

- проводити систематичну роботу з підвищення якості та характеристик туристичного продукту з використанням інноваційних технологій та підходів;
- розробляти нові конкурентоспроможні продукти та сервісні пропозиції;
- розвивати нову програму лояльності споживачів, які є прихильниками;
- налагоджувати віртуальну мережу сервісного обслуговування клієнтів, а також інформаційного забезпечення та «гарячої лінії» для зворотного зв'язку.

Взагалі, розробка і впровадження стратегії диверсифікації діяльності у якості інструменту підвищення рівня конкурентоспроможності туристичних фірм дозволить системно враховувати мінливі коронавірусні умови ведення бізнесу і забезпечити сталий розвиток компаній даної сфери на тривалий період часу в умовах жорсткої конкурентної боротьби та нестабільності середовища, а також мати стратегічну перспективу у посткоронавірусній економіці туризму.

Література:

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие. Минск : Новое знание, 2003. 496 с.

2. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації. *Колективна монографія*. Колектив авторів. / за заг. ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.

3. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S., Kuklina T. Creation of a legal hub by micro-enterprises in the field of tourism. *Fundamental and applied research in the modern world* : Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. BoScience Publ., Jan. 20-22, 2021. Boston, USA. 2021. P. 255-263.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Громакова В.В.

Науковий керівник: Коледіна К.О., к.е.н., доцент

Харківського національного університету будівництва та архітектури

Вся сфера людської діяльності базується на владі інформації та технологічних інновацій як об'єктів інтелектуальної власності, швидкість появи та обсяг яких невпинно зростає. Інформація є вирішальною основою та засобом інноваційного розвитку, мобілізації рішень, які вже довели свою працездатність, та протистояння загрозам й ризикам, що генерує ринкове середовище.

Інновація – це певні зміни, які відбуваються у відповідності зі суспільними потребами, в сфері функціонування складної техніко-економічної і соціальної системи та полягають у переході до якісно нового стану структури виробничого механізму, технології, техніки або організації діяльності, в процесі реалізації яких досягається результат у вигляді кількісного та/або якісного науково-технічного, організаційного, екологічного, економічного та соціального ефекту [2, с. 7].

Інноваційна діяльність як процес виступає обов'язковою умовою процесу задоволення потреб. Результатом інноваційної діяльності є створення інноваційної економіки, побудованої на знаннях та комерціалізації науки [4, с. 57-60]. Отже, сутність інновацій полягає в проведенні змін, які становлять функціональне наповнення інноваційної діяльності підприємства.

Вітчизняні вчені, враховуючи сферу діяльності підприємства, виділяють наступні чинники інноваційного забезпечення підприємства:

- ✓ необхідність впровадження інноваційної політики на підприємстві;
- ✓ потенціал кваліфікованих трудових ресурсів;
- ✓ система управління якістю на підприємстві;
- ✓ безперервне вдосконалення продукції національних виробників та розширення їх діяльності на зовнішньому ринку;
- ✓ інвестиційну привабливість та інвестиційний клімат регіону;
- ✓ інноваційну активність господарюючих суб'єктів, включаючи мале і середнє підприємництво;
- ✓ питому вагу конкурентоспроможної продукції, виробленої підприємствами регіону, на внутрішньому і міжнародному ринках;
- ✓ загальний стан основних фондів та інфраструктури території;
- ✓ кадровий потенціал [1, с. 3-11].

Інноваційна політика підприємства повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, що в свою чергу, зумовить зростання попиту на продукцію підприємства та зростання обсягів продажів за попередньою ціною. У подальшому в разі зростання конкурентоспроможності продукції можливим стане й збільшення цін та обсягів продажу.

Нині ключовою ознакою конкурентоспроможності підприємства стає його інноваційність, тобто здатність підприємства до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі освоєння нововведень.

Аналізуючи джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України [3], можна дійти висновку, що у 2019 р. порівняно з 2018 р. відбулося зростання витрат на інновації на 2040,8 млн. грн. (16,8%), що сталося в основному за рахунок власних коштів підприємств, оскільки дана стаття у 2019 році збільшилась на 1732,9 млн. грн. (16,1%). Що ж стосується фінансування інновацій на промислових підприємствах за рахунок коштів державного бюджету, то тут спостерігається скорочення витрат на 82,6 млн. грн. (12,%), що свідчить про те, що держава не приділяє цьому питанню належної уваги. У цілому ж в 2019 році спостерігається збільшення витрат на інновації, що свідчить про підвищення ролі інноваційної діяльності в роботі підприємств та їх прагненні до підвищення своєї конкурентоспроможності та формування конкурентної позиції на ринку.

Отже, наявний інноваційний потенціал вітчизняних підприємств через недостатність фінансування не використовується повною мірою, що в свою чергу негативно впливає на рівень стійкості економіки країни в цілому. Основними напрямками активізації інноваційної діяльності в Україні є розвиток

інституційних умов для цієї діяльності, удосконалення системи заходів державної підтримки винахідництва та інновацій, розроблення галузевих стратегій розвитку на інноваційних засадах.

Застосування інновацій у своїй діяльності допоможе вітчизняним підприємствам не лише налагодити внутрішні процеси з виробництва продукції за рахунок прогресивних технологій, а й сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності та збереженні конкурентних переваг у часі. Задля підвищення рівня конкурентоспроможності підприємствам необхідно постійно слідкувати за інноваційним розвитком та впроваджувати інновації, випереджаючи конкурентів.

Література:

1. Гудзь О. Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. *Вісник Харківського нац. техн. ун-ту сільського господарства ім. П. Василенка*. Х.: 2015. Вип. 161. С. 3-11.

2. Коледіна К. О. Економічна оцінка інноваційного розвитку промислових підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності). Інститут економіки промисловості. Київ, 2018. 27 с.

3. Офіційний сайт Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 18.02.2021).

4. Сітковська А. О. Інноваційна спрямованість підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2016. №3 (62). С. 57-60.

КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ РИНКІВ ПРАЦІ

Гулієва А.Р.

*Науковий керівник: Тріпак М.М. кандидат економічних наук, доцент,
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж*

З появою ринкової економіки постало питання конкуренції і виникла потреба в конкурентних перевагах. В умовах командної економіки конкуренції в сучасному вигляді не існувало. Розвиток ринкових механізмів регулювання української економіки різко загостило цю проблему, і її рішення зажадало від усіх учасників ринку підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції і надання послуг. Головним завданням сучасної економіки перед комерційними підприємствами є підвищення конкурентоспроможності та закріплення позицій на ринку з метою отримання максимального прибутку [1].

Слід розрізняти поняття «конкурентоспроможність продукції» і «конкурентоспроможність підприємства», тому що: перше є складовою частиною другого. Під конкурентоспроможністю підприємства розуміється