

РИЗИКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ЛОГІСТИЦІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ілляшенко С.М., доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна;
Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5484-9788>

Ілляшенко Н.С., доктор економічних наук, професор,
Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1426-1215>

Концепція маркетингової логістики передбачає управління логістичними потоками відповідно до рекомендацій маркетингу [1], в основу яких покладено результати маркетингових досліджень ринку. Маркетингова логістика дозволяє обґрунтовано визначати характеристики (номенклатурні, кількісні, часові тощо) логістичних потоків (матеріальних, інформаційних, фінансових), формувати ефективну ринково-орієнтовану систему заходів з управління ними, знизити логістичні ризики. Це є особливо актуальним для логістики інноваційної продукції, виробництво й комерціалізація якої пов'язані з підвищеним ризиком [2].

Проте і ринково-орієнтована логістична діяльність (маркетингова логістика) також не позбавлена ризиків.

Вони спричинені наступним:

1. Часовим розривом між розробленням системи заходів маркетингового і логістичного супроводу комерціалізації інновацій і їх практичною реалізацією. Імовірність відхилення фактичних результатів комерціалізації від очікуваних зростає по мірі зростання часового розриву, оскільки зростає імовірність змін умов зовнішнього мікро- і макросередовища (часовий ризик). Відповідно, розроблена стратегія комерціалізації може не відповідати умовам, що склалися на ринку.

2. Невідповідністю умов на ринках чи їх сегментах, що обрані для бізнес-аналізу доцільності створення, виготовлення, ринкових випробувань і комерціалізації інновацій тощо, умовам на окремих цільових ринках чи їх сегментах (просторовий ризик). Це загрожує зменшенням обсягів реалізації інновацій, необхідністю понесення додаткових витрат на доробку інновацій, коригування заходів маркетингового і логістичного супроводу тощо.

Для аналізу часових ризиків доцільним є прогнозування тенденцій розвитку умов зовнішнього мікро- і макросередовища у часовому розрізі [3]. Це дозволить виділити можливі сценарії розвитку подій у майбутньому і розробити заходи маркетингового і логістичного супроводу комерціалізації інновацій для кожного з них. Що надасть можливість зменшити часові ризики.

Для аналізу просторових ризиків необхідним є проведення уточнюючих маркетингових досліджень щодо визначення особливостей діяльності на нових цільових ринках чи їх сегментах. Їх результати дозволяють уточнити стратегію комерціалізації, її маркетингову і логістичну складові, знизити зазначені ризики.

Слід також враховувати логістичні ризики спричинені війною з Росією. Зокрема:

- пошкодження чи знищення об'єктів логістичної інфраструктури: постачальників сировини, матеріалів чи комплектуючих; складських господарств; транспортних господарств; торгівельних і збутових організацій; логістичних центрів тощо;

- зменшення кадрового потенціалу логістичних систем: виїзд в евакуацію в інші регіони чи за кордон, призов в ЗСУ, загибель чи поранення і т.п.;

- розриву зв'язків з традиційними бізнес партнерами: постачальниками, посередниками і т.п.;

- порушення логістичних шляхів і інформаційних каналів.

Частково зменшити ці ризики можна шляхом цифровізації логістики, що розширить її адаптивні здатності до зміни умов зовнішнього середовища, дозволить зменшити потреби у персоналі, підвищить оперативність трансформації логістичних систем тощо [4].

Слід зазначити, що стратегічне бачення і цільові настанови функціонування і розвитку маркетингової логістики формуються на основі рекомендацій маркетингу. Результати аналізу зазначених видів ризику є підставою для уточнення системи заходів маркетингового і логістичного супроводу комерціалізації інновацій.

Отримані результати поглиблюють засади ризик-менеджменту маркетингової логістики інноваційної продукції в частині розширення діапазону аналізу і урахування видів ризику.

Література:

1. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингове управління логістичними потоками в інноваційному процесі промислових підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*. 2024. Т. 8. № 4. С. 6-20.

2. Pliashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Pliashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Logistics risks of commercialization of innovations of industrial enterprises. *Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»*. 2023. № 2. P. 56-65.

3. Ілляшенко С.М. Інформаційні потоки в маркетингу і логістиці інноваційного процесу в умовах технологічних трансформацій. *Інфраструктурне забезпечення сталого розвитку територій: інноваційний аспект*: колективна монографія / за ред. Олени Омеляненко. Суми: Триторія, 2023. С. 172-201. (електронне видання). URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71891>

4. Pliashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Pliashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Digitalization of logistics to solve the problems of its development in the conditions of the post-war recovery of Ukraine's economy. *Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»*. 2024. № 1. pp. 69-77.

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ: ВИРОБНИЧІ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Іщук С.О., доктор економічних наук, професор,
Державна установа «Інститут регіональних досліджень
ім. М.І. Долишнього НАН України», м. Львів, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3698-9039>

Мудрий В.П., аспірант,
Державна установа «Інститут регіональних досліджень
ім. М.І. Долишнього НАН України», м. Львів, Україна

Промисловість була і залишається ключовим сектором національної економіки. Про активне відновлення промислового виробництва в Україні свідчить повернення значень показника частки доданої вартості в обсязі виробленої продукції переробної промисловості до рівня 2021 року, тобто 28 % (тут і далі в тексті наведено результати авторських розрахунків за даними Державної служби статистики України [1]). Водночас те, що повномасштабна війна та її прями і непрямі наслідки кардинально змінюють вітчизняну промисловість, ілюструють актуальні показники динаміки промислового виробництва. Так, після значного падіння у 2022 році (-21,7%) обсяг реалізованої промислової продукції в Україні у 2023-му досяг зростання 16,5 %, яке, однак, дещо сповільнилося і у I півріччі