

2. Результати опитування операторів ресторанного ринку. URL. <https://www.uara.org.ua/post/results-of-an-anonymous-survey-of-restaurant-operators?fbclid=IwAR236BTFHWno9TtxnHA19qljPTOQuHj4UUgiSCzIJQ9VlPen4yXNFonCNo0>

3. Токмакова І. В., Литвинова Т. С. Адаптивне управління розвитком вітчизняних підприємств// Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 49. С. 212-216

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Балабеков Е.С., гр. 8.06.073.100.19.1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасний розвиток міжнародного бізнесу характеризується зміною пріоритетів у забезпеченні високих конкурентних позицій підприємств на цільових зовнішніх ринках – з цінових на технологічні. На сьогодні саме інновації є рушійною силою зовнішньоекономічного розвитку суб'єктів господарювання незалежно від рівня їх взаємодії. .

Інноваційні процеси представляють собою прогресивні, якісно нові зміни, що безперервно виникають в процесі будь-якої діяльності.

Інновація – це поняття, що вперше було введено у науковий поняття Й. А. Шумпетером та означає «втільнення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або в новому виді виробу». Шумпетер говорив, що інновація – не просто нововведення, а нова функція виробництва, «нова комбінація» [4].

Це означає, що будь-яка інновація є нововведенням, але не всі нововведення представляють собою інновацію. Нововведення, які не є інноваціями, Г. Менш називає «псевдоінноваціями» [1, с. 12-13].

Те, що суттєво відрізняє процес здійснення та впровадження інновацій від інших процесів є, в першу чергу, його ризиковий характер. За дослідженнями вчених, ймовірність реалізації якісно нової ідеї в новому продукті чи послуді досягає лише 8,7 %. Згідно з іншими дослідженнями, успіх з комерційної точки зору будь-якого нововведення займає майже 10 %, що змушує інвестора, який планує вкладати свої кошти в нову ідею, обережно та недовіркою ставитись до запропонованих йому потенційних для інвестування об'єктів.

Сучасні реалії розвитку міжнародного бізнесу свідчать про те, що країни, які мають можливість реалізації нових ідей, можуть бути

напевно впевнені, що саме ці нововведення дають їм перевагу серед інших країн, і що саме вони стануть важливим елементом науково-технічного прогресу, що, в свою чергу, забезпечить добробут жителів даної країни та можливість подальшого стабільного розвитку в майбутньому. Країни, які не мають такої можливості, приречені мати статус слаборозвинених країн. Адже, видно з історії розвитку всіх високорозвинених країн, що без нових ідей та впровадження нових досягнень науково-технічного прогресу неможливий подальший розвиток будь-якої країни. Відсутність нововведень позбавляє можливості таких держав мати конкурентну перевагу навіть при умові високого рівня інвестування. У кращому випадку в такі країни переносять не вигідні та низькооплачувані роботи високорозвинені країни, у гіршому – такі країни використовують як дешеву сировинну базу або місце для захоронення відходів. В таких умовах країні важко структурно трансформуватися, що дає можливість економічно зростати та мати конкуренцію на світових ринках [2, с. 34-36].

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» під інноваційною діяльністю розуміється діяльність, що спрямована на використання і впровадження результатів наукових досліджень та розробок і призводить до випуску нових конкурентоздатних товарів і послуг [3].

Практика функціонування провідних компаній розвинених країн світу показує, що їх успіхи пов'язані саме з розробленням цілісної системи управління інноваціями, яка перебуває в постійному і неперервному розвитку відповідно до змін як самої організації, так зовнішнього середовища. У цих компаніях створюється така інноваційна структура і культура управління, у якій напрями інноваційного розвитку інтегруються в загальні стратегічні плани, що пов'язані з постійним розробленням перспективної нової продукції і створенням нових сфер бізнесу.

Аналізуючи роль інновацій у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, слід зазначити, що нововведення для підприємства виступають основою для формування та реалізації конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

Інформаційні джерела:

1. Велигорський Г. О. Формування інноваційної моделі технічної перебудови вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / Г. О. Велигорський. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.

2. Гриньов Б. В. Інноваційна та науково-технічна сфера України: монографія / Б. В. Гриньов, Д. В. Чеберкус, В. С. Шовкалюк та ін. ; під заг. ред. Б. В. Гриньова. – К. : НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «ПОЛІТЕХНІКА», 2012. – 145 с.

3. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.91 № 1560-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.

4. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку : Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й. А. Шумпетер ; пер. з англ. В. Старка. – К. : Вид. дім «Києво-Могил. акад.», 2011. – 242 с.

СТАН ТА РОЗВИТОК ТОВАРНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Батіч А.Г., гр. БА3-49м

Науковий керівник – доц. **О.Д. Тімченко**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

У сучасних умовах формування товарної пропозиції на ринку споживчих товарів зазнало істотних змін. Посткризовий період характеризується переважанням у структурі товарних ресурсів вітчизняних товарів продовольчої групи, поступовим витісненням зарубіжних товаровиробників з внутрішнього споживчого ринку країни. Але при цьому майже половина імпортних товарів непродовольчої групи тримають стійкі позиції на споживчому ринку України. Так, частка продажу товарів, вироблених підприємствами на території України, у товарообороті торгової мережі в 2005 р. складала 70,5 %, в 2019 році – лише 52,4 %.

Проведене обстеження роздрібної реалізації продовольчих товарів у розрізі виробників показало високі масштаби реалізації товарів вітчизняного виробництва на українському споживчому ринку. Так, в асортименті продовольчих товарів, що реалізуються в магазинах роздрібної торгівлі 2019 р., переважають товари вітчизняного виробництва за такими товарними групами, як м'ясо та птиця свіжі (97,1 %), ковбасні вироби, м'ясні продукти (93,2 %), молоко, молочні продукти (89,4 %), яйця (99,1 %), напої слабоалкогольні (94,3 %), соки (94,1 %).

Слід зазначити, що на продовольчих ринках України ступінь наповненості вітчизняними товарами вище, ніж на підприємствах роздрібної торгівлі. Так, на продовольчих ринках найширше запропоновані такі види продовольчих товарів вітчизняного виробництва, як цукор, молоко та кисломолочні продукти, картопля, овочі, м'ясо, олія, ковбаси та м'ясна гастрономія, кури, кондитерські вироби. При цьому, слід зазначити, що за даними товарами вітчизняні