

Домінуючою формою організації маркетингу в країнах з ринковою орієнтацією нині є загальна концепція маркетингу, яка виникла в умовах високорозвинутої економіки для розв'язання проблем підприємництва. Під концепцією маркетингу дуже часто розуміють сукупність принципів, що утворюють основу маркетингу в галузях виробничої та комерційної діяльності.

У чистому вигляді, на думку окремих авторів, концепція маркетингу представляє собою сукупність видів діяльності, які сприяють безперешкодному переходу продукції від товаровиробника до кінцевого споживача, а головне – задоволення потреб споживача. Разом з тим концепція чистого маркетингу визвала в наукових колах рішучу критику в свою адресу, яка зводилась до того, що маркетинг в чистому вигляді не в змозі вирішити конфлікти між потребами та довгостроковою благонадійністю суспільства. Інші ж автори вважають, що концепція маркетингу є системою основних положень маркетингової діяльності, яка наголошує на тому, що досягнення основної мети підприємством залежить від того, наскільки вдало воно вивчило потреби потенційних споживачів і наскільки повно їй ефективно, у порівнянні з конкурентами, задовольнило їх. На думку Ф. Котлера, концепція маркетингу – це орієнтація на потреби клієнтів, підкріплена комплексними зусиллями маркетингу, спрямованими на створення споживацького задоволення як основи для досягнення своїх цілей. На нашу думку, ця концепція є найбільш прийнятною в сучасних умовах ринкових відносин, тому що саме вона зорієнтована на збалансованість трьох головних факторів: задоволення вимог суспільства загалом, задоволення потреб споживачів, задоволення потреб товаровиробників.

*Науковий керівник – асистент Іващенко О.В.*

## **ВИДИ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ АТП**

**Федотова І.В., к.е.н., доцент, Рощупкіна О.С., студентка,  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет**

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується збільшенням попиту на вантажні автомобільні перевезення. Це потребує зростання можливостей автотранспортних підприємств (АТП) функціонувати в складних умовах зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на ефективність діяльності підприємства. За таких умов визначення напрямків розвитку та шляхів досягнення стратегічної стійкості АТП набуває особливої

актуальності. Її обґрунтування повинно базуватися на використанні сучасних методів, у тому числі стратегічного управління.

**Під стратегічною стійкістю автотранспортного підприємства** доцільно розуміти унікальну здатність АТП тривалий час функціонувати, розвивати або зберігати заданий рівень роботи та адаптуватися в разі зміни внутрішніх та зовнішніх умов, підтримуючи міцність та надійність АТП, як цілісної системи.

На даний час серед авторів не існує єдиної та чіткої думки, щодо складових видів стратегічної стійкості підприємства.

Більшість науковців виділяють лише технологічну, виробничу та економічну стійкості, деякі кадрову, маркетингову, соціальну, фінансову, інші екологічну або інноваційну, а деякі науковці стратегічну стійкість ототожнюють з економічною, але в сукупності жоден із науковців їх не описує повний склад напрямків, що не досить повно характеризує та розкриває сутність стратегічної стійкості.

У табл. 1 наведено сутнісну характеристику основних складових стратегічної стійкості підприємства, які автор узагальнив, виходячи із видів діяльності АТП та базуючись на розробках різних науковців, і зазначено ключові напрями забезпечення стійкості за кожною складовою.

Таблиця 1

**Складові стратегічної стійкості підприємства та напрями її забезпечення**

Складова	Сутнісна характеристика	Напрями забезпечення стійкості
Техніко – технологічна стійкість	Здатність підприємства підтримувати техніко-технологічну адекватність.	Підтримання і розвиток техніко-технологічного потенціалу.
Економічна стійкість	Здатність підприємства ефективно здійснювати виробничо-господарську діяльність.	Підтримання і розвиток економічного потенціалу.
Інвестиційно – інноваційна стійкість	Здатність підприємства до залучення нових технологій та засобів, виконання нових видів робіт.	Підтримання і розвиток високої інвестиційної активності, впровадження нововведень.
Виробнича стійкість	Здатність підприємства підтримувати виробничий потенціал, враховуючи потреби ринку.	Підтримання і розвиток матеріально-технічного потенціалу.
Фінансова	Здатність підприємства	Здійснення ефективного

стійкість	працювати з високим рівнем рентабельності.	управління капіталом підприємства, ліквідність.
Кадрова стійкість	Здатність підприємства підтримувати низький рівень плинності кадрів та високий мотиваційний рівень персоналу.	Підтримання і розвиток кадрового потенціалу, використання сучасних методів управління персоналом.
Маркетингова стійкість	Здатність утримувати стійку конкурентоздатну позицію на ринку, досягати запланованого обсягу продаж.	Наявність точної та об'єктивної маркетингової інформації, об'єктивна оцінка ринку.
Екологічна стійкість	Визначає взаємозв'язок економіки підприємства, його екологічної безпеки.	Комплексне врахування екологічних аспектів.

Різні автори по різному, відображають складові стратегічної стійкості підприємства. Пошук шляхів підвищення стратегічної стійкості підприємств будь-якої організаційно-правової форми господарювання пов'язаний з виробленням певної системи методичних засад, підходів, критеріїв, показників, горизонтів – методичним інструментарієм, який дозволяє оцінити стан підприємства та його стійкість.

Стойкість підприємства формується під впливом багатьох зовнішніх (соціально-економічна та політична стабільність в країні; рівень платоспроможного попиту; податкова, кредитно-фінансова, облікова, інвестиційна політика; ситуація на ринку постачальників; галузеві особливості, тип ринку) та внутрішніх факторів (розміри підприємства; рівень гнучкості системи управління; рівень відповідності продукції запитам споживачів за якістю та ціною; стан матеріально-технологічної бази підприємства, новітність технологій; стан майна, рухомого складу і фінансових ресурсів, ступінь залежності від зовнішніх кредиторів та інвесторів; ефективність господарських і фінансових операцій; рівень менеджменту та забезпеченість висококваліфікованими кадрами; корпоративна культура; ділова репутація підприємства; збалансованість внутрішніх можливостей із впливом зовнішніх загроз тощо).

Представлені види стійкості є складовими частинами такого комплексного поняття як стратегічна стійкість підприємства. Неодмінно, завдяки підтримки належного рівня техніко-технологічної,

маркетингової, кадрової, екологічної, виробничої, фінансової, економічної, інвестиційно-інноваційної стійкості АТП поступово накопичує свою стратегічну стійкість.

Після проведеного аналізу літературних джерел, очевидно, що серед авторів та науковців не існує єдиної думки, щодо видів стратегічної стійкості, тому запропоновано виділяти їх в залежності від видів діяльності АТП. Таким чином, визначено основні види стратегічної стійкості АТП, їх складові, сутнісну характеристику та напрями забезпечення цих складових.

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

**Хоменко С., студент,  
Харківський національний технічний університет  
сізьського господарства імені Петра Василенка**

Зернопродуктовий підкомплекс є провідним в агропромисловому комплексі України й визначає зміст і характер більшості економічних процесів у цій сфері. Тут виробляють понад чверть валової сільськогосподарської продукції. Зерно є одним із найрентабельніших видів сільськогосподарської продукції, займає більше половини усіх посівних площ сільськогосподарських культур, забезпечує значну частину доходів сільськогосподарських підприємств. Зернове виробництво і ринок зерна є активною складовою сільськогосподарського виробництва, базисом економічного благополуччя. Тому зерно для України завжди є і буде стратегічною ринковою продукцією. Непересічна роль зерна, як стратегічного виду продукції, набуває актуальності з урахуванням проблеми глобального забезпечення населення таку постановку питання національний агровиробник спроможний закріпити світові позиції за Україною як державою, яка визначає кон'юнктуру ринку зерна. Підстава для цього – значний потенціал нарощування виробництва і експорту зернових.

Одним з найважливіших завдань сучасного господарства є стабілізація виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, в тому числі і зерна з одночасним розширеним відтворенням родючості ґрунту, охорони навколишнього середовища, зниження енерговитрат. Успішне вирішення цієї дуже