

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

менеджмент, було сформульоване власне визначення даної дефініції. Отже, під поняттям «маркетинг-менеджмент» будемо розуміти цілеспрямований ітераційний процес аналізу, планування, організування, координування, контролювання, мотивування маркетингової діяльності, спрямований на досягнення узгодженості внутрішніх можливостей підприємства з вимогами зовнішнього середовища, для досягнення бажаного результату.

Під впливом зовнішнього середовища і на основі наявних внутрішніх можливостей підприємства у взаємозв'язку маркетингу та менеджменту відбувається управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства.

Відповідно до сучасних пріоритетів маркетинг-менеджменту, а саме:

- а) перехід від маркетингу у відділі маркетингу до маркетингу у всій організації;
- б) від орієнтації на матеріальні активи до накопичення нематеріальних активів;
- в) від фінансових показників до маркетингових оцінок;
- г) від збереження старих ринкових пропозицій до пошуку нових;
- д) від організації за товарними одиницями до клієнтоорієнтованої структури компанії;
- е) прискорення процесу презентації за рахунок онлайн-торгівлі;
- є) різноманіття форм міжфірмової взаємодії: стратегічні групи, альянси, мережеві компанії, партнерства;
- ж) аутсорсинг і міжфірмова взаємодія відбувається прийняття управлінських рішень.

Коверга С.В.
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»,
(м. Слов'янськ),
Згоденко Р.О.
Донбаська державна машинобудівна академія,
(м. Краматорськ)

ВИКОРИСТАННЯ ІНВАРІАНТІВ У ВИЗНАЧЕННІ ІНТЕГРАЦІЇ Й ДИВЕРСИФІКОВАНOSTІ ВИРОБНИЦТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Успішний розвиток економіки багато в чому залежить від функціонування всіх її ланок. Важливу роль грає діагностика й організація

процесів інтеграції й диверсифікованості виробництва промислових підприємств, що забезпечують підвищення стабільності, керованості й ефективності діяльності підприємств в умовах конкурентної боротьби. Інтеграція й диверсифікованість являють собою зміни в поділі праці, спеціалізації й кооперації, у потоках ресурсів виробництва, продукції й послуг по рівнях господарювання для досягнення поставлених цілей бізнесу. Багатогранність і складність виділених процесів приводить до того, що більшість досліджень у цей час ведеться в умовах невизначеності, а висновки й рекомендації мають недостатню вірогідність. Тому практика розробки й прийняття рішень по управлінню інтеграцією й диверсифікованістю йде найчастіше методом проб і помилок з відповідними результатами, які не завжди є позитивними й відповідають об'єктивним вимогам виробництва.

Найбільше поширення в теорії й практиці розвитку інтеграції й диверсифікованості промислових підприємств у цей час одержали погляди закордонних учених: Т. Веблена, Дж. К. Гелбрейта, Р. Коуза, Д. Норта, М. Портера, Й. Шумпетера й ін. Окремим аспектам управління процесами інтеграції й диверсифікованості присвячено роботи О.І. Амоши, С.А. Генова, М.В. Дерези, С.М. Ілляшенко, Ю.Б. Іванова, В.Г. Мохова, О.М. Попової, Н.Б. Рудих, О.В. та ін.

Завдання діагностичного підходу - розробити теоретико-методологічні й методичні положення по діагностиці процесів інтеграції й диверсифікованості виробництва на сучасному етапі розвитку промисловості.

На основі аналізу теоретичних і методологічних підходів, а також використання наробітків фундаментальних наук виникає необхідність введення в науковий оборот поняття - соціально-економічні *інваріанти*, до яких належать неминучі передумови суспільного виробництва і його ланок – *ресурси-результати, види діяльності-споживання, відтворювальні цикли й фази розвитку*, що відображають об'єктивні витоки й кваліметричні характеристики господарської діяльності. Їхнє введення дозволяє обґрунтувати цілісну модель будь-якого соціально-економічного явища або процесу й глибше розкрити сутність діагностики досліджуваної проблеми.

Одночасно виділяються дев'ять основних станів розвитку підприємств, які визначають відповідну типологію, рівні еволюції інтеграції й диверсифікованості виробництва, що забезпечують стабільність, керованість і ефективність розвитку по кожному елементові перерахованих трьох соціально-економічних інваріантів у взаємозв'язку з рівнями господарювання, зовнішніми й внутрішніми факторами виробництва [1].

Інтеграція являє собою певний процес перетворення потоків функціонування виробничих ресурсів-результатів і видів діяльності-

споживання, спрямований на їхню консолідацію для забезпечення основних цілей комерційної діяльності суб'єктів господарювання і їхніх ланок. Дуже часто вона (інтеграція) протікає одночасно з диверсифікованістю, що, у свою чергу, являє собою певний процес розосередження потоків функціонування ресурсів-результатів, видів діяльності-споживання підприємства і його ланок по зміні профілю створюваних видів продукції, послуг, що надаються спрямований на стійке забезпечення основних цілей комерційної діяльності. Використання інваріантів у визначенні інтеграції й диверсифікованості виробництва підприємств на сучасному етапі дозволяє представити дані процеси в цілому як форми ринкової й неринкової змін (об'єднання й розосередження) руху структури й утримування потоку ресурсів-результатів, видів діяльності-споживання по фазах відтворювальних циклів підприємств у відповідності зі спеціалізацією, кооперацією й технологією виробництва продукції й послуг, спрямовані на забезпечення стійкого й керованого розвитку, досягнення основних цілей комерційної діяльності [2]. Наведене визначення охоплює всі сторони й елементи диверсифікованості й інтеграції виробництва підприємств промисловості на основі виділених інваріантів. Воно дозволяє враховувати й уточнювати перетворення в структурі, змісті й формах, у конкретних історичних умовах і наслідках інтеграції й диверсифікованості виробництва підприємств до необхідної деталізації. Одночасно створюється можливість комплексно моделювати даний процес із високим рівнем вірогідності прогнозованих результатів в межах існуючої діагностичної практики.

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч. посіб. - 2-ге вид., перероб і доп. [текст] / С.М. Ілляшенко – Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с., с. 110-121.

2. Попова С. М. Принципи управління диверсифікацією діяльності підприємств // Вчені записки: наук. журнал Харківського інституту управління. – Вип. 11. – Харків, 2003. – С. 120 – 124., с. 121.

Коверга С.В.
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» МОН України,
Степанець Д.С.
Донбаська державна машинобудівна академія МОН України

ДІАГНОСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВИМІРЮВАННЯ АДАПТИВНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ

Управління розвитком підприємства в сучасних економічних реаліях вимагає акцентування уваги дослідників на параметрах, після