

Отже, більшість експертів вважають найбільш значимими факторами, що здійснюють значний вплив на стабільний стан видів бізнесу АТП, долю замовлень даного споживача в загальному обсязі послуг АТП, питому вагу перевезень даного АТП в загальному обсязі замовлень споживача, рентабельність перевезень від роботи з даним споживачем, рівень тарифів на перевезення, виробіток на одну автотону.

Однак слід сказати про необхідність взяття до уваги обґрунтованих показників не тільки в статистиці, але й в динаміці. Тобто паралельно із зазначеними показниками розглядати індекси їх зміни. Це пояснюється спробою виключення дії випадкових факторів на величину досліджуваних показників та виявлення тенденції їх зміни.

Література:

1. Шинкаренко В.Г. Накладные расходы автотранспортных предприятий / В.Г. Шинкаренко. – М.: Транспорт. – 1983. – 64 с.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Карижський Ю.В.

*Науковий керівник: Догадайло Я.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Важливою умовою забезпечення стійкого розвитку економіки України є вдосконалення систем управління підприємствами на основі впровадження досягнень світової науки та практики менеджменту. Особливого значення в сучасних умовах господарювання набуває проблема підвищення координованості бізнес-процесів підприємства та ефективності прийняття управлінських рішень для вирішення стратегічних та оперативних задач. Необхідність в системній інтеграції різноманітних аспектів управління бізнес-процесами підприємства стала однією із основних причин виникнення контролінгу в світовій теорії та практиці управління. Контролінг є принципово новим напрямом в управлінні підприємством, який дозволить здійснювати ефективний менеджмент. Для вивчення даних змін на діяльність підприємства необхідно дослідити їх сучасний стан та практику застосування. Застосування контролінгу підприємствами нашої країни є важливою складовою управління, особливо в умовах переважного кризового стану підприємств.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних та практичних засад контролінгу здійснили такі вітчизняні та зарубіжні науковці як: П. Хорват, Д. Хан, Е. Майер, Р. Манн, Х. Фольмут, А. Дайле, М.С. Пушкарь, Н.Г. Данілочкіна, С.Г. Фалько, А.М. Кармінський, О.А. Ананькіна, Л.А. Малишев, Н.П. Шульга, Г.А. Семенов, З.В. Задорожний, І.Е. Давидович, М.В. Тарасюк, О.М. Деменін, А.Г. Примак, Г.О. Швиданенко, Т.А. Головіна, О.О. Терещенко та ін. Незважаючи на значну кількість наукових праць, теоретичні, методичні та прикладні аспекти розробки

оперативного контролінгу підприємства залишаються не досить дослідженими і потребують більш ґрунтовного вивчення. Так, недостатньо опрацьованими є питання стосовно теоретико-методичного інструментарію створення оперативного контролінгу. Серед науковців немає єдиної думки щодо визначення сутності контролінгу як економічної категорії, його місця, функцій, цілей в системі управління підприємством, основних складових, їх змісту та послідовності реалізації, а також оцінки його ефективності.

Підходи до визначення сутності контролінгу відрізняються [1-12]. Єдиної думки не існує. Тому для виявлення найбільш точного визначення сутності контролінгу, необхідно здійснити детальний порівняльний аналіз з урахуванням поглядів за достатньо тривалий проміжок часу. Морфологічний аналіз сутності поняття контролінг за останні дванадцять років показав, що на протязі останніх дванадцяти років розглядається з точки зору десяти підходів як: або система, або концепція, або управління, або функція, або інструмент, або конструкція, або синтез, або процес, або сервісна підтримка та або підсистема. За останні сім років контролінг розглядається або як система або як підсистема. На погляд автора, контролінг доцільно розглядати як підсистему, тобто складову системи управління підприємством в цілому, що забезпечує його довготривале існування, але для більш точного визначення сутності цього поняття необхідно мати чітке уявлення про принципи та функції контролінгу, оскільки вона повинна відповідати останнім. На підставі визначених принципів та функцій контролінгу під контролінгом пропонується розуміти – підсистему управління підприємством, що координує виконання функцій інформаційного забезпечення, обліково-контрольну, аналітичну, планування та мотивації на комплексну реалізацію специфічних функцій: коментуючої та розвитку, які забезпечують управління процесом досягнення як оперативних так і стратегічних цілей підприємства і орієнтацію на майбутній розвиток шляхом безперервного системного удосконалення роботи підприємства, що є передумовою запобігання кризи та довгострокового існування на ринку.

Література:

1. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 304 с.
2. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / Э.Майер. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 96 с.
3. Градов А.П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / [общ. ред. Градов А.П.]. – СПб.: Специальная литература, 1996. – 217 с.
4. Хан Дитгер Пик. Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга / Хунгенберг Харальд; [пер. с немец. Л.Г. Головач, М.Л. Лукашевич и др.]. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 928 с.
5. Пушкар М.С. Контролінг: Монографія / М.С. Пушкар. – Тернопіль: ТАНГ, 1997. – 146 с.
6. Ананькина Е.А. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин. – М: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 228 с.

7. Фольмут Х.Й. Инструменты контроллинга от А до Я: Монография / Х.Й. Фольмут. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 288 с.
8. Петренко С.Н. Контроллинг: учебное пособие / С.Н. Петренко. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. – 328 с.
9. Дайле А. Практика контроллинга: монография / А. Дайле. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 336 с.
10. Шульга Н.П. Интегрирована система контролінгу в управлінні банком: Автореферат. – К.: Економіка та управління підприємствами, 2006. – 31 с.
11. Романова М. Контроллинг как средство стратегического управления предприятием / М. Романова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 4. – С. 80-85.
12. Анташов В.А. Экономический советник менеджера / В.А. Анташов, Г.В. Уварова // Экономика и жизнь. – 2009. – 93 с.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНА «МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ»

Карікова К.В.

*Науковий керівник: Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати підходящі цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль.

Вибір стратегії залежить від ситуації, в якій знаходиться підприємство, тому маркетингові програми як короткострокові, так і довгострокові потребують розробки і застосування такої стратегії, яка при заданих умовах максимально відповідала б державній економічній політиці і в той же час забезпечувала б комерційним структурам необхідну ефективність, рентабельність і матеріальну зацікавленість в результатах праці.

Надзвичайно важливе місце в маркетинговому стратегічному управлінні діяльністю підприємства посідає його маркетингова стратегія, яка формує ринкові стратегічні орієнтири [1]. У літературі існують різні підходи до визначення поняття «маркетингова стратегія» (узагальнено в табл. 1).

Різноманіття підходів до визначення маркетингової стратегії обумовлене глибиною самого терміна «стратегія» та масштабами його використання. В економічній літературі (як зарубіжній, так і вітчизняній) відсутня єдність поглядів щодо сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства.

Для успішного функціонування підприємства в сучасних умовах необхідна правильно розроблена та ефективна стратегія маркетингу. Але, для того, щоб правильно її розробити, необхідно дати правильне трактування поняттю «маркетингова стратегія».