

СЕКЦІЯ  
«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

УДК 339.13

**Баньковський Дмитро**

**Bankovsky Dmitry**

Науковий керівник: к.е.н, доцент Оксентюк Б. А.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ІННОВАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ  
INNOVATIONS AS A STRATEGY OF IMPROVING  
COMPETITIVENESS OF FIRM**

Реалізація стратегічних завдань фірми, як правило, відбувається на ринку монополістичної конкуренції, для якого характерним: є наявність великої кількості фірм і гостра конкуренція між ними; диференціація товарів, що сприяє формуванню переваг споживачів тією мірою, в якій це забезпечує її монопольне становище на ринку; широкий діапазон цін на товари, що пояснюється відмінністю між ними тощо.

Однією з основних стратегій підвищення конкурентоспроможності є інновації, що забезпечуються на всіх етапах життєвого циклу товару від розробки конструкцій та технологій виготовлення виробів. Інновацій в сфері технологій виготовлення виробів мають визначальне значення, оскільки створюють передумови формування конкурентних переваг і є більш захищеним від копіювання конкурентами в короткостроковій перспективі, ніж тактичні прийоми конкурентного ціноутворення. При цьому з трьох груп технологій – базових, провідних, ключових, найбільший рівень конкурентоспроможності створюють розробка впровадження саме ключових і провідних технологій. Базові технології є

широковідомими, використовуються всіма підприємствами галузі і не є джерелом конкурентних переваг. Ключові технології забезпечують досягнення конкурентних переваг і надають можливість компанії виготовляти продукцію дешевше або робити їх кращими, ніж товари або послуги конкурентів, захищені патентом або представляють собою непатентоване досягнення компанії. Провідні технології виникають як заміна ключових технологій і можуть бути розроблені компаніями, які навіть не відносяться до галузевих лідерів, створюючи можливості для принципових змін у галузі. Всі три види технологій в певній предметній області (для прикладу, у взуттєвому виробництві) охоплюють процеси розкрювання матеріалів на деталі взуття, оброблення деталей верху та низу взуття, складання заготовок взуття нитковими та безнитковими методами, складання взуття, в тому числі, хімічними, механічними, комбінованими методами, опорядження взуття та виробництво суцільного взуття. Нові технології виготовлення виробів в ринкових умовах з'являються, або як результат науково-дослідних розробок з наступною імплементацією у виробництво, або як реакція на зміну уподобань споживачів щодо певних якісних характеристик товарів.

Провідні технології в сфері взуттєвого виробництва, в останні десятиріччя, в основному, пов'язують з виготовленням основних та допоміжних матеріалів, що одночасно вирішує декілька актуальних завдань виробництва – підвищують гігієнічні властивості виробів з урахуванням тенденцій енвайроменталізму. Як результат науково-дослідних розробок японських вчених, з'явилася синтетична шкіра, виготовлена на основі нанотехнологій. Зміна уподобань щодо готових виробів визначає попит і, відповідно, пропозицію, на ринках технологічного устаткування, технічні характеристики якого опосередковано впливають на попит на взуття та шкіргалантерейні вироби.