** Розвиток маркетингу та логістики на залізничному транспорті дозволить знизити непродуктивні витрати в організації та освоєнні перевезень за рахунок завчасного та адекватного реагування на очікуваний попит у сфері перевезень, а також підвищити обґрунтованість пропозицій щодо тарифної та інвестиційної політики новоствореної акціонерної компанії. **Наукова новизна.** Наукова новизна полягає в обґрунтуванні пропозицій щодо поточних прогнозів обсягів вантажних перевезень, ініційованих залізничними підприємствами, та удосконаленні системи показників для проведення оптимізації вантажних перевезень у різних сегментах споживачів транспортних послуг. **Практична значимість.** Пропозиції авторів можна використати для подальшого розвитку якості поточного прогнозування обсягів вантажних перевезень на основі проведення маркетингових досліджень з використанням сучасних інформаційних технологій. Створені та існуючі логістичні центри повинні здійснювати аналіз вантажопотоків і розподіл їх на мережі залізниць.

Ключові слова: ринок вантажних перевезень; залізничний транспорт; маркетинг; логістика; механізми взаємодії транспортних систем; рівень транспортних послуг.

Постановка проблеми

Створення ПАТ «Українська залізниця» зумовило напрямки реформування залізничного транспорту як відкритої комплексної складної системи, яка вміщує низку взаємопов'язаних технічних, технологічних і економічних елементів і є важливою частиною транспортної системи.

В економічних процесах такого масштабу виникають певні перешкоди, пов'язані з відмінностями в економічних відносинах країн-учасників, необхідністю пошуку інвестиційних ресурсів для реалізації міжнародних проектів з метою вдосконалення транспортних систем. Подолання цих перешкод пов'язане з необхідністю розробки теоретико-методичної бази на основі маркетинго-логістичного підходу на ринку залізничних перевезень для створення таких механізмів взаємодії транспортних систем взаємодіючих країн, які дозволять

здійснювати вантажні перевезення й надавати транспортні та інші послуги високої якості споживачам на зовнішніх і внутрішніх ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Тематику маркетинго-логістичного забезпечення ринку перевезень, у т.ч. на залізничному транспорті, досліджували І. Аксенов [1], Ю. Бараш [2], А. Брайковська [5], В. Дикань [3], М. Корінь [7], П. Підлісний [9], Ю. Цветов [4], Л. Шило [10] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Розвиток економічних і технологічних інтеграційних процесів спрямований на задоволення зростаючого попиту на вантажні перевезення. Одним з актуальних напрямків розвитку системи залізничних вантажних перевезень є питання об'єднання систем використання рухо-

мого складу, проблема підвищення інвестиційної привабливості об'єктів залізничного комплексу на локальних і глобальних ринках. Також слід визначити потенційних учасників у створенні єдиного центру управління вагонним парком і систем взаєморозрахунків на ринку вантажних перевезень.

Формулювання цілей статті

Метою цього дослідження є розробка методичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення маркетинго-логістичного підходу на ринку залізничних перевезень в умовах реформування залізничного транспорту, що сприятиме поточному прогнозуванню обсягів вантажних перевезень. Це допоможе економічному обґрунтуванню теоретичних і методичних підходів до раціонального використання парку вантажних вагонів на ринку залізничних перевезень, підвищить ефективність використання рухомого складу й забезпечить створення сприятливого інвестиційного клімату для його оновлення в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження

Якісно новий підхід до організації раціональної скоординованої діяльності різних транспортних підприємств у інтересах численної клієнтури пропонує маркетинг та логістика. Це забезпечує інтеграцію діяльності вантажовласників в управлінні матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками і, відповідно, запасами матеріальних засобів, складським господарством, а також взаємодіючих органів та засобів залізничного та інших видів транспорту.

Ринок транспортних послуг визначається їх особливостями та особливостями потреб, що задовольняються ними, а також особливостями виробників і споживачів транспортних послуг. Існують такі особливості ринку транспортних послуг, що зумовлюють специфіку функціонування та управління підприємствами транспорту [4]: нематеріальний характер транспортної продукції; невіддільність товару-послуги від процесу виробництва; неможливість накопичити «про запас», що зумовлює необхідність управління резервами пропускної спроможності; специфіка кругообігу капіталу у сфері транспорту – реалізація не товару, а процесу виробництва; просторова роз'єднаність

полігонів реалізації транспортних послуг – їхня невазємозамінність обмежує внутрішньогалузеву (на одному виді транспорту) конкуренцію; роль виду транспорту на транспортному ринку – значною мірою залежить від його універсальності, продуктивності, розміщення комунікацій, рівня технічного устаткування, провізної та пропускної спроможності, вартості, зручності та безпеки перевезень; формування попиту на транспортні послуги з вантажних перевезень суспільно необхідними потребами в матеріальному обміні.

Діяльність ПАТ «Українська залізниця» та регіональних філій пов'язана з високим ступенем невизначеності, викликані різною реакцією клієнтів на кон'юнктурні зміни на ринку, що призводить до труднощів планування вантажно-розвантажувальної роботи, визначення очікуваних обсягів перевезень вантажів. Недостатнє вивчення поведінки, мотивів і переваг різних категорій споживачів транспортних послуг у виборі партнерів по бізнесу, реакції окремих клієнтів (груп) на дії чинників, що формуються на підприємницькому, регіональному, галузевому, державному та міжнародному рівнях управління, а також недосконалість наукового інструментарію для дослідження й прогнозування транспортно-економічних відносин вимагають застосування маркетингу та логістики.

Україні розглядається, як країна з транзитним потенціалом [5], що орієнтована на євроінтеграцію, має відповідати міжнародним стандартам та бути конкурентоспроможною на європейському відкритому ринку транспортних послуг. Зокрема, рівень транспортних послуг у сфері вантажних перевезень має відповідати вимогам та потребам міжнародного вантажовласника. Для цього необхідно такі практичні кроки: реалізація відповідних економічних реформ, реструктуризація й оновлення основних фондів, удосконалення технології перевезень і підвищення якості транспортно-експедиційних послуг відповідно до вимог ринкової економіки, європейських та світових стандартів якості в цій сфері.

Застосування маркетингу й логістики на залізничному транспорті дозволить знизити непродуктивні витрати в організації та освоєнні перевезень (за рахунок завчасного та адекватного реагування на очікуваний попит у сфері перевезень), а також підвищити обґрунто-

ваність пропозицій щодо тарифної та інвестиційної політики компанії. Це дасть можливість в Україні експорту транспортних послуг, оскільки, згідно зі статистикою СОТ, експорт транспортних послуг становить 21,3 % від загальносвітового експорту комерційних послуг. В Україні частка імпорту досягає 0,4 %, експорту – 1,0 % на загальносвітовому ринку транспортних послуг. Країни ЄС (27) здійснюють 32,1 % імпорту та 43,2 % загальносвітового експорту транспортних послуг [6]. Зокрема, згідно зі статистикою ЄС, на міжнародні перевезення товарів морем припадає 50,8 %, автодорожні – 17 %, залізничні – 1,3 %, повітряні – 22,9 % [8]. За змішаною схемою перевезень здійснюється близько 60 % світового зовнішньоторговельного товарообміну, з них 75 % – через експедиторів або операторів перевезень [9].

Дослідження психології споживачів, у тому числі транспортних послуг, у зарубіжних країнах показало, що залежно від інтересів і схильностей їх можна розділити на три групи: перші надають перевагу високій якості обслуговування; другі орієнтуються на високу швидкість, ефективність і мінімум ризику; треті делегують обслуговування процесів транспортування, збуту та продажу продукції посередникам.

Тому економічна робота залізничного транспорту повинна ґрунтуватися на запитах споживача. Клієнта приваблюють мінімальні терміни доставки, 100 % збереження вантажу при перевезенні, зручності з прийому та здачі вантажів, можливість отримання достовірної інформації про тарифи, умови перевезення і місцезнаходження вантажу. Тільки за цих умов клієнт готовий нести відповідні витрати.

Розглядаючи питання якості транспортних послуг та транспортного обслуговування, необхідно пам'ятати і враховувати такі особливості:

- вибір сукупності послуг вимагає розгляду всіх можливих варіантів рівнів транспортного обслуговування;
- потреб у клієнта може бути декілька, що тягне за собою відповідність властивостей і характеристик послуг одночасно і часто суперечить вимогам один щодо одного);
- при укладенні договору запити й потреби клієнтів чітко обумовлюються і фіксуються;
- у багатьох випадках потреби клієнта з часом змінюються, що зумовлює необхідність

періодичного проведення маркетингових досліджень. Кожен вид послуги транспорту вимагає серйозного вивчення й аналізу;

- потреби та запити клієнтів зазвичай виражаються в певних властивостях з кількісною їх характеристикою і включають такі аспекти, як безпека, функціональна придатність, експлуатаційна готовність, надійність, економічні фактори, екологічність тощо;

- для кількісної оцінки якості використовуються такі вирази, як: «відносна якість», «рівень якості», «міра якості».

Для поліпшення транспортного обслуговування інформація про якість транспортних послуг, отримана на підставі накопиченого досвіду й побажань клієнтів, повинна ретельно вивчатися й аналізуватися.

У 2017 році ПАТ «Укрзалізниця» планує інвестувати в рухомий склад та інфраструктуру 27,5 млрд грн, що в 4,5 рази більше, ніж у 2016 році, на ремонт рухомого складу спрямується 9 млрд грн. Це дозволить закупити понад 9 тис. вантажних та 500 пасажирських вагонів, відремонтувати й модернізувати 33 тис. вантажних вагонів [6], тобто доцільно розглядати весь процес перевезення: від вантажовідправника до вантажоодержувача, включаючи вантажопереробку, упаковку, зберігання, розпакування й інформаційні потоки, які супроводжують доставку.

Це викликає необхідність у створенні спеціальних логістичних центрів, які мають здійснювати аналіз вантажопотоків і розподіл їх на мережі залізниць. На основі маркетингових досліджень даних аналізу можна розробляти пропозиції: з оптимізації вантажопотоків на мережі залізниць і взаємозв'язку з іншими видами транспорту; розподілу перевезень за видами транспорту відповідно до їх специфічних особливостей, комплектації й формування відправок; з порядку укладення договорів і т.д. Мета таких досліджень – якісне та повне задоволення попиту клієнтури на перевезення.

Для розвитку контейнерної системи в Україні, розширення сфери діяльності залізничного транспорту України на внутрішньому й зовнішньому ринках, надання транспортних, експедиційних та інших послуг, регулювання парку контейнерів та фітінгових платформ, а також утримання їх в технічно справному стані створено Філію «Центр транспортного сервісу

«Ліски» Публічного акціонерного товариства «Українська залізниця», яка на сьогодні є лідером у сфері організації залізничних та інترمодальних перевезень транзитних та експортно-імпортних вантажів у контейнерах [7].

У сферу діяльності Центру «Ліски» входять: організація перевезень вантажів в універсальних 20- та 40-футових контейнерах, танк-контейнерах, рефрижераторних контейнерах та експедирування будь-яких вантажів залізничним та іншими видами транспорту. Центр має надійні та стабільні договірні відносини з провідними експедиторськими організаціями СНД та Європи, що дозволяє здійснювати комплексне транспортно-експедиційне обслуговування вантажів клієнтів з доставкою вантажу за схемою «від дверей до дверей» територією країн СНД, Балтії та Європи.

У рамках програми створення національного оператора комбінованих перевезень до складу Центру «Ліски» включені залізничні термінали поблизу великих промислових центрів України: Київ, Одеса, Луганськ, Донецьк, Дніпро, Харків, а також прикордонний пункт перевантаження з вузької колії на широкую на станції Чоп. На їх базі вже функціонують логістичні центри єдиної системи функціонування залізничного та автомобільного транспорту. Як структурний підрозділ Укрзалізниці Філія «ЦТС «Ліски» представляє її інтереси на міжнародному рівні й має великі партнерські зв'язки серед залізничних адміністрацій інших країн. Усе це сприяє тому, що клієнти, які довіряють Філії «ЦТС «Ліски» свої вантажі для перевезення залізницею, завжди будуть у вигаді.

Отже, сучасні технологічні процеси, що відбуваються в логістичних ланцюгах під час доставки вантажів споживачеві, мають свої особливості, які залежать від транспортної характеристики вантажу (фізико-механічні та фізико-хімічні властивості вантажу, його обсяг і маса, вид тари й упаковки), кількості вантажу (масові вантажі, дрібні партії вантажів, вантажі в пакетах, контейнерах, на піддонах), виду транспорту та його провізної здатності, характеру виробничих об'єктів і ін. Для досягнення поставленої мети в логістичних центрах слід вирішити такі завдання: виконати аналіз системи поточного планування обсягів вантажних перевезень; дослідити специфіку й поточний стан ринку вантажних перевезень у сегменті

взаємопов'язаних виробництв різних галузей економіки; виявити групи (категорії) споживачів транспортної продукції; класифікувати бізнес-відносини між підприємствами, що відправляють вантажі; виробити принципи й методику сегментації споживачів транспортної продукції для формування поточних прогнозів обсягів перевезень вантажів за групами, включаючи детальні клієнтські прогнози; розробити методику ідентифікації різних категорій споживачів транспортної продукції в інформаційному сховищі, а також методичні рекомендації щодо формування поточних прогнозів обсягів перевезень.

Висновки з дослідження

Дослідження транспортного ринку й кон'юнктури конкретних товарів і послуг дають можливість оптимізувати матеріальні потоки, що циркулюють на цьому ринку, а вивчення кон'юнктури, попиту і пропозиції за конкретними товарами й послугами дозволяє оптимізувати логістичні ланцюги. Створені та існуючі логістичні центри повинні здійснювати аналіз вантажопотоків і розподіл їх на мережі залізниць. На основі маркетингових досліджень результатів аналізу можна розробити пропозиції з оптимізації вантажопотоків на мережі залізниць і взаємозв'язку з іншими видами транспорту, розподілу перевезень за видами транспорту. Розвиток маркетингу та логістики на залізничному транспорті дозволить знизити непродуктивні витрати в організації та освоєнні перевезень (за рахунок завчасного та адекватного реагування на очікуваний попит у сфері перевезень), а також підвищити обґрунтованість пропозицій щодо тарифної та інвестиційної політики компанії.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку

Подальші дослідження полягатимуть у необхідності створення інформаційно-логістичної структури з єдиним інформаційним забезпеченням, доступним для використання всіма учасниками транспортного ринку. На залізничному транспорті, який і в сучасних ринкових умовах є однією з основних складових транспортної системи в Україні, такою структурою покликані стати транспортно-логістичні центри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксенов И. М. Маркетинг на объектах транспорта : монография / И. М. Аксенов. – Нежин : ООО «Вид-во «Аспект–Поліграф»», 2006. – 336 с.
2. Бараш Ю. С. Управление железнодорожным транспортом страны : монография / Ю. С. Бараш. – 2-е вид., перерабл. і доп. – Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2006. – 264 с.
3. Дикань В. Л. Маркетингово-логістичний підхід щодо розвитку транспортно-логістичної інфраструктури підприємств залізничного транспорту / В. Л. Дикань, А. В. Кузьменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 51. – С. 9–16.
4. Проблеми та основні напрями реформування залізничного транспорту України / Ю. М. Цвєтов, М. В. Макаренко, М. Ю. Цвєтов та ін. – Київ : КУЕТТ, 2007. – 222 с
5. Брайковська А. Дослідження особливостей формування ринку транспортних послуг як середовища функціонування підприємств транспорту [Електронний ресурс] / А. Брайковська // Прикладна економіка (Економіст. – 2012. – № 9). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_9_14 (дата звернення 05.05.2017)
6. International Trade Statistics 2011, Statistic database WTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wto.org> (дата звернення: 05.05.2017)
7. Корінь М. В. Необхідність впровадження сервісної логістики на залізничному транспорті [Електронний ресурс] / М. В. Корінь // X Ювілейна міжнародна науково-практ. конф. «Проблеми економіки та управління на залізничному транспорті», ЕКУЗТ–2015. – Режим доступу : <http://www.ekuzt.gov.ua/node/89> (дата звернення: 08.05.2017)
8. EU: Transport in Figures 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : Source: <http://ec.europa.eu/transport/publications/statistics/doc/2012/pocketbook2012.pdf> (дата звернення: 09.05.2017)
9. Панченко С. В. Тенденції та доміанти розвитку залізничного транспорту України в умовах формування світової транспортно-логістичної системи товароруку / С. В. Панченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – № 50. – С. 3–5.
10. Підлісний П. І. Стан та тенденції розвитку змішаних вантажних перевезень / П. І. Підлісний, А. М. Брайковська // Економіка та управління : зб. наук. пр. ДЕДУТ. – 2012. – Вип. 19. – С. 7-19
11. Шило Л. А. Роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності вантажних залізничних перевезень / Л. А. Шило, І. Л. Добровольська, Г. С. П'ятигорець // Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту». – 2015. – Вип. 10. – С. 87–92.
12. Балчун В. «Укрзалізниця» у 2017 р. збільшить інвестиції в інфраструктуру та рухомий склад [Електронний ресурс] / В. Балчун // Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/398671.html> (дата звернення: 10.05.2017).
13. Філія «Центр транспортного сервісу «Ліски» публічного акціонерного товариства «Українська залізниця» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liski.ua> (дата звернення: 05.05.2017). – Назва з екрана.

В. И. КОПЫТКО^{1*}, Ю. О. САКСОН¹

¹ Каф. гуманитарной и социально-экономической подготовки, Львовский филиал Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, ул. И. Блажкевич, 12а, г., Украина, 79052, тел. (032) 267-99-74, эл. почта v-kopytko@ukr.net

МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЫНКА ПЕРЕВОЗОК В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Цель. Цель статьи – совершенствование действующей на железнодорожном транспорте системы маркетингово-логистического обеспечения грузовых перевозок в условиях реформирования железнодорожного транспорта. **Методика.** Методической основой исследования являются труды отечественных ученых по функционированию транспортных предприятий, посвященные решению проблемы совершенствования качества планирования объемов продаж транспортных услуг в целях повышения эффективности управления работой

железних дорог на транспортному ринку і забезпечення їх фінансової стабільності в ринкових умовах. **Результати.** Розвиток маркетингу і логістики на залізничному транспорті дозволить знизити непродумані витрати в організації і освоєнні перевезок за рахунок заблаговременного і адекватного реагування на очікуваний спосіб в сфері перевезок, а також підвищить обґрунтованість пропозицій по тарифній і інвестиційній політиці знову створеної акціонерної компанії. **Научна новизна.** Научна новизна заключається в обґрунтованості пропозицій по поточним прогнозам об'ємів вантажних перевезок, ініційованих залізничними підприємствами, і удосконаленні системи показників для проведення оптимізації вантажних перевезок в різних сегментах споживачів транспортних послуг. **Практична значимість.** Пропозиції автора можна використовувати в подальшому розвитку якості поточного прогнозування об'ємів вантажних перевезок на основі проведення маркетингових досліджень з використанням сучасних інформаційних технологій. Створені і існуючі логістичні центри повинні здійснювати аналіз вантажопотоків і розподілу їх на мережі залізничних доріг.

Ключові слова: ринок вантажних перевезок, залізничний транспорт, маркетинг, логістика, механізми взаємодії транспортних систем, рівень транспортних послуг.

V. I. KOPYTKO^{1*}, YU. O. SAKSON¹

^{1*}Dep. Humanitarian and Socio-Economic Training, Lviv Branch of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after academician V. Lazaryan, st. I. Blazhkevich, 12a, Lviv, Ukraine, 79052, tel. (032) 267-99-74, e-mail: v-kopytko@ukr.net

MARKETING AND LOGISTICS TRANSPORT MARKET SUPPORT UNDER RAILWAY REFORM

Goal. The article aims at improving the existing rail system of marketing and logistics transport of the reformation of rail transport in the freight market. **Method.** Methodical basis of the study is the work of local scientists from the operation of transport enterprises to address quality improvement planning sales of transport services in order to improve management of the railways in the transport market and to ensure their financial stability in market conditions. **Results.** Development of marketing and logistics in rail transport will reduce overhead in the organization and development of transportation by early and adequate response to expected demand in the field of transport and increase the validity of the proposals on tariff and investment policy of the newly formed holding company. **Scientific novelty.** Scientific innovation is the validity of proposals on the current forecast volume of freight traffic initiated by railway undertakings and improving performance for optimization of freight traffic in different segments of users of transport services. **The practical significance.** Author proposed suggestions can be used for further development as the current prediction of the volume of freight traffic on the basis of market research using modern information technology. Created and existing logistics centers have to analyze their distribution and freight on the railway network.

Keywords: .freight market, rail transport, marketing, logistics, transport mechanisms of the system, the level of transport services.

REFERENCES

1. Aksenov, Y. M. (2006). *Marketynh na obektakh transporta : monohrafiya*. Nezhin, Ukraine: Aspekt–Polihraf.
2. Barash, Y. S. (2006). *Upravlinnia zaliznychnym transportom krainy : monohrafiia* (2nd ed.). Dnipropetrovsk, Ukraine: Dnipropetr. nats. un-tu zalizn. transp. im. akad. V. Lazaryana.
3. Dykan, V. L. (2015). Marketynhovo-lohistychnyi pidkhyd shchodo rozvytku transportno-lohistychnoi infrastruktury pidpriemstv zaliznychnoho transportu . *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (51), 9-16.
4. Tsvietov, Y. M., Makarenko, M. V., & Tsvietov, M. Y. (2007). *Problemy ta osnovni napriamy reformuvannia zaliznychnoho transportu Ukrainy*. Kyev, Ukraine: KUETT.
5. Braikovska, A. (2012). Doslidzhennia osoblyvostei formuvannia rynku transportnykh posluh yak seredovyshcha funktsionuvannia pidpriemstv transportu. *Prykladna ekonomika*, (9), ekonomist. Retrieved May 05, 2017, from http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_9_14

6. International Trade Statistics 2011, Statistic database WTO [Advertisement]. (n.d.). Retrieved May 05, 2017, from <http://www.wto.org>
7. Korin , M. V. (2015). Neobkhdnist vprovadzhennia servisnoi lohistyky na zaliznychnomu transporti .*Yuvileina mizhnadrodna naukovo-prakt. konf. «Problemy ekonomiky ta upravlinnia na zaliznychnomu transporti»*. Retrieved May 08, 2017, from <http://www.ekuzt.gov.ua/node/89>
8. EU: Transport in Figures 2011 [Advertisement]. (n.d.). Retrieved May 09, 2017, from <http://ec.europa.eu/transport/publications/statistics/doc/2012/pocketbook2012.pdf>
9. Panchenko, S. V. (2015). Tendentsii ta dominanty rozvytku zaliznychnoho transportu Ukrainy v umovakh formuvannia svitovoi transportno-lohistychnoi systemy tovarorukhu. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (50), 3-5.
10. Pidlisnyi, P. I., & Braikovska, A. M. (2012). Stan ta tendentsii rozvytku zmishanykh vantazhnykh perevezen. *Ekonomika ta upravlinnia : zb. nauk. pr. DETUT.*, (19), 7-19.
11. Shylo, L. A., Dobrovolska, I. L., & Piatyhorets, H. S. (2015). Rol marketynhu v pidvyshchenni konkurentospromozhnosti vantazhnykh zaliznychnykh perevezen. *Zb. nauk. pr. Dnipropetr. nats. un-tu zalizn. transp. im. akad. V. Lazariana «Problemy ekonomiky transportu»*, (10), 87-92.
12. «Ukrzaliznytsia» u 2017 r. zbilshyt investytsii v infrastrukturu ta rukhomyi sklad [Interview by V. Balchun]. (n.d.). Retrieved May 10, 2017, from <http://ua.interfax.com.ua/news/general/398671.html>
13. Filiia «Tsentr transportnoho servisu «Lisky» publichnoho aktsionernoho tovarystva «Ukrainska zaliznytsia». (n.d.). Retrieved May 05, 2017, from <http://www.liski.ua>

Надійшла до редколегії 25.05.2017.

Стаття рекомендована до друку д-ом екон. наук, проф. Міщенком М. І. та канд-м тех. наук, доц. Кічором В. П.