

КОНЦЕПТУАЛЬНА СХЕМА ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СУДНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В'ячеслав Рогов

Розвиток суднобудівного підприємства об'єктивно вимагає стратегічного підходу. В якісному аспекті ефективність стимулювання може оцінюватися стосовно певної стратегії через оцінку ризиків її реалізації. У разі високих ризиків реалізації обраної стратегії система стимулів має бути визнана неефективною. За істотних позитивних або негативних змін економічних стимулів розглядається доцільність застосування альтернативних стратегій, що викликає необхідність кількісної оцінки ефективності стимулювання розвитку підприємства на основі інтегрального цільового показника вартості бізнесу. Оцінка впливу економічних стимулів на пропонуваній цільовий інтегральний показник дозволяє встановити ймовірність реалізації загальної стратегії підприємства.

Viacheslav Rogov, PhD (Economics)

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

The economic stimulation development conceptual scheme of a shipbuilding enterprise

The economic stimulation development conceptual scheme of a shipbuilding enterprise has been developed. The methodical basis for assessing the effectiveness of the development incentives formation and use as well as adaptation to their changes in the early warning and response system should be based on the concept of cost-oriented management and economic risks of development strategy. The economic development stimulation of shipbuilding enterprises with integrated application of these theoretical provisions, methodical, scientific and practical approaches under uncertainty acquires the characteristics of the strategic management subsystem.

Keywords: incentives, stimulation, enterprise, shipbuilding, development, adaptation, management, risks.



Рис. 1. Концептуальна схема економічного стимулювання розвитку суднобудівного підприємства в умовах невизначеності

Реалізація методичного підходу до оцінки ризиків зміни економічних стимулів та обґрунтування доцільності вибору альтернативної стратегії розвитку суднобудівного підприємства можлива лише за умови системного застосування теоретичних і науково-методичних положень (рис. 1).

Така концептуальна схема економічного стимулювання розвитку суднобудівного підприємства в умовах невизначеності відбиває спрямований на досягнення вказаної мети комплекс методичних і науково-практичних підходів, їх базових теоретичних джерел та основних структурних складових, поєднаних логічними зв'язками, що є підґрунтям забезпечення керованого розвитку підприємства як мети формування і використання економічних стимулів.

В основі наукового підходу до економічного стимулювання розвитку підприємства суднобудування в умовах невизначеності інституціонального середовища лежить концепція підприємства як відкритої, складної системи, здатної до самоорганізації та системне уявлення суднобудівного підприємства як структурно-функціональної одиниці морегосподарського комплексу, інтегрованої в певну корпоративну диверсифіковану структуру, яке відповідає сучасним реаліям організації бізнесу в галузі. Звідси логічно випливає необхідність бачення стимулів у масштабі, який виходить за межі одного виду економічної діяльності та врахування взаємодії

підприємства із зовнішнім середовищем, де роль підприємства полягає в ідентифікації стимулів за слабкими та сильними сигналами, дослідженні їх та вчасному реагуванні на них.

СРПР, створена на основі викладених вище теоретичних і науково-методичних положень, здатна не лише забезпечити своєчасне виявлення та оцінювання ризиків і розробку тактичних заходів адаптації. Вона також створює підґрунтя для прийняття рішення щодо доцільності застосування альтернативної стратегії у разі істотної зміни економічних стимулів. Методичний підхід до оцінки економічних ризиків реалізації страте-

гії розвитку суднобудівного підприємства та обґрунтування стратегічних рішень в умовах невизначеності, синтезує метод експертних оцінок, математичний апарат теорії узагальнених нечітких чисел та вихідні інформаційні потоки системи раннього попередження та реагування.

Таким чином, за комплексного застосування зазначених теоретичних положень, методичних і науково-практичних підходів економічне стимулювання розвитку суднобудівного підприємства в умовах невизначеності набуває ознак підсистеми забезпечення його стратегічного управління.

УДК 330.341.13 : 65.012.2

ФОРСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОРТОВОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ігор Сіренко, Артур Лебах, Надія Галата

Розвиток портів в Україні відбувається в умовах гострої конкуренції як між вітчизняними, так і між українськими та закордонними портами, а також з підприємствами інших видів транспорту. Переможцем переважно стає підприємство, яке застосовує найефективніший маркетинг у динамічному мінливому середовищі.

Для практичних цілей, що стоять перед морськими портами України, вважаємо за доцільне під портовим маркетингом розуміти цілеспрямовану діяльність із забезпечення комерційно оптимального рівня завантаження виробничих потужностей порту на довгострокову перспективу, що враховує зміни глобальних і регіональних вантажопотоків, що відбуваються і що можуть відбутися.

Серед напрямів розвитку портового маркетингу виділимо інформаційний, дослідницький та пропагандистський. Інформаційний напрямок передбачає взаємний обмін інформацією з партнерами при наданні портових послуг. Ця інформація повинна включати відомості про всіх великих наявних та потенційних партнерів порту; дані про технічні та технологічні нововведення на суміжних видах транспорту; матеріали про загальноекономічні, комерційні та промислові зміни в державі і навколо; дані про конкурентів; інформацію про власний порт. Дослідницька діяльність має проводитися кожному з сегментів портового ринку. Рекламно-пропагандистська діяльність реалізує конкретні заходи з окремими клієнтами та серед усіх потенційних отримувачів портових послуг. Усі ці види діяльності повинні мати довго-

Igor Sirenko, PhD (Economics),

Arthur Lebach

Admiral Makarov National University of Shipbuilding

Nadiya Galata, senior master, Higher Vocational School №21

Foresight as a tool of maritime marketing in the terms of digital economy

The concept of port marketing is offered, some of its features are considered. The use of foresight technologies in maritime clusters based on port systems as a tool of marketing activities aimed at ensuring long-term competitiveness of the port is proposed. Peculiarities of foresight technologies in the conditions of digital market transformation are singled out.

Keywords: marketing, port, port marketing, foresight, port services market, digital information technologies

тривалу спрямованість. І всі вони пов'язані зі збиранням та обробкою інформації. Таким чином проявляються зміни, що характерні для ринку ХХІ сторіччя. На нашу думку, порівняно із традиційним ринок ХХІ ст. стає інтерактивним, і все більшу вагу на ньому отримують інформація, інтернет-технології та медіаресурси. Водночас важливою особливістю порту з т.з. маркетингу є збіг процесів «виробництва» та «реалізації» портових послуг. Ця особливість визначає набір принципів портового маркетингу, серед яких нас цікавлять гнучке реагування на вимоги активного та потенційного попиту; забезпечення інноваційності виробництва портових послуг; планування та прогнозування ситуації на ринку. Портовий маркетинг має використовувати ці особливості ринку як передумови та інструмент надання портових послуг.

І.Сіренко – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, А.Лебах – магістрант, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, Н.Галата – старший майстер, Вище професійне училище №21 (м.Миколаїв)

© І.Сіренко, А.Лебах, Н.Галата, 2021