

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.

Лобанова Ю.Ю.

студентка,

Науковий керівник: Бєлоусова О.С.

кандидат наук з державного управління, доцент,

Запорізький національний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ТА СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Промисловий комплекс України через загострену політичну ситуацію наразі виступає не економічним фактором, а складовою національної безпеки. Відтак, потребує вирішення низка проблем системного характеру: переоснащення виробничих потужностей гальмується за відсутності дієвих економічних стимулів суб'єктів господарювання, неспроможність

фінансувати розробку нових видів продукції, а відтак освоїти виробництво високотехнологічної продукції, відсутність докладання зусиль для її просування на зовнішні ринки; несприятливість інвестиційного клімату та брак обсягів іноземних інвестицій; зависокі відсоткові ставки за кредитами і нерозвиненість ринку капіталу; недостатність захисту інтелектуальної власності; замалий розвиток інфраструктури [1].

Функціонування промислового підприємства пов'язане з конкурентоспроможністю, визначальним фактором якої виступає якість продукції. Вона розглядається у розрізі сукупності характерних форм, зовнішнього вигляду та умов застосування, якими повинна бути наділена продукція за призначенням, що зумовлюють рівень здатності задовольняти потреби споживачів. Нові види продукції та пошук споживачів не є гарантом стійкості підприємств, тому якість продукції визначається відповідністю вимогам вітчизняних і міжнародних стандартів.

Значення підвищення якості продукції промислової галузі зумовлене наступними причинами: зростання, розвиток, видозміна потреб (особистих, суспільних, виробничих); зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки; зростання вартості браку продукції; контроль інтенсифікації виробництва і його ефективності; посилення конкуренції на внутрішніх і міжнародних ринках [2].

Для вітчизняних промислових підприємств пріоритетом економічного і соціального значення виступає підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції, що має прояв у наступному: підвищення якості продукції виступає видозміненою формою закону економії робочого часу; високоякісна і конкурентоздатна продукція сприяє фінансовій стійкості підприємства, чим надає можливість отримання максимального прибутку; підвищення якості і конкурентоспроможності продукції впливає на формування позитивного іміджу підприємств, що сприяє прихильності споживачів до продукції; підвищення якості засобів і предметів праці забезпечує сприятливі умови для готової продукції належної якості. Звідси, соціально-економічне значення підвищення якості промислової продукції полягає передусім у тому, що якість і конкурентоспроможність певним чином вирішує суспільно-соціальні потреби.

Ефективним засобом у забезпеченні конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних промислових підприємств є гнучкість виробничих систем, здатність своєчасно реагувати на мінливість умов діяльності з меншими витратами або взагалі без них. Шляхами виходу підприємств з кризи стають інноваційна політика і впровадження науково-технічних розробок. Відтак, лінія кислотного травлення на ПАТ «Запоріжсталь» сприяє скороченню викидів шкідливих речовин у р. Дніпро; запроваджене ПАТ «Електрометалургійний завод «Дніпроспецсталь» ім. А.Н. Кузьміна «кисневе виробництво забезпечило підвищення продуктивності праці, якості продукції, зниження витрат виробництва, поліпшення умов праці, підвищення кваліфікації і культурно-технічного рівня працівників; АТ «Мотор Січ» на підтримку збройних сил випускає легкі вертольоти; ДП «Івченко-Прогрес»

збирає двигуни для малої авіації, що позитивно впливає на співпрацю з Європейським союзом [1].

Інтенсифікація інвестиційних процесів модернізації та розвитку інфраструктури, виробничих фондів сприятимуть попиту на продукцію вітчизняних промислових підприємств. За рахунок чого компенсуються втрати обсягів експорту, зупиниться спад промислового виробництва, знизиться соціальна напруга, особливо в східних областях України.

Список використаних джерел:

1. Промисловість – фундамент, який потребує реконструкції [Електронний ресурс] // Times.zp.ua – Режим доступу: http://www.times.zp.ua/news/fresh/promislov_st_fundament_yakiy_potrebu_rekonstrukts_/61676/

2. Рябушкіна А. А. Якість продукції та забезпечення її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / А. А. Рябушкіна // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 7. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2184>

Логвінова О.П.

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри,*

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