

So benutzt die TNK Nestlé erfolgreich Instrumente des globalen Marketings, dessen Effektivität durch die Leistungen der Nestlé am FMCG-Markt sowie durch Positionen der Körperschaft in verschiedenen internationalen Bewertungen bestätigt wird.

Literaturverzeichnis:

1. Nestlé. Brandy [Elektronische Ressource]. – Verfügbar unter: <https://www.nestle.ua/brands>.
2. Nestlé Canada Study: Multinationals Given a Passing Grade – But They Need to Do More to Engage with Canadians [Electronic resource]. – Nov 23, 2017. – Available from: <https://www.corporate.nestle.ca/en/media/pressreleases/are-multinationals-still-relevant>.
3. Nestlé Lagebericht 2017 [Elektronische Ressource]. – Nestlé AG, 2018. – 61 S. – Verfügbar unter: https://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/annual_reports/2017-annual-review-de.pdf.
4. Thompson J. Glocal Or Go Bust [Electronic resource] / J. Thompson. – Sep 27, 2017. – Available from: https://smith.queensu.ca/insight/articles/glocal_or_go_bust.
5. The Japanese KitKat Journey – Taste Testing [Electronic resource]. – 3 April 2018. – Available from: <https://livejapan.com/en/article-a0001612>.
6. Tret proiswedennoj w Ukraine «Miwiny» idet na eksport – gendirektor Nestle w Ukraine [Elektronische Ressource]. – 14. Februar 2017. – Verfügbar unter: <https://delo.ua/business/tret-proizwedennoj-v-ukraine-miwiny-idet-na-eksport-gendire-328066>.
7. Kluni nautschil Dsheka Bleka prawilnomu sloganu Nespresso [Elektronische Ressource]. – 31. Oktober 2015. – Verfügbar unter: http://mmr.ua/show/kluni_nauchil_dzheka_bleka_pravilynomu_sloganu_nespresso.
8. Dshordsh Kluni posabotilsja o wkuße Denni De Wito w reklame Nespresso [Elektronische Ressource]. – 3. November 2015. – Verfügbar unter: http://mmr.ua/show/dzhordzh_kluni_pozabotilsya_o_vkuse_denni_de_vito_v_reklame_nespresso_.

Варава А. А., к.е.н.,

*Криворізький національний університет
м. Кривий Ріг, Україна*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Інтеграція України у високотехнологічне конкурентне середовище зумовила потребу формування інноваційної моделі розвитку вітчизняних підприємств. Активізація інноваційної діяльності та створення цілісної системи її фінансового забезпечення має ґрунтуватися на залученні інвестиційних ресурсів різних джерел походження.

У даному дослідженні будь-який інноваційний проект є проектом інвестиційним, для реалізації якого виділяються інвестиційні кошти, що можуть здійснюватися впродовж декількох періодів життєвого циклу. Авторами розглядається інноваційно-інвестиційний проект (ІІП) як складана система взаємообумовлених і взаємозв'язаних за ресурсами, строками та виконавцями інвестиційних заходів, що розподіляються за бізнес-процесами та спрямовуються на досягнення конкретних цілей і завдань інноваційного розвитку підприємства, що дозволяє розглядати інновації та інвестиції у взаємозв'язку.

Інноваційно-інвестиційна діяльність (ІІД) розглядається як діяльність, що спрямована на впровадження і використання, за умов вкладення інвестиційних ресурсів, результатів наукових досліджень і розробок, забезпечує випуск

конкурентоспроможних товарів і послуг та удосконалення організаційно-управлінських, виробничих, комерційних, логістичних та інших процесів.

З погляду на те, що сучасні підприємства планують свій розвиток, виходячи з визначення стратегічних перспектив і можливостей втілення нових програм і проектів, сконцентруємо увагу на формуванні механізму саме стратегічного управління їх інноваційно-інвестиційною діяльністю. У цьому контексті викликають інтерес стратегічні програми розвитку підприємств гірничо-металургійного комплексу (ГМК), що являють потужний експортний потенціал країни.

Створення і послідовна реалізація процесу стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю, що відповідає сучасним економічним і соціальним реаліям та забезпечує великомасштабний приток капіталу для технічного переозброєння та модернізації виробництва, є необхідним. Зупинимось на організаційно-економічних аспектах розробки і реалізації цього механізму, використовуючи особливості діяльності підприємств ГМК.

Для реалізації любого проекту, а тим більше сукупності проектів інноваційно-інвестиційної програми, необхідні цільові структури, які б могли максимально якісно здійснити тактичне планування їх впровадження впродовж довгострокового періоду в межах реалізації діючої стратегії підприємства і підпорядковуючись її курсу.

У запропонованому автором механізмі стратегічного управління ІД сучасного промислового підприємства (рис. 1) ураховуються особливості керівництва інноваційно-інвестиційними програмами, до складу яких входять проекти щодо удосконалення різних сфер (маркетингу, виробництва, техніки і технології, фінансів, організації і управління, логістики), а також ті проекти, що мають впроваджуватися за результатами проведення науково-дослідних робіт (НДР). Планування етапів впровадження проектів за часовими періодами реалізації стратегії дозволяє одночасно підвищувати ефективність різних сфер діяльності підприємства, забезпечуючи отримання синергетичного ефекту.

Практика показує, що поетапна або спільна реалізація декількох проектів щодо удосконалення сфер діяльності підприємства дає можливість досягти позитивної синергії за рядом джерел, якими є підвищення ефективності використання ресурсів; поліпшення економічних результатів; підвищення соціальної ефективності.

В сучасних умовах на підприємствах ГМК недостатньо впроваджується інновацій, навіть тоді, коли є ефективні розробки, патенти, ноу-хау. Часто це пов'язано не тільки з браком інвестиційних ресурсів, а і з відсутністю єдиного підходу до планування і управління інноваційно-інвестиційними проектами, де б було чітке розмежування обов'язків та відповідальності виконавців.

Як правило, в першу чергу впроваджуються проекти щодо заміни, модернізації обладнання з окупністю у поточному або середньостроковому періодах. Але більшість таких заходів не сприяє ефективному стратегічному розвитку підприємств, повномасштабному оновленню основних фондів та технологій. Засобом досягнення стратегічних цілей, які не можуть досягатися в межах звичайної виробничої діяльності, є впровадження ІІІ.

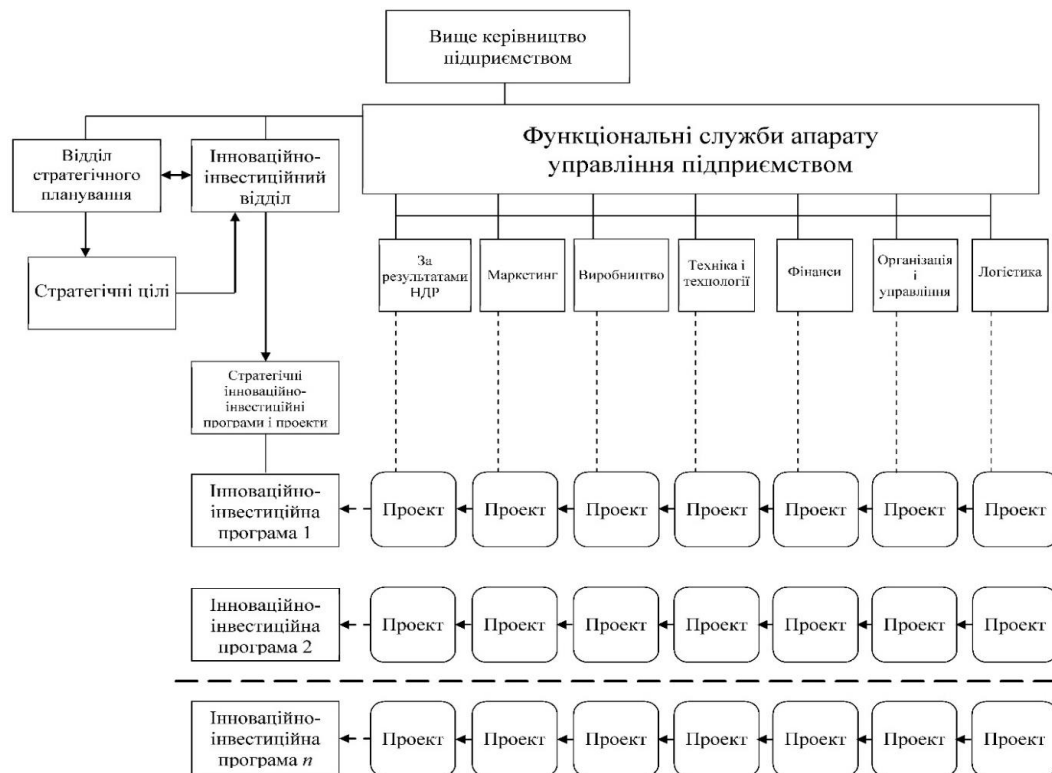


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на підприємстві

Основними задачами управління ІІП є:

- 1) реалізація технічної політики підприємства у сфері інноваційних технологій;
- 2) створення і оновлення основних фондів відповідно до затверджених програм інвестицій;
- 3) ефективне використання капітальних інвестицій в реконструкцію, технічне переозброєння та нову техніку;
- 4) сприяння впровадженню інноваційних рішень щодо використання прогресивних матеріалів, конструкцій та виробів.

Використання розробленого організаційно-економічного механізму дозволяє активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств на стратегічну перспективу, підвищити ефективність процесів планування, розробки, моніторингу та впровадження ІІП з довгостроковими життєвими циклами. В подальшому це дає можливість приймати оптимальні стратегічні управлінські рішення щодо здійснення інвестицій при впровадженні інновацій.

Gurenko A. V., PhD, Associate Professor of Economics,
Azov Maritime Institute
National university «Odessa Maritime Academy»
Mariupol, Ukraine

MODERN TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE MARKET OF BUSINESS-TO-BUSINESS

The characteristic features of the B2B market (business-to-business) is its reference point for an interaction in a narrow segment of industrial businesses. The decision is