

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (Україна)

Інститут проф. Жана-Урбана Сандаля (Норвегія)

Університет ім. Фрідріха-Олександра Ерланген-Нюрнберг (Німеччина)

Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі
(Республіка Казахстан)

Варшавський технологічний університет «Варшавська політехніка» (Польща)

Балтійська міжнародна академія (Латвійська Республіка)

Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського» (Україна)

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (Україна)

Міжнародний університет фінансів (Україна)

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

25 листопада 2022 року
м. Харків, Україна

ББК 65.050

К 64

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 01.12.2022 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 18.11.2022 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, проректор Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (Харків, Україна);

Криворучко Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. 122 с. (+ додаток). Укр. мова, англ. мова

ISBN 978-617-7801-37-4

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках сімнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ББК 65.050

ISBN 978-617-7801-37-4

© Колектив авторів, 2022

© ФОП Лібуркіна Л. М., 2022

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність ...

<i>Soloviova N. I.</i> Features of the formation of innovation strategy in telecommunications industry companies	601
<i>Сорока Т. М.</i> Сутність та особливості управління ризиками на підприємстві.....	606
<i>Сорочан Д. Е.</i> Інновації в логістичній системі підприємства	611
<i>Sotnikov M.</i> Japanese Innovative Management	615
<i>Spuziak K. S.</i> Innovative methods of motivation of personnel of service enterprises	618
<i>Стаматін Г. В.</i> Ефективність використання бренду підприємства як інноватора	623
<i>Стеценко Б. А.</i> Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі використання логістичного підходу	626
<i>Стьогіна А. С.</i> Особливості комунікативної політики на підприємстві в період воєнного стану.....	629
<i>Sushko M.</i> Innovation trends in warehouse activities efficiency management	634
<i>Strokovych H.</i> Analysis of the efficiency of innovation activities on the example of Israel.....	639
<i>Таргонська Н. Б.</i> Підхід до управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства	643
<i>Тимошенко К. В., Приходько Ю. С.</i> Дослідження кон'юнктури регіонального споживчого ринку та її вплив на діяльність підприємства на прикладі «ЕСВО» ЛТД.....	648
<i>Томах В. В.</i> Теоретичні аспекти креативності в управлінській діяльності	653
<i>Трикіла І. В.</i> Дослідження поведінки споживачів	656

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Кон'юнктура визначає комерційну цінність і конкурентоспроможність товарів і послуг. Поняття ринкової ситуації охоплює такі складові:

- ступінь збалансованості ринку (співвідношення попиту та пропозиції); сформовані тенденції його розвитку чи ті, що намітилися;
- рівень стійкості або коливання його основних параметрів;
- масштаби ринкових операцій і ступінь ділової активності;
- рівень комерційного (ринкового) ризику;
- силу і розмах конкурентної боротьби;
- ситуацію на ринку у певній точці економічного або сезонного циклу [2, с. 200].

Прикладною базою дослідження є приватна акціонерна компанія з обмеженою відповідальністю «ЕСВО» (далі – «ЕСВО» ЛТД), яка заснована в 1993 році. Протягом 29 років воно надає в оренду й експлуатацію власне або орендоване нерухоме майно, а також займається такими видами діяльності, як:

46.19. Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту;

46.49. Оптова торгівля іншими товарами господарського призначення;

46.90. Неспеціалізована оптова торгівля.

Наразі існує багато чинників, що впливають на ведення бізнесу ззовні. Так, за допомогою PEST-аналізу проаналізуємо зовнішнє середовище суб'єкта підприємницької діяльності «ЕСВО» ЛТД.

Матрицю PEST-аналізу наведено у *табл. 1*.

З наведеної таблиці можна зробити висновок, що на введення бізнесу впливають досить багато як позитивних, так і негативних зовнішніх факторів.

Секція 1. Проблеми стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі інновацій

Галузь має потужний виробничий потенціал, здатна виробляти різноманітний асортимент товарів широкого вжитку та промислового призначення. Легка промисловість України включає 23 види економічної діяльності, об'єднані у три основні групи [3]: текстильне виробництво, виробництво одягу, виробництво шкіри та виробів зі шкіри.

Щодо розвитку легкої промисловості упродовж останніх років можна виокремити два основних фактори впливу. Так, у 2020–2021 рр. суттєво вплинула пандемія коронавірусної інфекції. За 9 місяців 2020 р. галузевий експорт скоротився на 11,4 % (до 788,4 млн дол.), імпорт — на 5,6 %.

Водночас на внутрішньому ринку України споживалося тільки 53,79 % продукції вітчизняних виробництв, тоді як імпортозалежність у сегменті кінцевого споживання товарів становила 87,22 %. У 2020 р. купівля одягу в Україні, за різними оцінками, скоротилося на 50–60 %. Замовлення іноземних компаній на виготовлення одягу в Україні впали на 30 %. Тільки за 2020 р. галузь орієнтовно втратила до 20 тис. робочих місць. Водночас підприємства легкої промисловості та приватні виробники швидко перепрофілювалися на виробництво засобів захисту [4].

Зараз, у 2022 році, на галузь впливає воєнний стан в країні. Українці під час повномасштабної війни знизили інтенсивність покупок. Також змінилася і пріоритетна група товарів, які найчастіше цікавили покупців – серед таких виділяють електроніку, одяг і товари для дому.

Перспективи розвитку галузі легкої промисловості полягають у підвищенні конкурентоспроможності вітчизняної продукції, розширенні внутрішнього ринку, удосконаленні нормативно-правової бази. На підприємницьку діяльність «ЕСВО» ЛТД впливатимуть як негативні, так і позитивні фактори зовнішнього середовища.

У зв'язку з нестабільною ситуацією в країні, скороченням робочих місць та браком коштів покупці частіше звертають увагу саме на

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики

те, скільки коштує продукт. Саме тому важливо раціонально оцінити ринок та впровадити політику лояльних цін на підприємстві.

Література

1. Оснач О. Ф., Пилипчук В. П., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг : підручник. Київ : Центр учб. літ., 2009. 365 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2012. 368 с.
3. Офіційний сайт Інституту програмних систем НАН України. URL: <https://vue.gov.ua>
4. Офіційний сайт Української асоціації підприємств легкої промисловості – Укрлегпром. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/>

