

**Додаток до матеріалів  
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:  
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

**Тези доповідей**

24 листопада 2023 року  
м. Харків, Україна

Харків  
2023

*Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 12 від 08.11.2023 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 17.11.2023 р.)*

**Рецензенти:** **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, головний науковий співробітник Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (Харків, Україна);  
**Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);  
**Назарова Галіна Валентинівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної економіки Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

### **Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :**

Тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 24 листопада 2023 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. Укр. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто проблеми та перспективи розбудови економіки України, зокрема питання: сучасного стану зацікавленості інноваційними термінами вченого Овсія Лібермана: план, прибуток, премія; особливостей управління інноваціями домашніми господарствами; ролі інновацій та конкурентних переваг у цифровій платіжній системі в економіці; інноваційної трансформації промисловості України та проблем її кадрового забезпечення; перспективних напрямів розвитку циркулярної економіки в Україні; відродження сільськогосподарського виробництва.

Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Представлений матеріал може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, практичній діяльності підприємств і організацій для підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій.





біжні вчені: І. Ансофф, Г. Ассель, П. Диксон, В. Кондратьєв, Ф. Котлер, М. Портер, Ф. Хайєк, Й. Шумпетер, Л. Балабанова, Т. Данько, Н. Куденко, С. Ілляшенко, Т. Максимова, В. Пилюшенко, І. Семеняк, А. Старостіна, І. Решетнікова, П. Перерва, Н. Кузнецова та інші.

Слова економіста і публіциста Пітера Друкера «У компанії є дві і тільки дві базові функції: маркетинг та інновації» є актуальними і для сучасної теорії управління. В умовах ринкових перетворень та орієнтації на споживачів стратегічний маркетинг являє собою найбільш значущий інструмент управління, який об'єднує і координує всі функціональні підрозділи компанії на основі виробленої стратегії. Саме через інструменти стратегічного маркетингу та управління інноваціями компанії здатні вийти на рівень глобальної конкурентоспроможності та зберегти стійке лідерство.

Маркетинг інновацій має перспективну спрямованість на реалізацію функцій, пов'язаних із визначенням усвідомлених уподобань споживачів, проведенням комплексних досліджень ринкової та економічної кон'юнктури промислового виробництва; плануванням властивостей інноваційного продукту на основі виявлених вимог споживачів у динаміці; розробленням та реалізацією маркетингового плану просування інновацій і його коригуванням із урахуванням виявлених відхилень, моніторингом ефективності маркетингових заходів. Стратегія маркетингу інновацій являє собою концепцію маркетингу, засновану на бажанні компанії безперервно здійснювати якісне поліпшення товарів, послуг і методів залучення клієнтів. Розвиток міжнародного бізнесу завжди супроводжують збільшенням обсягу продажів, розширенням асортименту, що неможливо зробити без грамотного розроблення нових товарів або послуг. Не презентуючи ринкових новинок і не вдосконалюючи систему залучення цільової аудиторії, можна зменшити прибуток, оскільки конкуренти постійно рухаються вперед, здійснюють розроблення новітніх продуктів для виходу на перші позиції у всіх можливих рейтингах і для залучення більшої кількості споживачів. Отже, цілями інноваційного



компаній, які бажають стати лідерами в своїй галузі та отримувати постійно зростаючі прибутки, задовольняючи при цьому як власні потреби, так і потреби своїх споживачів [3, с. 40]. Незважаючи на те, що більшість автовиробників все ще використовують підхід «звичайний бізнес» для розвитку виробництва та продукції електромобілів, Tesla виділяється, використовуючи проривні та інноваційні рішення. Інновації також допомагають Tesla увійти до списку Forbes найбільш інноваційних компаній [4]. Вся діяльність Tesla побудована на застосуванні новітніх технологій та наукових винаходів. З самого початку компанія обирала напрям інноваційного розвитку, що безпосередньо вплинуло на її прибуток. Як і в будь-якої молодій компанії, її інноваційна діяльність є ризикованою, але чітка орієнтація на майбутнє дозволяє залишатися ефективною, незважаючи на збитки.

Отже, за умови розв'язання виявлених проблем упровадження сучасних інноваційно-маркетингових технологій дасть змогу компаніям якісно й оперативно вийти на вищий рівень інноваційного виробництва, а також забезпечить конкурентні переваги компаніям в умовах жорсткого конкурентного середовища на внутрішньому та світовому ринках.

### Література

1. Григорчук Т. В. Маркетинг. URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance>
2. Пилипчук В. П. Маркетингова діяльність промислових, підприємств та тенденції її розвитку. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / за наук. ред. А. Ф. Павленка. Київ : КНЕУ, 2005. С. 183–212.
3. Бажала Ю. М. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посіб. для ВНЗ. Київ : Пульсари, 2015. 278 с.
4. The 2018 Global Innovation 1000 study. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/gx/en/insights/innovation1000.html>



ДОДАТОК до матеріалів  
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ  
ТА ІННОВАЦІЇ:  
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

присвячена видатному  
вченому-економісту О. Г. Ліберману

**Тези доповідей**  
Міжнародної науково-практичної конференції

24 листопада 2023 року  
м. Харків, Україна