

орієнтовна на час), "Integrated Supply Chain Management" (інтегрований менеджмент логістичного ланцюга), TQM - Total Quality Management.

З урахуванням спільності характеристик логістичного менеджменту та управління якістю основні ідеї логістичного підходу до управління якістю можна сформулювати так: 1) інтеграція логістики підприємства та управління якістю на основі методології загальної кібернетичної теорії систем; 2) процесний підхід до логістичного потоку та потоку формування якості; 3) принцип комплексності – інтеграція функцій формування господарських зв'язків з функціями планування, організації та управління поточковими процесами, у координації стратегії та тактики управління у всіх ланках логістичного ланцюга та процесів формування якості; 4) загальний акцент у створенні матеріальних потоків і як потоку – облік потреб ринку; 5) необхідність створення та підтримки ділових, партнерських відносин з іншими підприємствами – учасниками логістичного ланцюга (процесів формування якості) – на основі обліку взаємних інтересів та компромісів.

#### Література:

1. Krykavskyy Y., Shandrivska O., Shynkarenko N. Touristbusiness – driver of river passenger transport development in Ukraine. *Transport means 2021. Sustainability: research and solutions: proceedings of the 25th International scientific conference*, October 06–08, 2021, Kaunas, Lithuania. Pt. 1. 2021. С. 371–378.

2. Uvet, H. Importance of Logistics Service Quality in Customer Satisfaction: An Empirical Study. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 13(1), 2020. P. 1-10. DOI: <http://doi.org/10.31387/oscm0400248>

3. Kryvoruchko O.N., Shynkarenko V.G., Popova N.V. Quality Management of Transport Services: Concept, System Approach, Models of Implementation. *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (4.3). (2018). 472-476.

## **СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

*Поясник Г.В., к.т.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Ринкова конкуренція в Україні не тільки досить інтенсивна, але й з кожним роком загострюється. Тому керування підприємством у такий динамічний час являє собою складну роботу, яку не можна виконати успішно, керуючись простими сухими заученими формулами. Керівник повинен сполучити розуміння загальних істини і значимості численних варіацій, завдяки яким ситуації відрізняються друг від друга. Менеджер повинен чітко і ясно уявляти собі, що таке успіх організації, і які його компоненти:

- ефективність;
- економічність;
- продуктивність.

Крім того, вона виступає в ролі стихійного регулятора суспільного виробництва. Незважаючи на гадану безсистемність конкурентної боротьби, вона заснована на методології, початок формування, який ставиться ще до періоду докапіталістичних формацій, сучасна теорія конкуренції, що має безліч практичних додатків, стала потужною науковою базою для рішення важливих проблем в області керування й маркетингу. Практика конкурентних відносин на вітчизняному ринку підтверджує актуальність багатьох її положень і вимог. Найбільш значимим з них є необхідність активної адаптації до умов конкуренції, пошук і реалізація конкурентних переваг.

Слідством конкуренції, з одного боку, є загострення виробничих і ринкових відносин, а з іншого боку - підвищення ефективності господарської діяльності. У цей час ще не можна говорити про теорію, що сформувалася, конкуренції, однак багато хто її аспекти вже сьогодні мають закінчений вигляд і допомагають правильно орієнтувати прикладні розробки й практичні дії по посиленню конкурентної позиції підприємства на ринку.

Сучасні наукові школи, що досліджують маркетинг і конкуренцію використовували багатий теоретичний і практичний досвід при вивченні й подальшому розвитку методології конкуренції. У цей час можна виділити три основних наукових центри, що інтенсивно розробляють дані проблеми.

Широкий спектр проблем маркетингу й конкуренції стосовно до українських умов розробляється й вітчизняними вченими. Більшість провідних економічних вузів країни ведуть власні розробки проблем конкурентоспроможності, маркетингові дослідження товарних ринків, методів регулювання конкурентних відносин.

На жаль, через об'єктивні причини українська наука має менший історичний досвід дослідження даних проблем. У той же час особливість сучасного етапу розвитку вітчизняної економіки полягає в тому, що в розпорядженні російських учених перебуває теоретичний і величезний практичний досвід світової конкуренції. Є можливість, не втрачаючи часу на самостійні розробки, засвоїти уроки системного, комплексного рішення проблеми, щоб уникнути дорогих помилок. Це не означає необхідності сліпого копіювання наявного досвіду, тим більше що його пряме використання на російському ринку часто утруднено через відсутність універсальних схем конкурентного поведіння. В умовах, що створилися, особливо важливо виділити найцінніше в теорії й практиці й на цій основі запропонувати механізм вибору таких прийомів і методів конкуренції, які, з одного боку, відповідали б особливостям розвитку конкретного бізнесу, з іншого боку - сформовані в Україні ринкової ситуації й тенденціям її розвитку.