

Секція 2. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

I. Didmanidze, Prof. (*Batumi Shota Rustaveli state University Batumi public school*)

G. Kakhiani, Prof. (*Batumi Shota Rustaveli state University Batumi public school*)

Z. Dumbadze, teacher (*Batumi Shota Rustaveli state University Batumi public school*)

ASSESSMENT METHODOLOGY OF INVESTMENT MANAGEMENT SOFTWARE PACKAGE PERFORMANCE QUALITY ON STOCK MARKET

The assessment of the investment software package performance quality has required the modeling of this software package by quotation time of such shares as IBM, Sity Group, The Walt Disney Company, General Electric on the rows which were used parallel to the study of neuronal networks as well as with the purpose of making a trade decision, based on the results of neuronal networks forecasting on the stock market.

Before launching the test, it is important to develop the rules for the software package, i.e. it is necessary to define the initial investment volume, the rules of opening and closing positions for each financial instrument, the volume of open positions, the ratio of the financial instruments in the investment portfolio.

In order to determine all the above described parameters, the following sequence of actions has been performed:

1. The decision to invest in a certain financial instrument was related to the expected weekly income of each financial instrument and the weekly risks of this instrument. If a weekly analysis showed that a negative week was expected for the instrument, then the investment in such an instrument could not be done.

2. After selecting financial instruments for an investment portfolio, the investment portfolio's optimization algorithm was used to determine their specific gravity in the investment portfolio.

3. The decisions to enter a new position and leave the current position were made on the basis of the results of neuronal networks' one-day forecasting. After each trade day there was retraining of the neural networks included in the software package based on the data received during the day.

4. Each profitable position was characterized by the increasing volume of the open position.

5. After each month of testing, there occurred a formation of accounts for transactions, an analysis of the software package efficiency for the possible adjustment of its parameters.

As a result of the research, a software package for managing a securities portfolio on the international stock market has been created on the basis of the algorithms, construction and testing methods of realization of investment management software packages in the financial instruments of the International Currency Market.

В.В. Атюшкина, канд. экон. наук, доц. (ОНПУ, Одесса)

Н.Н. Мельничук, студ. (ОНПУ, Одесса)

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ALBERT

Мы живем в веке информации, скорости, стремительного развития технологий, усовершенствования продуктов и услуг на рынке и конечно развития методов для продвижения предоставляемых товаров. Все острее для предпринимателей становится вопрос о продвижении продукции, так как рынок перенасыщен товарами и услугами. Маркетинг – повсюду. Реклама в разном своем исполнении «атакует» потребителя со всевозможных ресурсов: Интернет, телевизор, наружная реклама, мобильные устройства и т.д.

Таким образом, для того, чтобы быть конкурентоспособным в нынешних условиях современного рынка, необходимо перестраиваться на внедрение инновационных технологий в маркетинг. Главная экономическая проблема состоит в том, что серьезные инновационные продукты, могут повлечь за собой вытеснение человеческого фактора «маркетолога» на рынке труда. Принято считать, что инновация в маркетинге – это внедрение какого-либо нового или существенно улучшенного продукта или процесса, нового метода осуществления маркетинговой активности или организационных новаций в бизнесе, создании рабочих мест и т.д. (что отражено в нормативном документе Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и статистического бюро Европейских сообществ (Евростат), известном как «Руководство Осло»). Как мы понимаем из определения – внедрять нужно определенную функцию, которая позволит продвигать наш продукт, более усовершенствованными способами. На данный момент времени,