

УДК 331.107.5:656.078.8

О.П. Чебанова
O.P. Chebanova

**РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ЯК ФАКТОРА ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**DEVELOPMENT OF STRATEGIC PARTNERSHIP AS FACTOR OF RISE
OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE**

Різні форми бізнес – кооперації набули широкого поширення в діяльності українських і зарубіжних компаній. Усе частіше вони розглядаються в контексті конкурентних стратегій, надаючи значний вплив на виживання та процвітання організацій. Разом з тим стратегічні партнерства в українській практиці знаходять своє застосування і на тактичному рівні конкурентної взаємодії компаній. Висвітлені такі моменти:

- різні форми стратегічного партнерства організацій;
- місце в економічному житті країни;
- основні переваги стратегічних партнерств;
- цілі та завдання створення стратегічних партнерств;

- стратегічні партнерства в зарубіжній практиці;
- причини стрімкого утворення стратегічних партнерств;
- конкурентні переваги і комерційні цілі партнерства.

Таким чином, більшість компаній об'єднуються з метою досягнення певних позитивних економічних ефектів, які виникають в результаті об'єднання фінансових, виробничих, управлінських і наукових ресурсів. Поєднання даних ресурсів визначає потенціал організації. Стратегічні партнерства між незалежними організаціями для досягнення різних цілей є дуже важливою стратегією організацій, як у світі, так і в Україні.

УДК 339.138:656.2

О.І. Антонова
A.I. Antonova

**ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ
НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ**

**SOME ASPECTS OF MARKETING CONCEPT APPLICATION
IN UKRAINE'S RAILWAYS**

Розвиток економіки України та її інтеграція у світову економічну систему вимагають впровадження та активного використання вітчизняними суб'єктами господарювання маркетингової концепції управління. Особливо актуальною стає проблема застосування маркетингу на підприємствах залізничного транспорту, що

обумовлено передусім загостренням конкуренції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках перевезень та зростанням вимог споживачів до якості транспортних послуг.

Ідеї щодо застосування концепції маркетингу є надійною гарантією ринкового успіху підприємства, визначення