НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

76-Ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ, ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ, АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

ТОМ 1

14 травня – 23 травня 2024 р.

УДК 334.72:330.341.1]:502.131.1

І.В. Міняйленко, к.е.н., доцент,
В.О. Пивоваров, студент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

КОНЕЦЕПЦІЯ SMART-СПЕЦІАЛАЗІАЦІЙ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У контексті глобалізації та стрімких технологічних змін, поняття сталого розвитку набуває все більшої вагомості у стратегічному плануванні діяльності підприємств. Доволі важливим інструментом для досягнення стійкості являється концепція smart-спеціалізацій, мета якої концентрувати ресурси на найбільш перспективних напрямах наукових досліджень та інновацій. Дана концепція дозволяє підприємству забезпечити довготривале економічне зростання, соціальний розвиток та екологічну безпеку.

Концепція smart-спеціалізації була розроблена як частина стратегії ЄС «Європа 2020» з метою стимулювання економічного розвитку шляхом використання інновацій. Даний підхід заснований на ідентифікації унікальних сильних сторін регіону, підприємства, науково-дослідних компетенцій і виробничих традицій, а також потенціалу для інновацій і спеціалізацій. Застосування концепції у сталому розвитку підприємств включає інтеграцію екологічних, економічних та соціальних критеріїв у процесі вибору напрямків для спеціалізації. Підприємства, впроваджуючи цю модель, можуть досягати не тільки економічного зростання, але й зменшення навантаження на навколишнє середовище, підвищення соціальної відповідальності.

Використання концепції smart-спеціалізацій на підприємствах має наступні переваги:

– Інноваційність – тобто фокусування на ключових компетенціях підприємств сприяє інноваційному розвитку;

– Конкурентоспроможність – smart-спеціалізації дозволяють підприємствам бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку;

– Ефективність використання ресурсів – оптимізація використання ресурсів знижує витрати і забезпечує більш ефективне їх використання;

– Стійкість – зменшення екологічного впливу на навколишнє середовище та підвищення соціальної відповідальності можуть забезпечити довгострокову стійкість підприємства.

Дана концепція має багато переваг та при її реалізації можуть виникати ряд певних викликів, наприклад:

– Ризик занадто вузької спеціалізації – зосередження ресурсів та зусиль на дуже вузьких напрямках може обмежити здатність підприємства адаптуватися до змін у ринкових умовах або технологічних інноваціях;

– Залежність від державної підтримки – smart-спеціалізації часто потребують значної підтримки з боку уряду, включаючи фінансування, регуляторні пільги та інші засоби. Перебої у державному фінансуванні або зміни у політиці можуть суттєво вплинути на здатність підприємств виконувати свої стратегічні ініціативи;

– Необхідність постійного моніторингу та оцінки – задля того, щоб smart-спеціалізація була успішною, необхідно постійно проводити аналіз та оцінку впроваджених ініціатив. А це вимагає ресурсів, часу та кваліфікованих працівників, що може бути складним для деяких підприємств, особливо для малих та середніх.

Концепція smart-спеціалізацій відіграє ключову роль у формуванні стійкого розвитку підприємств, дозволяючи їм адаптуватися до мінливих умов ринку, інноваційно-технологічного середовища та зростаючих вимог стійкості. Інтеграція цих принципів в корпоративну стратегію забезпечує не тільки економічні переваги, але й сприяє збереженню природних ресурсів та покращенню соціального благополуччя.

Література

1. Ємельянов В. М., Козлова Л. В. Особливості реалізації концепції smart-спеціалізації в Україні. Public Administration and Regional Development січень 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/339137870

УДК 339.138

М.О. Скрипаль, студентка,
О.А. Івасенко, к.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА СПОЖИВЧІ ЗВИЧКИ ТА ПСИХОЛОГІЮ СПОЖИВАЧІВ

У сучасному світі маркетинг відіграє важливу роль в діяльності будь-якого підприємства, тому що він дозволяє встановити оптимальний взаємозв'язок між підприємством і зовнішнім середовищем, частиною якої воно є. В даній тенденції маркетинг розуміється, як вираз орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення. Маркетингова діяльність повинна бути спрямована на довгострокове існування підприємства, на його