

Розроблення стратегії виведення нового продукту на ринок. Для успіху інновацій необхідно переконати потенційних покупців у цінності для них нового продукту. Це досягається завдяки різноманітним маркетинговим технологіям та інструментам, найпоширенішими з яких є реклама, презентації, стимулюючі заходи, брендинг (інструмент просування нових товарів на ринок, який ґрунтується на позитивному іміджі фірми, уособленому в його бренді (торговій марці).

Потрібно виокремити такі етапи створення продукту:

1. Планування. Розробка плану за яким буде здійснюватися розробка продукту.

2. Розроблення концепції. На цьому етапі завершується формування всіх функції та конструкції продукту, визначається його призначення та цінності використання.

3. Системне проектування. Проектування технологічних та операційних процесів необхідних для виробництва продукту.

4. Робочий проект. Затвердження робочого проекту за яким буде здійснюватися виробництво продукту.

5. Досліди і доведення. Випробування нового продукту на відповідність вимогам і усунення виявлених недосконалостей.

6. Переведення виробництва в робочий режим. Після виправлення всіх недосконалостей виробництво переводиться в повний робочий режим [2, с. 8].

Список використаних джерел:

1. Сумець О. М. Товарна інноваційна політика: навч. посібник / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 368 с.

2. Управління процесом розробки і освоєння виробництва нових продуктів: методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів спеціальностей 8.050209 «Менеджмент інноваційної діяльності», 8.000014 «Управління інноваційною діяльністю» / НТУУ «КПІ»; уклад. Л. Г. Смоляр, К. О. Бояринова, О. В. Кам'янська.

Логвінова О.П.

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економіки підприємства та прикладної статистики,
Інститут хімічних технологій (м. Рубіжне)
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*

АУТСОРСИНГ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з визначальних умов сталого економічного розвитку за умов продовжуючихся кризових явищ у національній економіці є забезпечення та підвищення його інвестиційної привабливості. Тому керівництво вітчизняних підприємств має докладати значних зусиль для вирішення цієї проблеми.

Основною характеристикою інвестиційної привабливості підприємства, на думку більшості науковців, що займаються дослідженнями з цього питання, є фінансовий стан, який відображають показники фінансової стійкості, платоспроможності, дохідності капіталу та ділової активності [3, 4]. На думку Солієвої П. Ш., при визначенні інвестиційної привабливості підприємства важливим є також її зв'язок з інвестиційним потенціалом і інвестиційним ризиком. Крім того, автор відзначає необхідність оцінки таких параметрів, як привабливість продукції підприємства для споживача, кадрова привабливість, територіальна привабливість, фінансова привабливість, інноваційна, екологічна та соціальна привабливість [3]. Тарелкин А. А. відзначає також зв'язок інвестиційної привабливості підприємства з інвестиційним кліматом і організаційною структурою підприємства [4].

Отже, інвестиційна привабливість є складною та багатоаспектною економічною категорією та характеристикою діяльності підприємства, яка потребує пильної уваги з боку керівництва та фахівців підприємства для його успішного функціонування на ринку. Водночас досить часто власними силами підприємства неможливо вирішити проблеми щодо підвищення його інвестиційної привабливості. Одним з можливих засобів вирішення цієї проблеми є залучення фахівців і ресурсів спеціалізованих фірм на контрактній основі, що становить зміст аутсорсингу.

Теорія й практика свідчать, що на аутсорсинг може бути передано значну кількість функцій підприємства, але найчастіше підприємства передають на аутсорсинг непрофільні функції або такі, які фахівці підприємства неспроможні якісно виконувати чи не мають достатнього досвіду їх виконання.

Щодо можливостей забезпечення та підвищення інвестиційної привабливості підприємства доцільно використовувати наступні форми аутсорсингу:

- бухгалтерський аутсорсинг;
- ІТ-аутсорсинг;
- аутсорсинг бізнес-процесів;
- аутсорсинг складання бізнес-плану діяльності підприємства чи інвестиційного проекту;
- аутсорсинг маркетингу;
- виробничий аутсорсинг;
- аутсорсинг не виробничих функцій (прибирання, забезпечення харчування персоналу, управління транспортним парком підприємства);
- аутсорсинг персоналу;
- аутсорсинг офісного друку;
- аутсорсинг call-центру та ін. [1, 2].

Передача подібних функцій на аутсорсинг дозволить підприємству вирішувати наступні завдання:

- зосередитися на виконанні ключових функцій, не розпоршуючи ресурси на допоміжні функції, або розробити й реалізувати додаткові проекти, ефективно диверсифікувати діяльність підприємства;
- отримати необхідні ресурси чи продукцію (роботи, послуги) у разі їх відсутності;

підвищити якість вироблюваної продукції чи надаваних послуг;
знизити витрати за рахунок ефекту масштабу, більшого досвіду у постачальника необхідних послуг і ефективнішого їх контролю;

зменшити ризики, пов'язані з реалізацією бізнес-процесів шляхом скорочення кількості некерованих чинників і передачі ризику аутсорсинговій компанії;

отримати додаткові конкурентні переваги та успішніше протидіяти конкуренції на ринку;

підвищити економічний потенціал підприємства, покращити економічні показники його діяльності та фінансовий стан, а отже, й підвищити інвестиційну привабливість.

Таким чином, застосування аутсорсингу у діяльності підприємства позитивно позначатиметься на всіх аспектах його функціонування, що дозволить підвищити інвестиційну привабливість та забезпечити стабільний економічний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: уч. пособ. / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
2. Бравар Ж-Л. Эффективный аутсорсинг: Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж-Л. Бравар, Р. Морган (пер.с англ.). – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 251 с.
3. Солиева П. Ш. К вопросу об инвестиционной привлекательности предприятия в республике Таджикистан. Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия «Гуманитарные науки». Выпуск № 1 (53), 2013. – С. 113-117.
4. Тарелкин А. А. Формирование и оценка инвестиционной привлекательности промышленных предприятий. Вестник Самарского государственного экономического университета. № 10 (60), 2009. – С. 89-92.

Пунда О.В.

аспірант,

Національний авіаційний університет

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АЕРОПОРТІВ

Актуальною реакцією економічної науки на потреби підприємств у досягненні стійких траєкторій розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища на сьогодні є напрацювання теоретичного та методичного забезпечення управління їх інвестиційною привабливістю. Це особливо актуально для вітчизняних авіапідприємств як перспективної складової розвитку національної транспортної мережі України, оскільки Рада Європейського Союзу наполягає на інтенсифікації інвестицій в інфраструктуру Транс'європейських мереж.