

підписаного Меморандуму – розбудова інноваційної системи та визначення наявних інноваційних можливостей, проектів та стартапів.

4) У 2019 році ряд українських «зелених» проектів стали переможцями програми «Інноваційні ваучери», започаткованої в рамках програми ЄБРР «Центр передачі технологій і фінансів у сфері зміни клімату».

Серед цікавих проектів Держенергоефективності відзначило: пасивні будинки, що обладнано енергоефективними технологіями та сонячними панелями; станції, що генерують електроенергію та тепло з пелет для приватних домогосподарств; «сонячні» жалюзі, здатні виробляти електроенергію і передавати її в мережу; системи рекуперації повітря з ефективністю роботи понад 90% та багато інших розробок.

5) З вересня 2018 року команда українських науковців працюватиме в кластерному проекті програми «EUREKA» «Future eHealth powered by 5G» – «Майбутня електронна сфера охорони здоров'я на основі технології 5G». Він розрахований на 36 місяців і повинен зробити е-медицину швидшою та мобільнішою. Створення мобільної медицини з використанням технології 5G. проект дасть змогу створити нові сервіси для моніторингу стану здоров'я пацієнтів, надати лікарям оперативний доступ до медичних баз даних тощо.

Передусім досліджуватимуться можливості використання в електронній медицині технології 5G, де інтегруються 4G, Wi-Fi, Bluetooth, міліметрові хвилі та інші технології бездротового доступу.

Отже, інновації це спосіб підвищити рівень економіки, полегшити та урізноманітнити наше життя, шляхом автоматизації певних процесів та насиченням ринку новими товарами, а також знайти способи вирішення основних макроекономічних проблем: безробіття, інфляції, економічного зростання та національного продукту.

Список використаних джерел

1. Інноваційна економіка [електронний ресурс] – режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Створення мобільної медицини з використанням технології 5G [електронний ресурс] – режим доступу: <https://mon.gov.ua>
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник. – Суми: Університетська книга, 2010. – 334 с.

*Буянова А., студентка гр. ЕП-15
(науковий керівник – Чумаченко О.С., к.т.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ІНДПОШИВУ ВЗУТТЯ

Сфера послуг займає важливе місце в розвитку національної економіки та в задоволенні різноманітних потреб населення. Такими є послуги побутового

обслуговування населення, що мають виробничий характер, і, зокрема, індивідуальний пошив та ремонт взуття і виробів зі шкіри та її замінників.

Коли спостерігаються кризові явища все більше людей починають економити і купують менше речей, зокрема, взуття та частіше звертаються у ремонтні майстерні. За оцінками експертів «Укркожвзуттєпрома» попит на послуги ремонту взуття виріс останнім часом на 20-30%. При збереженні таких тенденцій цей бізнес може стати цікавим для розвитку взуттєвої галузі та залучення інвестицій. Послуги професійних взуттєвиків користуються попитом як у великих, так і малих містах. Цей вид бізнесу досить стабільний і може приносити власнику доходи впродовж року. Зазначений напрямок актуальний ще й тому, що за статистикою, кожна десята пара взуття потребує ремонту вже в перший рік користування. Обсяги взуттєвої промисловості великі, і попит на ремонт буде зростати. В той же час до ризиків можна віднести коливання валютного курсу (при купівлі імпортованих матеріалів), відсутність кваліфікованих спеціалістів та залежність від сезонності (зниження кількості замовлень влітку і взимку). В несезон можна надавати інші послуги, зокрема ремонту сумок та одягу, закуповувати імпортовані комплектуючі.

Керівництво підприємства, що прагне ефективно займатись комерційною діяльністю, має об'єктивно усвідомлювати бажання і потреби покупців, їх платоспроможність та пропонувати товари і послуги для задоволення потреб.

Водночас конкурентні переваги є однією з основних характеристик стану сформованості та збалансованості підприємства як господарської системи мікрорівня, здатної виконувати господарські функції, формуючи перспективи стратегічного розвитку та управління конкурентними позиціями.

Крім того, в сучасних умовах здатність підприємства забезпечувати зростання конкурентних переваг є важливою передумовою його функціонування і розвитку. Адже, формування забезпечення конкурентних переваг актуальне, особливо для локальних підприємств, де розвиток надзвичайно обмежений об'єктивними чинниками та ускладнений.

Підприємства повинні зосереджувати свої зусилля не на одному з факторів конкуренції, а на їх сукупності разом із активним поліпшенням організації торгово-технологічного процесу, формуванням раціонального асортименту товарів та системи якості обслуговування покупців.

Процес забезпечення конкурентних переваг має реалізуватися поетапно і за окремими напрямками. Передусім важливо правильно встановити стратегічні цілі та пріоритети. Стратегічне планування конкурентних переваг дозволяє ідентифікувати управлінські рішення, спрямовані на визначення бажаних організаційних і структурних змін, мінімізацію впливу зовнішніх факторів невизначеності та ризику задля стратегічної рівноваги між цілями і конкурентними можливостями. Стратегічне планування сприяє адаптації суб'єкта господарювання до зміни умов конкуренції, використанню перспектив захоплення нових сегментів ринку, формуванню загальної місії конкурентоспроможності.

В умовах ринку успіх підприємства визначається його мобільністю, умінням швидко переорієнтуватися в економічних умовах, що змінилися, що означає або часткову, або повну заміну цілей.

Місія формується, виходячи із конкурентних переваг підприємства, визначає його місце у конкурентному середовищі, має враховувати як ефективне застосування ресурсного й економічного видів потенціалу задля формування і використання конкурентних переваг, так і вплив на забезпечення соціально-економічного розвитку району їх функціонування, ідентифікації спільного задоволення потреб споживачів, налагодження ефективних коопераційних відносин із суб'єктами бізнес-середовища, поліпшення співпраці з органами державного управління, прямими та опосередкованими конкурентами.

Стратегічні напрями обґрунтування конкурентних переваг:

- торгово-технологічна компонента (постійна системна модернізація бізнес-процесів);

- матеріально-технічна компонента (капіталізація системи нагромадження фінансово-інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку);

- інституційна компонента (прогнозування та випереджувальне задоволення статичних і динамічних потреб споживачів, вплив на формування нових потреб; поліпшення соціально-економічного становища та передумов розвитку території функціонування; формування бачення перспектив і особливостей співпраці з органами державного управління та місцевого самоврядування з метою забезпечення місцевого територіального розвитку; розвиток практик співпраці з підприємствами-конкурентами; активізація участі в проектах міжгалузевої та міжрегіональної співпраці).

Послуги не можна виробити заздалегідь та зберігати на складі до моменту споживання, що зумовлює розміщення підприємств безпосередньо в місцях проживання, роботи чи відпочинку споживачів.

Усі види бізнесу в рамках цієї сфери мають чітко виражений трудодомінаційний характер. Відповідно до цього найбільшою складовою потенціалу підприємств сфери послуг є його соціально-трудова складова, від якості та ефективності використання якої залежить довгострокова успішність цього бізнесу. Визначальними є оперативність та якість виконання робіт, що сприяє напрацюванню постійної бази клієнтів. Задачі на перспективу: розширення переліку послуг (ремонт інших виробів зі шкіри та замінників), збільшення майстерні, найм кваліфікованих співробітників.

Формат, в якому може працювати заклад (1) економ, 2) середній та 3) преміум), визначає конкурентні переваги підприємства, його цільовий сегмент ринку та обсяг необхідних капіталовкладень: 1) один майстер (частіше сам власник), робота виконується в маленькому кіоску; 2) декілька майстрів, професійне обладнання та широкий перелік послуг; 3) обслуговування брендового взуття, при розміщенні майстерні в районах міста, де населення має відповідні доходи.

Розташування майстерні найкраще в місцях, де перетинаються значні потоки людей або в спальному районі. Зайняти свою нішу дозволить висока якість роботи, широкий спектр послуг та помірні ціни.

Характерний набір послуг: експрес-ремонт, реставрація, розтяжка, хімчистка, фарбування взуття. Взуття клієнтам можна повернути у фірмовому пакеті та надати тижневу гарантію.

Важливими є:

- зручний для клієнтів графік (здати-отримати замовлення);
- сервіс, естетичність (майстерня має складатись із двох зон, де відбувається ремонт і видача-прийом замовлень);
- креатив (можливість оформлення замовлень онлайн, доставка кур'єром в майстерню та клієнту);
- налагодження партнерських відносин із швейними цехами, хімчистками, пральнями, на базі яких можна відкрити пункти прийому замовлень ремонту для майстерні, коли партнери можуть отримати відсотки від замовлень (починаючи з одного району міста поступово збільшити охоплення районів).

Щоб контролювати бізнес-процеси інвестувати в такі проекти доцільно підприємцям-професіоналам, добре знайомим із особливостями взуттєвої галузі: оскільки модельний ряд часто змінюється і поломки не повторюються, що вимагає відповідних знань і кваліфікації.

Професія взуттєвика на сьогодні є неprestижною, хоча майстерні тримаються на репутації висококваліфікованих спеціалістів, які навіть в кризу отримують в середньому 10-15 тис. грн. на місяць, оскільки багато і якісно працюють. Це може стати мотивацією для молодих спеціалістів.

Залежно від специфіки надання та споживання послуг можна виділити ще й інший чинник, що має, на перший погляд, другорядний характер, а саме: матеріально-технічне забезпечення.

Для облаштування майстерні необхідні: косметичний ремонт приміщення, установки витяжки, ламп освітлення, зміна схеми електропроводки (70 тис. грн.). Для безпеки кожному майстру необхідно до 7 кв. м., наявність витяжки для усунення пилу, запахів клею, фарб, розчинників. Майстер повинен користуватись маскою, окулярами, спецодягом.

Закупка обладнання до 30 найменувань: ручні, верстати, швейні машини, полиці для зберігання взуття, пара вентиляторів, спецодяг, верстак, швейна машина, дрелі, фени, ручний інструмент (європейська техніка коштує близько 200 тис. грн.).

Запаси витратних матеріалів для ремонту: профілактика, замки, каблучки, фарба, клей, набойки). 30 тис. грн.

Сайт-візитка майстерні та його підтримка впродовж року – 5 тис. грн.

Офісна техніка – ноутбук і принтер для оновлення сайту і ведення бухгалтерії. Меблі – робочі столи, стільці, полиці і шафа. 25 тис. грн.

Просування проекту можливе шляхом розміщення паперових рекламних оголошень та через інтернет: розміщення оголошень на онлайн біржах, створення сторінок в соцмережах, використання можливостей сайтів знижок, пропозиції акцій та знижки (наприклад, «Приведи друга і отримай 50% знижки») щоб створити базу постійних клієнтів.

Поступово доцільно розширити перелік послуг: заміна замків на сумках, застібок на куртках, продавати косметику для взуття.

Узагальнюючи досліджені фактори ефективного використання потенціалу підприємства, що надає побутові послуги населення, можна зробити висновок, що в ситуації, коли підприємство має можливості для ширшого задоволення різних потреб групи споживачів (у межах одного ринкового сегмента) та розташоване на території з середнім рівнем доходів споживачів, воно може обрати стратегію «сегментованого зміцнення». Цей варіант поведінки дозволяє при зменшенні попиту на окремі групи товарів (чи послуг) задовольняти загальні потреби обраної групи споживачів та уникати залежності від одного різновиду товарної спеціалізації. Водночас має враховуватися ризик можливого звуження цільового сегмента, та важливо постійно докладати зусиль для формування і підтримки власного позитивного іміджу [2].

Список використаних джерел

1. Лупак Р.Л. Конкуренентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Раздел I / Учебное пособие / Раздел I. «Экономика сферы услуг». Иркутск: БГУЭП, 2004. – 281с.

*Ванельчук Д.В., студент гр. ЕП-16
(науковий керівник – Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викладач)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток інформаційних комп'ютерних технологій та поява принципово нових класів програмних продуктів призвели до зміни підходів при впровадженні та експлуатації існуючих інформаційних систем управління підприємством. Сучасні інформаційні технології стали рушійними силами технологічного та економічного розвитку нашої країни.

Інформаційна технологія (ІТ) – це сукупність методів, виробничих процесів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує виконання інформаційних процесів з метою підвищення їхньої надійності та оперативності і зниження трудомісткості ходу використання інформаційного ресурсу [1]. Використання інформаційних технологій дає можливість створити сприятливі умови для розвитку економіки, стимулювати зростання продуктивності праці, підвищення заробітної платні, полегшити організацію комунікацій на всіх рівнях управління, знизити матеріало- та енергоємність окремого виробництва тощо.

Питання впровадження сучасних інформаційних технологій в управлінні підприємством та їх економічне обґрунтування досліджували багато вчених та спеціалістів: С.В. Войтко, А. Абрамов, І. Ансофф, М. Потер та інші. Питання