

## **ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Рудь Д.В., Пилипенко В.О.*

*Науковий керівник – Кадикова І.М., канд. екон. наук, доцент*

Науково-технічний прогрес за останні десятиріччя став ключовим фактором розвитку передових галузей економіки, під його впливом швидкими темпами оновлюється технічна база виробництва, удосконалюється процес виробництва продукції, оновлюється та розширюється асортимент, інтенсифікується процес наукових досліджень і розробки нових видів продукції. Вплив НТП на конкурентоспроможність підприємств, галузей, країн, їх товарів має багатоплановий характер. Він проявляється у зміні характеру та інтенсивності конкуренції, появі нових товарів та технологій, підвищенні важливості питань якості та надійності виробленої продукції, зміні кон'юнктури ринку та інших організаційно-управлінських аспектів конкурентоспроможності.

Підвищення ролі науково-технічного потенціалу в сучасному виробництві призвело до того, що конкурентна боротьба підприємств на світовому ринку все більше переміщується в область новизни продукції, що випускається, та впровадження інноваційних технологій у виробничий процес.

Підприємство, досягнувши конкурентних переваг, можуть утримувати їх тільки за допомогою постійних поліпшень, бо практично будь-яке досягнення можуть відразу ж повторити конкуренти і обов'язково обійдуть підприємство, яке припинить вдосконалення та впровадження інновацій [1].

Сьогодні, в умовах глобалізації, яка охоплює усі сфери діяльності, і жорсткої конкуренції [2], для усіх підприємств є актуальним необхідність здійснення нововведень задля того, щоб стати лідером певної галузі.

Вітчизняним компаніям все активніше доводиться змагатися за якістю і технічним рівнем з продукцією закордонних корпорацій, які, в свою чергу, по ряду позицій мають певні переваги. І незалежно від того, в якому фінансовому становищі знаходиться підприємство, яку частку ринку займає та чи є воно лідером галузі чи ні, фактично лише впровадження інновацій здатне призводити до суттєвого збільшення її прибутку.

Створення, впровадження і поширення нових продуктів, послуг та технологічних процесів [3] є основними чинниками зростання обсягів виробництва, залучення інвестицій, створення нових робочих місць, збільшення зовнішньоторговельного обороту. Саме у інноваціях

криються найбільш істотні резерви покращення якості товарів і послуг, економії трудових та матеріальних витрат, зростання продуктивності праці, вдосконалення виробництва та підвищення його ефективності. І все це прямо впливає на конкурентоспроможність компаній і продукції, яку вони випускають на внутрішньому та світовому ринках, та поліпшує соціально-економічну ситуацію в країні в цілому.

Ключовим завданням розвитку економіки України є інноваційне оновлення використовуваних технологій і виробленої продукції. Це основа економічного зростання, задоволення постійно зростаючих потреб населення в різноманітних якісних товарах і послугах. За сучасних умов інноваційною діяльністю повинні займатися всі організації, всі суб'єкти господарювання. Інноваційна діяльність забезпечує їм конкурентні переваги, сприяє зміцненню і розширенню їх положення на ринку.

Отже, потужним інструментом забезпечення ефективної інноваційної діяльності підприємства залишаються розроблені та/або впроваджені у світову практику новаторські ідеї. Вони лежать в основі інноваційної активності та є головною ланкою у ланцюжку факторів, що призводять до постійного впливу науки на рівень техніки і технології, а з іншого - в застосуванні новітніх приладів і обладнання в наукових дослідженнях.

#### **Література:**

1. Портер, Майкл Е. Конкуренція [Текст]: пер. з англ. : Навч. посібник / М. Е. Портер; ред. Я. В. Заблоцький. - СПб. та ін.: Видавничий дім "Вільямс", 2000. - (A Harvard Business Review Book). - ISBN 5-8459-0055-7. - ISBN 0-8784-795-1
2. Шевченко О. О. Участь України в процесах інтеграції і глобалізації: теоретико-методологічний аспект [Текст] / О.О. Шевченко, І.М. Кадикова // Галицький економічний вісник. - 2010. - №3 (28). - С. 5-9.
3. Kadikova, I., Kalinenko, B., Larina, S., Chumachenko, I. (2017), "Model of time management in the system of strategic project management", Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries, No. 2 (2), P. 29–37.

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ**

***Рафалович В.І.***

*Науковий керівник – Гончарова З.В., канд. екон. наук, доцент*

Сьогодні в умовах коронавірусної кризи особливе значення набуває пошук шляхів відновлення однієї з найважливішої галузі світової економіки – туризму та адаптація туристичних підприємств до нових умов діяльності. Варто зазначити, що у багатьох країнах і регіонах ту-