

Секція 2

Економічний потенціал підприємств в умовах трансформації національної економіки

ЕКО-ІННОВАЦІЙНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Андронов А.Д., Мальований І.В.

Науковий керівник: Блага В.В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Основна причина, що перешкоджає активному розвитку вітчизняної економіки і прискоренню темпів зростання валового внутрішнього продукту, низький попит на інноваційну продукцію та послуги, обумовлений зниженням наявних доходів населення. Для підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств необхідні сприятливі макроекономічні умови, зокрема, забезпечення інноваційних продуктів відповідним обсягом попиту. Модель мультиплікатора полягає в тому, що початкове збільшення зайнятості, яке викликане новими інвестиціями, відповідно призводить до первинного, вторинного, третинного і т.д. Зростання споживання, доходу та зайнятості, нові автономні інвестиції викликають ланцюгову реакцію в економіці.

Сучасна економічна система вимагає формувати екосистему на рівні підприємства та регіону, що охоплює підприємства-партнери, і одержувані вигоди від співпраці на основі формування системи інтелектуального управління виробництвом більше, ніж від конкуренції один з одним. Відповідно до концепції екосистеми Дж. Мура «для здійснення будь-якої інновації необхідні партнери-споживачі та партнери-постачальники. І чим радикальніше (і часто цінніше) інновація, тим більше, глибше і ширше повинні бути задіяні інші гравці, особливо споживачі. В сучасних умовах кооперація, співпраця з постачальниками і споживачами, обмін досвідом з виробниками, які займають сусідні ринкові ніші, стають набагато більш важливим фактором успіху, ніж непримиренна конкуренція. Така система взаємодії між учасниками інтелектуальної екосистеми дозволить їм використовувати загальну інфраструктуру і інтерфейс платформи, створювати нові продукти, які ніколи не змогли б створити кожен поодиноці, а також створювати свої продукти і просувати спільне рішення.

Створення інтелектуальної системи управління викликає необхідність зміни структури управління підприємством, що зумовлює появу нових функціональних ланок: відділ з управління даними; відділ розробки; відділ ІТ-операцій; відділ забезпечення якості; відділ управління клієнтським досвідом. У інтелектуальній екосистемі організації особливо тісно співпрацюють підрозділ ІТ (інформаційних технологій) і НДДКР для якнайшвидшого впровадження удосконалень і оновлень.

Ефект, який в результаті організаційних перетворень отримує компанія, залежить від професійності обробки отриманих даних. Таким чином, ця інтелектуальна складова стає активом, який впливає на ефективність бізнесу.

Проведені дослідження на вітчизняних підприємствах довели, що чим більше партнерів в єдиній мережі і екосистемі, тим вона розумніша, так як машинні алгоритми дозволяють виявляти закономірності, створювати моделі і генерувати рекомендації. В кінцевому підсумку використання інтелектуальної системи управління і впровадження цифрових технологій призведе до зростання продуктивності праці за рахунок істотного зниження витраченого часу на здійснення виробничих операцій, скорочення виробничих витрат і витрат електроенергії на виготовлення продукції, що обумовлює можливість зниження цін на пропозиції підприємств. Якісний аналіз даних за оцінками зарубіжних експертів дозволяє збільшити продуктивність від 3 до 15%.

Комплексна оцінка доцільності (пріоритетності) реалізації проектів по створенню нових видів високотехнологічної продукції повинна будуватися на основі комбінування інтегральних оцінок перспективності проекту, орієнтованого на розробку і випуск нових видів високотехнологічної продукції, і економічної ефективності його реалізації.

Найбільш доцільною є реалізація пріоритетних проектів, орієнтованих на створення конкурентоспроможних на внутрішньому і зовнішньому ринках нових видів продукції, важливих для соціально-економічного розвитку країни і які мають високу економічну ефективність. Може бути доцільним також і реалізація відносно пріоритетних проектів, так як рівень їх перспективності та економічної ефективності (висока або середня) дозволяє домогтися значних позитивних результатів.

В основі збалансованості інноваційно-інвестиційних складових повинен лежати комплекс різних взаємозв'язків. Це взаємозв'язок як галузевого, так і функціонального розвитку господарюючих суб'єктів, якість і конкурентоспроможність, передові технології і продуктивність праці, наукоємність і рівень ІТ технологій і методів управління. Ключовими складовими при цьому є інноваційна та інвестиційна діяльність. Розвиток економіки за інноваційним шляхом залежить в першу чергу від інвестиційного забезпечення даного процесу. Інвестиційний процес характеризується не тільки величиною інвестицій, а й його якісним наповненням. Аналіз закордонного досвіду довів ефективність прогресивних технологій, що дозволяють оптимізувати використання власних ресурсів, зменшити потребу в низько кваліфікованих робітничих кадрах, створення системи супроводу продукції від етапу проектування виробу до його утилізації.

Нажаль, Україна навіть і близько не наблизилася до тих стандартів та умов, які існують в країнах Об'єднаної Європи. Пріоритетними напрямками в цьому контексті є оптимізація бізнес-процесів і структури підприємств, зниження витрат виробництва і підвищення продуктивності праці, будівництва взаємовідносин з конкурентами, постачальниками і споживачами в рамках формується регіональної інтелектуальної екосистеми.

Інвестиційне забезпечення інноваційного наповнення економіки вимагає комплексної реалізації заходів, які охоплюють усі стадії науково-інноваційного та інвестиційного процесу.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ЗА МОДЕЛЛЮ 2P2R

Андронов А.Д., Мрихін І.Д.

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Новітньою моделлю комплексу маркетингу сьогодні є модель 2P2R, яка складається з елементів «товар» (Product), «місце» (Place), «релевантність» (Relevance) та «винагорода» (Reward).

Метою дослідження є розробка комплексу маркетингу за моделлю 2P2R.

Прикладним об'єктом дослідження обрано ТОВ «Ниткова фабрика».

Ознайомившись з товарною структурою зовнішньої торгівлі на сайті Державної служби статистики України [1], в якості маркетингової можливості обрано «виробництво ниток синтетичних і штучних».

Обраний напрямок відповідає цілям ТОВ «Ниткова фабрика». Нитки синтетичні та штучні являються витратним товаром. Це означає, що буде високий рівень обороту. Розвиток текстильної, швейної та взуттєвої підгалузей легкої промисловості дає впевненість у наявності потенційного високого рівня попиту та збуту. Зростання обсягу продажів буде досягнуто через поступове освоєння ринку. Отримання лояльності клієнтів буде досягнуто за рахунок якісного товару та надійної співпраці.

Елемент «товар» (Product). На території України діє стандарт якості ГОСТ 6309-93 «Нитки швейные хлопчатобумажные и синтетические. Технические условия». Але це не єдиний стандарт якості, на який необхідно звертати увагу. Так як необхідно конкурувати з імпортними товарами, то потрібно, щоб товар відповідав міжнародним стандартам EN 12590:1999 «Textiles – Industrial sewing threads made wholly or partly from synthetic fibres».

Продукція з довжиною намотки 300 м на паперових гільзах по 10 одиниць буде упакована в паперову коробку, матиме маркування номеру нитки на гільзі та квадратну наліпку з назвою виробника, стандартом, серією, номером нитки, довжиною намотки на коробці.

Продукція з довжиною намотки по 150 м на паперових гільзах по 12 одиниць буде упакована в паперову коробку, матиме маркування номеру нитки на гільзі та квадратну наліпку з назвою виробника, стандартом, серією, номером нитки, довжиною намотки на коробці.

Продукція з довжиною намотки 1000-5000 м на пластмасових конусах матиме круглу наліпку з назвою виробника, стандартом, серією, номером нитки, номером кольору, довжиною намотки на торці конуса, ззовні буде захищена поліетиленовою плівкою.