

Маркетинг-менеджмент підприємства націлений на залучення споживачів та збереження купівельної лояльності на довгостроковий період.

Завдання маркетинг-менеджменту:

- визначення цільових ринків, що зумовлюються рівнем платоспроможного попиту і спроможністю організацій обслуговування;
- маркетингові дослідження для отримання та аналізу інформації про наявні й потенційні потреби покупців на обраних ринках;
- розробка товару, який задовольнятиме потреби та бажання;
- планування маркетингу-міксу з метою запропонувати споживачам спостереження для забезпечення стійкого інформаційного каналу про ступінь задоволення покупців і постійного вдосконалення товару й маркетингу-міксу в міру зміни потреб і конкурентного середовища.

Створення підприємства, зорієнтованого на споживача, вимагає ясності цілей, наполегливості в їх досягненні та активної участі всього персоналу. Процес реалізації цієї ідеї охоплює: визначення місії організації; маркетинговий аудит; формування стратегії; навчання та перепідготовку персоналу; реалізацію; підтримку орієнтації на споживача.

Нині на перший план висувається завдання організації підприємства таким чином, щоб її співробітники були зацікавлені в пошуку нових, більш ефективних засобів задоволення потреб споживачів.

Отже, найважливішими завданнями управління стійкістю організації в неоіндустріальній економіці за допомогою маркетинг-менеджменту є:

1. Рекомендувати вищому керівництву компанії, на які ринки слід виходити, де (географічно) вони розташовані та які продукти слід пропонувати.
2. Вивчати й добирати цілі споживачів на виробничому сегменті ринку.
3. Розробляти маркетингову пропозицію.
4. Регулювати й спостерігати за правильним виконанням завдань і ефективною діяльністю.
5. Особливої уваги заслуговує реалізація допоміжного маркетингу відносно нових напрямів бізнесу. Тут вирішуються проблеми виходу на нові ринки і створення нової для компанії продукції.

Джерела та література

1. Величко О. В. Мотивація праці персоналу підприємств в умовах євроінтеграційного розвитку України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2005. № 3, т. 2. С. 201–204.
2. Венгер А. М. Стратегія створення механізму мотивації праці на українських підприємствах. *Формування ринкової економіки*. 2005. Спец. вип. Т. 3. С. 43–47.
3. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. й допов. Київ: Кондор, 2005. 308 с.

Ткаченко М. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., ст. викл.
Г. Македон
ВП НУБіП України «Ніжинський
агротехнічний інститут»
м. Ніжин, Україна

Інструменти формування стратегії сталого розвитку підприємства на основі диверсифікації

У сучасних умовах господарювання підприємства в процесі свого функціонування і розвитку піддаються негативному впливу різних факторів зовнішнього середовища. Тому для стабільного функціонування економічних агентів необхідний раціональний вибір стратегій їх розвитку.

У теоретичних дослідженнях різних авторів можна відзначити наявність великої кількості методологічних підходів до формування стратегії розвитку підприємств. У той же час реальна практика формування стратегій розвитку вимагає їх синхронного і комплексного застосування. Не можна не враховувати, що існуючі основні підходи до цієї проблеми побудовані на приналежності до відповідної школи або напряму менеджменту. Для вирішення такого завдання доцільно систематизувати основні погляди на процес формування стратегій сталого розвитку.

Відзначимо, що сучасний етап економічного розвитку характеризується негативними наслідками світової економічної кризи, високою швидкістю змін, посиленням конкуренції на ринку, політичною нестабільністю і іншими дестабілізуючими факторами. Здатність підприємств до адаптації до динамічно мінливого Макросередовище виступає базовою умовою не тільки виживання підприємства в кризових ситуаціях, а також основним фактором його сталого розвитку.

Для забезпечення конкурентного потенціалу підприємство зобов'язане якісно розвивати матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудова та інші елементи потенціалу. Таким чином, в умовах турбулентності найважливіше завдання сучасного підприємства – це забезпечення його виживання і безперервного економічного розвитку. Ефективне рішення цього завдання полягає в забезпеченні конкурентних переваг, які можуть бути досягнуті за допомогою ефективної стратегії стійкого економічного розвитку підприємства.

Підприємства повинні формувати стратегію сталого економічного розвитку. По нашому думку, формування стратегії сталого економічного розвитку підприємства – це системний процес, заснований на комплексному дослідженні умов функціонування підприємства в певній галузі з метою визначення місії, цілей, завдань, факторів і основних напрямків його стійкого економічного розвитку. Комбінаційний склад факторів, їх варіації, пріоритети і значимість залежать від цілей підприємства, організаційної структури, виробничих і комерційних зв'язків, а також від конкретних ситуацій, в яких може опинитися підприємство.

Нами розглянуті найпоширеніші, базові стратегії розвитку підприємства. В результаті їх аналізу та критики була обґрунтована актуальність використання стратегій диверсифікації.

Адже в результаті диверсифікованого розвитку підприємств буде досягнуто їх сталий економічний розвиток за допомогою підвищення рівня економічної безпеки підприємства за рахунок можливості розвитку різних напрямків діяльності [1].

З огляду на вищесказане формування стратегії сталого економічного розвитку підприємств має здійснюватися за такими етапами:

1. Аналіз макросередовища підприємства.
2. Визначення сильних та слабких сторін галузі підприємства.
3. Оцінка поточної стратегії розвитку підприємства.
4. Визначення місії підприємства.
5. Визначення цілей і завдань підприємства.
6. Генерування альтернативних стратегій розвитку підприємства.
7. Вибір найбільш оптимальної стратегії розвитку підприємства.
8. Розробка стратегії розвитку підприємства.
9. Реалізація стратегії розвитку підприємства.
10. Оцінка стратегії на повному етапі її реалізації.
11. Коригування стратегії розвитку підприємства.

Для оцінки стійкості розвитку підприємства можливе використання різних інструментів:

- 1) адитивний метод – побудовані на аналізі фінансового стану (ймовірність банкрутства);
- 2) функціональний метод – побудовані на множинних аналітичних характеристиках;
- 3) рейтинговий метод – базується на використанні відносних і рейтингових показників [2].

З метою забезпечення сталого економічного розвитку підприємства в довгостроковому періоді недостатньо тільки сформувати ефективну стратегію розвитку. Особливо важливим є проведення оцінки стратегії розвитку підприємства з метою підвищення її ефективності і забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства в майбутньому [3].

Формування стратегії сталого економічного розвитку підприємства пропонуємо розглядати як системний процес, заснований на всебічному дослідженні умов функціонування під-

приємства в певній області з метою визначення місії, цілей, завдань і основних напрямків його стійкого економічного розвитку.

У результаті дослідження ієрархічного підходу до класифікації стратегій розвитку підприємства вважаємо що доцільно розглядати ситуаційний підхід до визначення стратегій, який формується під впливом факторів зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства.

Джерела та література

1. Івченко Л. Диверсифікація діяльності підприємств як чинник економічного зростання. URL: http://sophus.at.ua/IA_2016_1/12_ivchenko_larisa-diversifika_cija_dijalnosti_pidp.pdf
2. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства. URL: <http://www.managerhelp.org/hoks-442-1.html>
3. Верхоглядова Н. І., Коваленко Є. В. Аналіз підходів до визначення сутності потенціалу підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. № 1 (55). С. 26–32.

Харченко О. – здобувач

Науковий керівник: д. е. н., доц.

І. Токмакова

Український державний університет

залізничного транспорту

м. Харків, Україна

Розвиток екологічного менеджменту на підприємствах залізничного транспорту в умовах цифрової трансформації

Підприємства залізничного транспорту відповідально підходять до своїх екологічних обов'язків і намагаються зменшити негативний вплив на довкілля. Однак і нині залишається безліч проблемних питань їхньої екологічної діяльності. Зокрема основними складовими впливу підприємств залізничного транспорту на навколишнє природне середовище є використання земель, поверхневих і підземних вод та скид у водні об'єкти виробничих, господарсько-побутових та дощових вод, викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря, утворення відходів різних класів небезпеки, використання надр для добування корисних копалин, використання рослинних ресурсів, акустичний вплив (шум) від рухомого складу і шляхової техніки, електромагнітне випромінювання, іонізуючий вплив та можливе радіаційне забруднення при перевезенні радіоактивних речовин, негативний вплив на довкілля при перевезенні небезпечних речовин, у тому числі при аварійних забрудненнях.

Появі нових шляхів вирішення екологічних проблем підприємств залізничної галузі сприяють процеси цифрової трансформації як в економіці, так і на залізничному транспорті.

Розвиток цифрових рішень на підприємствах залізничного транспорту полягає в пошуку і впровадженні інновацій, зміні корпоративної культури і способу мислення співробітників, формуванні нових бізнес-процесів, впровадженні цифрових продуктів і проривних технологій.

Ключовими завданнями, які планується вирішити за допомогою цифрових технологій, є створення наскрізних технологій, впровадження цифрових двійників об'єктів інфраструктури та рухомого складу, автоматизація рутинних процесів, створення нових і розвиток існуючих цифрових продуктів.

Інтелектуалізація і цифровізація повинні охоплювати три фундаментальних складових перевізного процесу [1]: організацію перевезень; рухомий склад; технічні засоби інфраструктури.

Процеси цифрової трансформації, які нині відбуваються у суспільстві, спрямовані і на створення екологічних транспортних систем, що сприятимуть ресурсозбереженню, скороченню викидів, в першу чергу парникових газів, забруднення повітря і зниженню шуму. Можна зробити висновок, що у сучасних умовах цифрові технології відіграють вирішальну роль у досягненні довгострокового балансу між техносферою і природним середовищем, яка необхідна для сталого розвитку.