

Студент 3 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ

П О В Ы Ш Е Н И Е У Р О В Н Я И Н Т Е Р А К Т И В Н О Г О М А Р К Е Т И Н Г А В С Ф Е Р Е Д Е Я Т Е Л Ь Н О С Т И П Р Е Д П Р И Я Т И Й

Аннотация. Определена сущность процессов взаимодействия движущих сил инновационного развития операционных систем, отечественных предприятий и национальной экономики, а также обоснована целесообразность использования методов интерактивного маркетинга для повышения конкурентоспособности субъектов хозяйственной деятельности Украины.

Анотація. Визначено сутність процесів взаємодії рушійних сил інноваційного розвитку операційних систем, вітчизняних підприємств і національної економіки, а також обґрунтовано доцільність використання методів інтерактивного маркетингу для підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарської діяльності України.

Annotation. The article deals with defining the essence of the processes of interaction of the motive forces of innovative development of operating systems, domestic enterprises and the national economy, as well as substantiating the appropriateness of application of interactive marketing to enhance the competitiveness of business entities in Ukraine.

Ключевые слова: интерактивный маркетинг, технологический уклад, мотивация, инновационное развитие.

На современном этапе предприятию необходимо грамотно выбирать стратегии для обеспечения эффективности движения и реализации товара на рынке в условиях глобализации экономики при использовании методов интерактивного маркетинга.

Проблема состоит в необходимости интенсификации процесса создания теоретико-методологической основы для успешного проведения на каждом отечественном предприятии организационно-технологической и социально-психологической реструктуризации операционной системы в соответствии с концепцией интерактивного маркетинга с целью инновационного развития национальной экономики.

Цель данной студенческой научно-исследовательской работы состоит в определении содержания и сущности процессов взаимодействия движущих сил инновационного развития операционных систем отечественных предприятий и, как следствие, национальной экономики. При этом важно учитывать целесообразность использования методов интерактивного маркетинга в процессе управления предприятием для успешного поиска и использования резервов повышения эффективности их деятельности.

В процессе данного исследования выявлены существенные причины экономического отставания Украины от ведущих стран мира, а также предложены методы интерактивного маркетинга в процессе управления предприятиями для успешного поиска и использования резервов повышения эффективности их деятельности.

Для достижения конкурентных преимуществ предприятий в сфере международного бизнеса в условиях глобализации всех сфер человеческой деятельности все чаще используют интерактивный маркетинг. Интерактивный маркетинг состоит из четырех составляющих: 1) внутрифирменный маркетинг; 2) маркетинг внутри страны; 3) международный маркетинг; 4) глобальный маркетинг. Он способен системно распространять свое влияние на процессы международной торговли, перемещение капитала, технологий, рабочей силы.

Проблема необходимости повышения качества маркетинговой деятельности отечественных предприятий обостряется в связи с тем, что иностранные фирмы со своими товарами и услугами все более активно продвигаются на территорию Украины, ускоряется процесс превращения ее внутренних рынков на рынки товаров иностранных фирм, то есть во внутренние международные рынки Украины, которые являются составляющими мирового рынка. Поэтому основной задачей управления инновационным развитием отечественных предприятий является достижение фирмами конкурентных преимуществ не только на внешних, но и на внутренних рынках.

Для выяснения основных причин отставания экономики Украины от передовых стран мира необходимо обратить внимание на циклический характер развития экономики по причине смены технологических укладов, которые глубоко исследовал Глазьев С. Ю. в своих научных трудах [1].

Периодизация технологических укладов представлена в таблице.

Таблица

Периодизация технологических укладов

© Емельянова Н. А., 2013

Технологический уклад и его период	Ядро технологического уклада	Ключевой фактор
Первый	Текстильная промышленность, текстильное	Текстильные машины

(1770 – 1830 гг.)	машиностроение, выплавка чугуна, обработка железа, строительство каналов, водяной двигатель	
Второй (1830 – 1880 гг.)	Паровой двигатель, железнодорожное строительство, транспорт, машино-, пароплавание, угольная, черная металлургия	Паровой двигатель, станки
Третий (1880 – 1930 гг.)	Электротехника, тяжелое машиностроения, производство и прокат стали, линии электропередач, неорганическая химия	Электродвигатель, сталь
Четвертый (1930 – 1970 гг.)	Автомобиле- тракторостроение, цветная металлургия, производство товаров длительного пользования, синтетические материалы, органическая химия, производство и переработка нефти	Двигатель внутреннего сгорания, нефтехимия
Пятый (1970 – 2010 гг.)	Электронная промышленность, вычислительная и оптоволоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроения, производство и переработка газа, информационные услуги	Микроэлектронные компоненты
Шестой (2010 – 2050 гг.)	Нанoeлектроника, молекулярная и нанофотоника, наноматериалы в том числе оптические, нанотехнологии, технологии виртуальной реальности, робототехника, новая медицина, новое природопользование	Нано-, био- и инфo-технологии

Для повышения конкурентоспособности отечественных предприятий в условиях глобализации экономики именно концепция интерактивного маркетинга ориентирует на необходимость их перехода от традиционных третьего и четвертого укладов на пятый и шестой технологические уклады.

Существенным фактором инновационного развития национальной экономики является также усиление мотивации труда всех сотрудников каждого предприятия к улучшению качества удовлетворения потребностей в нашей стране и за рубежом. Поэтому перспективным направлением поиска и использования резервов повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования является внедрение в практику мотивационных механизмов, которые строятся и функционируют в соответствии с концепцией интерактивного маркетинга.

Анализ процесса реформирования экономики Украины показывает, что для ее активного инновационного развития недостаточно рыночных преобразований только на макроэкономическом уровне. Опыт эффективных фирм показывает, что их успех в значительной мере базируется на грамотном подходе к вопросам постоянного совершенствования операционного менеджмента. Научное исследование, результаты которого приведены в данной статье, дало возможность обосновать целесообразность использования принципов и методов интерактивного маркетинга для повышения эффективности управления трудовыми и технологическими процессами внутри предприятия, а также на рынках факторов производства и товаров в условиях глобализации экономики.

Научн. рук. Черкасов В. И.

Литература: 1. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. – М.: Владар, 1993. 2. Норт Д. Институцій, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. – К.: Основа, 2000. – 198 с. 3. Нельсон Р. Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Р. Нельсон, С. Ж. Унтер; пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 535 с. 4. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с. 5. Функціонування та регулювання ринку праці у сфері торгівлі: монографія / В. В. Апопій, О. І. Ляш, Н. Г. Міценко та ін. – Львів: Вид. ЛКА, 2009. – 224 с.