

організація заходів, співпраця зі ЗМІ, ведення корпоративних блогів; прямий маркетинг через електронну пошту, смс, персоналізовані пропозиції; продажі через особистий контакт, що дуже важливо для B2B; Інтернет-маркетинг - SEO, контекстна реклама, SMM; просування продажів – вже традиційні акції, знижки, бонуси.

Обов'язковими етапами реалізації комунікаційної стратегії є аналіз ринку та аудиторії, визначення цілей комунікацій, розробка ключових повідомлень та вибір каналів комунікації, реалізація стратегії, моніторинг та оцінка ефективності.

Розглянемо роль маркетингових комунікацій в управлінні підприємством. Вона полягає в глибокій інтеграції процесів через налагодження зв'язку між відділами маркетингу, продажів, виробництва. Завдяки маркетинговим комунікаціям відбувається підтримка прийняття рішень, бо інформація від комунікаційної системи впливає на розробку продукту, ціноутворення та вибір стратегічних напрямків; відбувається посилення конкурентоспроможності.

Отже, однозначними перевагами ефективних маркетингових комунікацій можна назвати такі:

- зростання лояльності клієнтів;
- поліпшення фінансових показників;
- швидка адаптація до змін ринку;
- підвищення продуктивності внутрішніх процесів.

Таким чином, слід відзначити, що у сучасному світі інтегровані маркетингові комунікації набувають важливості, об'єднуючи різні канали та інструменти для досягнення максимальної синергії. Сучасна ефективна комунікаційна стратегія повинна бути динамічною, адаптуючись до нових тенденцій, таких як діджиталізація, автоматизація та екологічність.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНЬОГО КОМПЛЕКСУ

*Вербицька В.І., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Болдовський В.М., к.т.н., доцент
Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»*

Циркулярна економіка в сучасному світі знаходить своє застосування в багатьох галузях промислових комплексів: автомобільна промисловість, виробництво хімічного та медичного обладнання, фармацевтика та багато іншого.

Розглядаючи промислові комплекси, можна сформулювати три основні підходи для замкнутого характеру ланцюга постачання [1].

1. Технічне обслуговування – проведення захисних робіт для продовження терміну служби продуктів
2. Повторне використання продукції - повторне застосування продукції
3. Рециклювання - відновлення, переробка.

Сфера автомобілебудування є великим кластером промисловості. Також значний кластер належить і будівництву, у тому числі і дорожньо-будівельному виробництву. Ці дві сфери виробництва, разом із підприємствами, що обслуговують та забезпечують експлуатацію автомобільних доріг, входять до складу автомобільно-дорожнього комплексу [2].

За даними досліджень [3], використання замкнутого характеру циркулярної економіки в автомобілебудуванні принесе такі результати:

- економія на споживанні сировини та ресурсів (98%);
- економія на споживанні енергетичних запасів (83%);
- скорочення викидів вуглекислого газу (87%);
- зменшення собівартості кінцевих продуктів (40%).

Розглянемо конкретні приклади застосування принципів циркулярної економіки в автомобілебудуванні у світовому досвіді.

Застосування пункту «технічне обслуговування», проведення ремонтних робіт насамперед дозволяє продовжити термін служби транспортних засобів, збільшити життєвий цикл цього продукту. Сюди можна віднести й інші сфери промислових комплексів, як-от компаній із виробництва електроніки, промислового устаткування тощо.

Розробки компанії BMW спрямовані на рециклювання та підвищення швидкості демонтажу автомобіля та сортування матеріалу, технології швидкого вилучення автомобільних рідин, відключення подушок безпеки. Крім того, всі елементи та матеріали для якісного сортування мають спеціальне маркування.

Також одним із найбільших прикладів є Jaguar Land Rover. JLR є найбільшим у Великій Британії виробником автомобілів. Незважаючи на те, що ця компанія асоціюється з великими, важкими, енерговитратними автомобілями, вона робить значні успіхи у реалізації програми відповідального бізнесу. У 2015 році JLR отримала Queen's Award for Enterprise in Sustainable Development і була визнана найвідповідальнішою компанією 2013-14 років. JLR ставить перед собою завдання зниження негативного впливу їх автомобілів на навколишнє середовище, включаючи процес експлуатації та знищення.

Також необхідно відзначити практику компанії Toyota у формуванні системи ощадливого виробництва, орієнтованого на постійне підвищення ефективності використання ресурсів, скорочення будь-яких форм відходів та максимізацію матеріаломісткості та енергоефективності. Ощадливе виробництво зараз стало практично синонімом Toyota і Toyota Production System (TPS). TPS - це виробнича система, головною ідеєю якої є повна ліквідація всіх відходів, яка торкається всіх аспектів виробництва [3].

Говорячи про промислові комплекси, також можна відзначити і галузь інформаційних технологій, де, незважаючи на те, що основним завданням є розробка програмного забезпечення тощо, також присутня експлуатація

обладнання та інших продуктів, використання яких у промислових масштабах може бути розглянуте з погляду принципів циркулярної економіки. Компанія Cisco приділяє велику увагу утилізації подібного обладнання, відходи від якого щодня збільшуються з досить великою швидкістю. В компанії впроваджуються принципи виготовлення електронних пристроїв безпосередньо з повторним використанням сировини (або вторинної сировини). Іншими словами, продукція сфери інформаційних технологій виробляється таким чином, що і виріб, і упаковка практично на 100% можуть бути використані як вторинна сировина [1,3].

Для підприємств, що входять до складу автомобільно-дорожнього комплексу України, в практичному сенсі перехід до моделі циркулярної економіки є особливо актуальним, насамперед внаслідок значних обсягів відходів, що утворюються у виробничій сфері, та які значно перевищують параметри, властиві виробництву розвинутих зарубіжних країн.

Література:

1. Automotive Parts Remanufacturing Market: Global Industry Analysis and Forecast 2016–2024. Persistence Market Research. 2015. URL: <http://www.persistencemarketresearch.com/market-research/automotive-parts-remanufacturing-market.asp> (дата звернення 14.11.2024)
2. Вербицька В.І., Бредіхін В.М. Узагальнення визначення автомобільно-дорожнього комплексу для організації обліку. International scientific conference «Information technologies and management in higher education and sciences» : conference proceedings (November 28, 2022. Fergana, the Republic of Uzbekistan). Part 1. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. 392 pages. (С. 181-185)
3. Business models for shared value. Florian Lüdeke-Freund, Lorenzo Massa, Nancy Bocken, Alan Brent, Josephine Musango. 2016.

ПІДПОРЯДКОВАНІСТЬ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ІНШИМ ВИДАМ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

*Водолажська Т.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогоденним ключовим завданням установ, організацій, підприємств є проєктування та досягнення стратегічного їх розвитку через провадження стратегічного управління. Першорядними інструментами стратегічного управління підприємствами є безпосередньо стратегії, певна множина яких утворює їх набір. При цьому всі стратегії підприємства мають розроблятися на відповідному ієрархічному рівні, бути взаємопов'язаними, взаємоузгодженими та не суперечити змісту одна одній. Забезпечення розроблення певною компанією дієвого набору стратегій передбачає, насамперед, з'ясування чіткого місця та підпорядкованості кожної з них.