

### Література:

1. Проблеми формування організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю підприємств. URL : [https://pidru4niki.com/1368051153556/ekonomika/problemi\\_formuvannya\\_organizatsiyno-ekonomichnogo\\_mehanizmu\\_sistemi\\_upravlinnya\\_konkurentospromozhnistyu](https://pidru4niki.com/1368051153556/ekonomika/problemi_formuvannya_organizatsiyno-ekonomichnogo_mehanizmu_sistemi_upravlinnya_konkurentospromozhnistyu) (дата звернення: 15.02.2021).
2. Артеменко Л. П., Піддубна А. С. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю промислового підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. URL : [http://www.fmm.kpi.ua/\\_userfiles/2015\\_p201-300\\_p51-100.pdf#page=9](http://www.fmm.kpi.ua/_userfiles/2015_p201-300_p51-100.pdf#page=9) (дата звернення: 18.02.2021).
3. Халімон Т. М. Принципи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL : <http://www.vestnik-ecnom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/35.pdf> (дата звернення: 18.02.2021).

## ІННОВАЦІЇ ЯК ПІДГРУНТЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Звержхівська К.О.*

*Науковий керівник: Кавун-Мошковська О.О., к.е.н., доцент  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Незадовільний стан розвитку економіки України значною мірою пояснюється відсутністю стійких конкурентних позицій вітчизняних компаній на зовнішніх ринках. Вітчизняну економіку можна охарактеризувати як спрямовану на підвищення ефективності, тоді як економічно розвинені країни надають пріоритет інноваційному розвитку, головним критерієм якого є конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність бізнесу визначається як здатність інвестувати у можливості, пропоновані підприємствам у відповідних галузях та ринках.

Проблеми, що перешкоджають успішному використанню конкурентних переваг українськими компаніями, є в першу чергу технологічними, оскільки відсталість виробничих фондів та процесів не дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію [2].

Інноваційна активність відкриває можливості та загрози для бізнесу. Можливості сприяють дослідженню та розробці інноваційних ідей, створенню нових конкурентоспроможних наукових, технологічних, адміністративних, організаційних, економічних та соціальних інновацій та отриманню прибутку від їх реалізації. Загроза полягає в тому, що різка зміна функцій бізнесу вимагає від керівництва прийняття нестандартних організаційних рішень щодо управління дослідженнями, вдосконалення інноваційних процесів, трансферу технологій, здійснення постійного навчання персоналу та формування сприятливого клімату для розвитку людських ресурсів [1, с. 14].

У даний момент із урахуванням впливу конкурентної переваги можна визначати два головних види інновацій: зростаючі інновації (incremental innovation) та радикальні інновації (radical innovation).

Зростаючі – це інновації з характером удосконалення продуктів і технологій [4]. Радикальний вид інновацій створює не тільки нові технології та продукти, але також нові концепції бізнесу [4].

Вони впливають на три основні за важливістю чинники конкурентоспроможності (табл. 1).

Для забезпечення ефективного процесу активізації інноваційної діяльності підприємств обґрунтований ряд спеціальних принципів: державна підтримка інноваційної діяльності; визнання пріоритетності інноваційних факторів для підвищення як конкурентоспроможності, так і ефективності діяльності підприємства в цілому; правова охорона інноваційних ідей; інформаційний взаємозв'язок; активна і новаторська участь кожного співробітника у підвищенні ефективності інноваційної діяльності та конкурентоспроможності продукції [3].

**Таблиця 1 – Сфери впливу інновацій**

| Види інновацій | Сфери впливу інновацій                                        |                                                        |                                            |
|----------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|                | Економіка та її сектори                                       | Підприємства, бізнес діяльність                        | Продукти і процеси                         |
| Зростаючі      | Стосунки між підприємствами (B2B) Інтеграція ланцюга поставок | Процеси удосконалення організації, (реінжиніринг, TQM) | Модифіковані процеси і продукти            |
| Радикальні     | Нові, інноваційні структури секторів і економіки              | Створення нових бізнес-концепцій                       | Зміна конфігурації процесів. Нові продукти |

*Джерело: [4]*

З метою активізації інноваційної діяльності підприємств необхідно постійно здійснювати відбір та моніторинг найбільш значущих чинників і показників за її оцінкою; встановлювати взаємозалежності між цими факторами, ступенем інноваційної діяльності підприємств та рівнем конкурентоспроможності; на основі виявлених зв'язків і залежностей виробляти рекомендації щодо поліпшення ситуації.

#### **Література:**

1. Грабовська І. В. Роль інновацій в забезпеченні конкурентоспроможності та сталого розвитку промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 4. С. 12-17.
2. Денисенко М. П., Воронкова Т. Є., Янковець Т. М. Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України. URL: [https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian\\_editions/Denisenko2015061902.pdf](https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Denisenko2015061902.pdf)
3. Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи: лист Держінвестицій від 15.10.2008 року № 2691/01-06-1-3-03. URL: <http://www.in.gov.ua>.

4. Позняк С. В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614>.

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТОВАРІВ**

*Зоря М.М.*

*Науковий керівник: Ріпа Т.В., к.е.н., старший викладач  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Конкурентоспроможність українських підприємств в умовах динамічного розвитку світового ринку є актуальною проблемою на рівні держави. Нестабільна політична ситуація, економічний занепад не дають можливості акцентувати увагу на відтік кваліфікованих кадрів, уповільнення науково-технічних досліджень, наповнення вітчизняного ринку імпортованими товарами, недосконалість механізму управління і гальмування розвитку міжнародного конкурентного потенціалу українського виробничого комплексу. Все це викликає втрату конкурентних позицій підприємств України.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища. Поліпшення конкурентних позицій підприємства – запорука успішної діяльності держави на міжнародному ринку. Ветропак – один із провідних європейських виробників склотари. АТ «Ветропак Гостомельський Склозавод» займається виготовленням, продажем та реалізацією склотари в Україні, успішно прийнятий в члени мережі «Unic» та має можливість скористатися всіма перевагами та послугами.

Продукція Гостомельського склозаводу займає 27% ринку скляних пляшок в Україні - частка підприємства найбільша в країні. Тож будівництво складу на 35 мільйонів пляшок є і нагальною потребою, і свідченням ринкового успіху склоробів Гостомеля. До сильних сторін підприємства можна віднести: адекватні фінансові джерела; високу компетентність і кваліфікація персоналу; високе мистецтво конкурентної боротьби; цінову перевагу; високу якість продукції; популярність торгової марки; кращі виробничі потужності; надійну мережу розподілу; унікальну й передову технологія, сучасне обладнання; перевірене надійне управління; перевірений і надійний постачальник; розуміння споживачів; чітко сформульовану стратегія та ін (рис. 1).

При аналізі слабких сторін підприємства слід мати на увазі, що вони за певних умов можуть перетворитися в сильні. До слабких сторін підприємства належать: висока собівартість продукції; високий ступінь зносу устаткування; відсутність аналізу інформації про споживачів; втрата деяких аспектів компетентності персоналу. Численні контакти з потенційними закордонними інвесторами показали їхню зацікавленість в інвестуванні в зовсім нові виробничі потужності, використовуючи сучасні технології й інфраструктуру,