

підвищення якісних і кількісних показників діяльності суб'єктів господарювання.

Таким чином, проаналізувавши існуючі підходи до трактування поняття «управління інноваціями», можна констатувати, що з одного боку, це окрема сфера економічної науки і професійної діяльності, яка спрямована на формування, забезпечення та досягнення будь якою оргструктурою інноваційних цілей, а з іншого – саме ці інструменти впливають на шляхи раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів в особистих та виробничих відносинах.

Література:

1. Білявський В.М. Інноваційна діяльність як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, Ю.В. Білявська // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні : матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — С. 30–31.
2. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Сталий розвиток економіки. — 1'2018. — № 38. — С. 131–140.
3. Дудар Т.Г. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.
4. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств : моделі та механізми : монографія / М.Є. Рогоза, К.Ю. Вергал. — П. : РВВ ПУЕТ, 2011. — 136 с.

Пешкова А.К., магістрант ФЕБА
*Науковий керівник: к.е.н., доц. Білявський В.М.
Національного авіаційного університету*

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах загострення конкурентної боротьби, топ-менеджмент підприємств має зосереджувати свою увагу на раціональній складовій функціонування господарюючих суб'єктів, що впливає на підвищення її ефективності. Наразі, ця діяльність слугує запорукою фінансової привабливості

підприємства. У зв'язку з цим набуває важливого значення комплексна оцінка результатів господарської діяльності підприємства.

Як відомо, в сучасних умовах господарювання використання інтернет-технологій стає все більш поширеним явищем, яке до того ж динамічно впроваджується в бізнес-процеси підприємства (цей вид комунікацій сприяє пошуку нових ділових партнерів). В умовах глобалізаційних та євро-інтеграційних процесів значення різноманітних маркетингових технологій в інтернет-середовищі суттєво зростає. Тому, найбільш поширеним напрямом оптимізації господарської діяльності підприємства є використання вищезазначених технологій для вдосконалення, як маркетингової, так і логістичної складової операційного процесу, а також організації внутрішніх інформаційних потоків на підприємстві. Застосування інтернет-технологій виводить інформаційну взаємодію постачальників, посередників і споживачів на новий більш якісний рівень (всі ці ознаки дозволяють оптимізувати вхідні і вихідні інформаційні потоки на підприємстві).

Слід зазначити, що інтернет-середовище узагальнило в собі всі найбільш важливі властивості інформаційних систем, тобто за своєю сутністю воно є найбільш динамічно розвиваючоюся системою. Важливою її особливістю є інтерактивність, а саме можливість оперативного реагування на нагальні виклики.

Можна виділити ряд особливостей інтернет-технологій [1, с.20-23]:

- відсутність обмежень у часі і просторі;
- чітко виділені канали доступу;
- досягнення оптимальної прозорості (умови конкурентів можна визначити дуже швидко);
- наявність активних користувачів;
- висока ефективність;
- можливість поділу користувачів і клієнтів на групи;
- можливість проведення статистичного аналізу поведінки клієнтів і користувачів;

- оперативна передача інформації.

Необхідно відзначити, що шляхи підвищення ефективності господарської діяльності підприємства, у своїй основі, передбачають використання певного режиму економії. Так, наприклад, ресурсозберігаючі фактори мають стати вирішальними для задоволення постійно зростаючих потреб споживачів у: паливно-мастильних матеріалах, сировині, енергетичних ресурсах тощо.

У більшості випадків, прагнучи підвищити ефективність господарської діяльності підприємства, менеджмент розраховує отримати максимальний фінансовий результат [2]. Однак, дана умова, не завжди відображає стратегічний план розвитку підприємства. Тому, на наш погляд, менеджменту більш доцільно зосередити свою увагу на підвищенні темпів зростання економіки [3].

Як наслідок, можна зазначити, що підвищення економічної ефективності виробництва передбачає отримання таких результатів, як:

- отриманий фінансовий результат більший, аніж у конкурентів;
- на підприємстві виділяється достатньо ресурсів для впровадження виробничих або управлінських змін;
- темпи зростання фінансових показників будуть вищими в найближчій перспективі, аніж у конкуруючих підприємств.

Такий підхід заохочує менеджмент підприємства здійснити пошук ефективних управлінських рішень, задля підвищення фінансової стабільності та конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта.

Таким чином, інтернет-технології можуть розглядатися, як один із актуальних інструментів оптимізації бізнес-процесів на підприємстві, що дозволяє скоротити сукупні витрати: виробників продукції, торговельних підприємств та споживачів, – за умови поліпшення якості товарів і послуг, а також підвищення швидкості поставок товарів. При цьому інтернет-маркетинг є перспективним напрямом діяльності і певною методологічною основою в організації маркетингової діяльності в інформаційному середовищі

підприємства, що дозволяє дослідити всі фактори, що впливають на процес виробництва і просування товарів і послуг від виробника до споживача в умовах конкурентного середовища.

Література:

1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция : учеб. пособ. для вузов / И.Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2001. – 335 с.
2. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Сталій розвиток економіки. — 1'2018. — № 38. — С. 131–140.
3. Білявський В.М. Реінжиніринг в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / В.М. Білявський // Вісник Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. — 2017. — Вип. 93. — С. 7–17.

Білявський В.М., к.е.н.,
доц. кафедри МЗЕДП
Коновальчук М.М., магістрант ФЕБА
Національного авіаційного університету

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

В сучасному світі для забезпечення ефективного розвитку територій потрібно застосовувати всю сукупність досліджених в світовій практиці методик та інструментів управлінської діяльності. Для забезпечення успіху організацій в бізнес-середовищі застосовуються інструменти маркетингу. Найважливішим з яких є брендинг території або територіальний брендинг, метою якого є покращення іміджу території, поінформованості мешканців конкретного регіону та країни загалом, приваблення туристів та залучення інвестицій [1].

Необхідно відзначити, що перші спроби маркетингового просування територій з'явилися набагато раніше від самого поняття «територіальний брендинг». Ще із середини XVIII ст. курортні центри Західної Європи використовували технології брендингу для привернення уваги туристів та підвищення власної конкурентоспроможності. У кінці того ж періоду в США