



**ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**учасників Сімнадцятої
науково-практичної конференції студентів
закладів вищої освіти Укркоопспілки**

**«Інноваційні процеси і
їх вплив на ефективність
діяльності підприємства»**

Частина 3

**Укоопосвіта
2020**

Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства

Науково-практична конференція
2020 року

Збірник тез доповідей учасників Сімнадцятої науково-практичної конференції студентів закладів вищої освіти Укркоопспілки ***«Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»***. Частина 3. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2020. – 114 с.

Редакційна колегія:

Войнаш Л. Г., к.е.н
Куцик П. О., к.е.н., проф.
Вініченко К. П.
Делія О. В., к.і.н., доц.
Зубко Н. П.
Кабаці Б. І., к.е.н., доц.
Коваль Л. М., д.е.н.
Нестуля О. О., д.і.н., проф.
Піхотіна Л. М.
Семак Б. Б., д.е.н., проф.

Матеріали конференції подано без скорочень в авторській редакції

Підготовлено до друку Навчально-методичним центром Укоопспілки
«Укоопосвіта»

Оригінал-макет *Турський В. В.*

© НМЦ «Укоопосвіта», 2020

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу
Навчально-методичного центру Укоопспілки «Укоопосвіта» заборонено*

Підп. до друку 25.05.2020
Наклад 69

Обл.-вид. арк. 7,13
Зам. № _____

НМЦ Укоопспілки «Укоопосвіта», 2020
01001 м. Київ, вул. Хрещатик, 7/11

**ВПЛИВ ЗАГАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТА СТРАТЕГІЙ
ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ
НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ
(за матеріалами «Samsung Electronics Co., Ltd.»)**

Коршун Едуард

Флегантова А. Л. – науковий керівник, к. е. н.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. У роботі узагальнено основні конкурентні стратегії, стратегії інтенсивного зростання та оцінено конкурентний стан «Samsung Electronics Co., Ltd.».

Ключові слова: стратегія інтенсивного зростання, конкурентна стратегія Майкла Е. Портера, диверсифікація, світовий ринок, товарний ринок, матриця Ансоффа.

Постановка проблеми. У сучасному світі відносна позиція компанії в її галузі визначає рівень прибутковості.

Фундаментальною основою вище середньої прибутковості фірми в довгостроковій перспективі є стабільна конкурентна перевага. Виділяють два загальні типи конкурентних переваг, якими може володіти компанія: низька вартість або диференціація.

Загальні типи конкурентних переваг у поєднанні із сферою діяльності призводять до трьох загальних стратегій для досягнення вище середніх показників у галузі: лідерство у витратах, диференціація та спрямованість [1].

Аналіз основних досліджень. Вивченням даного питання займався ряд відомих економістів, зокрема Ж.-Ж. Ламбен, Д. Кемпбелл, Дж. Стоунхаус, М. Портер та ін.

Мета. Систематизація конкурентних стратегій і стратегій інтенсивного зростання як головних чинників для збільшення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. У кінці 1970-х років конкурентна бізнес-стратегія була внесена в основний потік через публікацію програми «П'ять сил» Майкла Портера. Він запропонував інструмент аналізу конкурентів для оцінки ринків, виходячи з динаміки переговорної потужності покупців і постачальників, загрози нових учасників і замінників та загального суперництва в галузі. Подальша діяльність ученого здобула назву «Конкурентна стратегія», яка представила концепції «Загальних стратегій», заснованих на твердженні, що для підтримання вище середньої тривалої прибутковості фірмі необхідні стійкі конкурентні переваги [2].

Для збереження своєї конкурентної позиції як одного з найкращих виробників у галузі напівпровідників, побутової електроніки та побутової техніки «Samsung Electronics Co., Ltd.» (далі Samsung) використовує загальну стратегію

та стратегію інтенсивного зростання, продовжуючи використовувати технологічні інновації як критичний фактор конкурентної переваги. Щоб ефективно конкурувати, загальна стратегія та стратегії росту Samsung мають включати інвестиції в технологічні інновації.

Загальна стратегія Samsung і стратегії інтенсивного зростання схожі на стратегію материнської компанії Samsung Group. Така схожість базується на унітарному керівництві, яке впливає на стратегічне керівництво корпорацією та конкурентні переваги діяльності конгломерату та його дочірніх підприємств.

Samsung застосовує загальну конкурентну стратегію диференціації, спираючись на модель конкурентної стратегії Майкла Е. Портера, стратегічна мета широкої диференціації полягає в збереженні конкурентної переваги шляхом надання унікальних (або диференційованих) продуктів, орієнтованих на широкий ринок, який у цьому випадку є галузевим, за участю практично кожної людини чи групи, які купують смартфони, ноутбуки та інше обладнання. Для досягнення стратегічних планів Samsung щодо зростання та розширення на світовому ринку ця загальна стратегія вимагає застосування розробки продуктів як основної інтенсивної стратегії зростання, щоб конкурувати з такими технологічними фірмами, як Apple, Google, Sony та LG та ін. [3].

Інвестиції Samsung у розробку продукції є стратегічним наслідком широкої загальної стратегії диференціації. Наприклад, компанія інвестує в технологічні інновації для підтримки конкурентної переваги своєї продукції на товарному ринку, рекламує свої товари як унікальні або ж як різні альтернативи більшості конкурентів.

Інші загальні стратегії конкуренції, зокрема лідерство на витратах, фокус на диференціацію та орієнтація на витрати, також застосовуються в операціях Samsung, але в незначній кількості.

Обмежене застосування орієнтації на витрати все ще поширюється на стандарти інновацій, які відображають основну загальну стратегію Samsung із широкою диференціацією. Ці загальні стратегії узгоджуються з інтенсивними стратегіями зростання компанії, щоб досягти успіху в підтримці конкурентних переваг технологічної фірми [4].

Для аналізу інтенсивних стратегій розвитку Samsung скористаємось аналітичним інструментом стратегічного менеджменту – матрицею Ансоффа.

Стратегічною метою проникнення на ринок є зростання технологічного бізнесу за рахунок збільшення його доходів від продажу поточної продукції на поточних ринках, таких як ринок побутової електроніки Європейського Союзу, де корпорація вже працює. Як інтенсивна стратегія зростання, проникнення на ринок залежить від ефективності загальної стратегії диференціації, з точки зору того, як компанія створює технологічно інноваційні продукти, які є достатньо диференційованими для залучення цільових клієнтів на поточних ринках.

Стратегія розвитку продукції є головною стратегією інтенсивного зростання підприємства. Стратегічною метою розвитку продукту в цьому разі є розши-

рення бізнесу за допомогою нових продуктів, таких як нові електронні пристрої. Також ця інтенсивна стратегія розширює діяльність Samsung завдяки ітераційним інноваціям, що призводить до вдосконалених версій або варіантів наявних продуктів.

Крім вищезгаданих, розглянемо стратегію розвитку ринку, метою якої є розвиток та вихід на нові ринки з використанням наявних продуктів компанії. Як стратегія інтенсивного зростання, успіх розвитку ринку залежить від вартості товару та конкурентної переваги, що в цьому випадку пов'язане із загальною стратегією диференціації Samsung завдяки технологічним інноваціям.

Стратегія диверсифікації реалізується завдяки придбанням менших фірм, таких як Harman International Industries. Незначна роль цієї стратегії інтенсивного зростання обмежує ризики створення нових бізнес-операцій. При здійсненні диверсифікації застосовується також загальна стратегія диференціації конкурентоспроможності для конкурентоспроможності та стратегічного узгодження серед бізнес-операцій дочірніх компаній Samsung [5].

Висновки. Кожна компанія прагне отримати перевагу в загальній конкуренції, реалізуючи різні стратегії та методики.

Дослідивши компанію Samsung можемо зробити висновок, що загальна стратегія та стратегії інтенсивного зростання спрямовують зростання та розвиток організації. Також головну роль у формуванні конкурентних переваг компанії відіграє диференціація, хоча інші загальні конкурентні стратегії, як-от стратегія лідерства у витратах та фокус, також підтримують технологічне підприємство та його конкурентоспроможність.

Щоб конкурувати з такими багатонаціональними компаніями як Apple, Google, Sony та іншими стратегії управління операціями та управління Samsung мають узгоджуватись із загальною стратегією диференціації та стратегіями інтенсивного зростання для підтримки зростання бізнесу.

Література

1. Porter's Generic Competitive Strategies (ways of competing) [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ifm.eng.cam.ac.uk/research/dstools/porters-generic-competitive-strategies/>.
2. Great Recent Examples of Competitive Strategy Successes [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.toptal.com/finance/business-model-consultants/competitive-strategy-examples>.
3. Аналіз конкурентних стратегій провідних корпорацій світу [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65625b2ad79b4d53b89421216d26_0.html.
4. Samsung's Generic Competitive Strategy & Intensive Growth Strategies [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://panmore.com/samsung-generic-strategy-intensive-growth-strategies-competitive-advantage>.
5. Центр стратегій та інновацій Samsung [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.samsung.com/us/ssic/innovations/>.

Зміст

КОМП'ЮТЕРНА ПРОГРАМА – ЧАТ-БОТ <i>Відзівашець Наталія</i> <i>Львівський кооперативний коледж економіки і права</i>	3
ЗАХИСТ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У МЕРЕЖІ INTERNET <i>Танасійчук Тетяна</i> <i>Миколаївський коледж бізнесу і права</i> <i>Вищого навчального закладу Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	6
ІННОВАЦІЇ В ЕКСПЕРТНІЙ ДІАГНОСТИЦІ ПОБУТОВИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРИСТРОЇВ <i>Петрига Назар</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	10
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВА НА ПРИВАТНІСТЬ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ <i>Шапайко Тетяна</i> <i>Львівський кооперативний коледж економіки і права</i>	13
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ПІДПРИЄМСТВА <i>Ничипорук Тетяна</i> <i>Рівненський кооперативний економіко-правовий коледж</i>	16
МАКАРОННІ ВИРОБИ В КОНТЕКСТІ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ <i>Садніцький Мар'ян</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	21
ІННОВАЦІЙНА СИРОВИНА ТВАРИННОГО ПОХОДЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ <i>Ужсела Юлія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	27
ВПЛИВ ЗАГАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТА СТРАТЕГІЙ ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ (за матеріалами «Samsung Electronics Co., Ltd.») <i>Коршун Едуард</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	31

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ ОПТИЧНОМУ РИНКУ <i>Крутяк Давид</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	34
ІННОВАЦІЇ НА РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ <i>Панайотова Тамара</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	37
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВЗУТТЄВОМУ ВИРОБНИЦТВІ <i>Балабух Роксолана</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	42
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ В УМОВАХ КРИЗИ <i>Брачун Олег</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	46
КРЕАТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ КОМПАНІЇ <i>Попова Єлизавета</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	49
РИТОРИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ЛІДЕРА: ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ <i>Голобородько Неля</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	52
ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ЗІ ЩАСТЯ ПЕРСОНАЛУ <i>Гахраманова Анастасія</i> <i>Вищий навчальний заклад Укоопспілки</i> <i>«Полтавський університет економіки і торгівлі»</i>	56
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРІВ-ТРЕНІНГІВ У РАМКАХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В ПОЛТАВСЬКОМУ КООПЕРАТИВНОМУ КОЛЕДЖІ <i>Рева Анна</i> <i>Полтавський кооперативний коледж</i>	59

ПРАВООСВІТНЯ ТА ПРАВОВИХОВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТУДЕНТІВ-ПРАВНИКІВ ЯК СПОСІБ НАБУТТЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ <i>Прушковський Владислав</i> <i>Полтавський кооперативний коледж</i>	62
ФІЗІОЛОГІЧНІ ПРОЯВИ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО СТРЕСУ У СТУДЕНТІВ З РІЗНОЮ РУХОВОЮ АКТИВНІСТЮ <i>Стефанишин Ольга</i> <i>Львівський кооперативний коледж економіки і права</i>	65
ВПЛИВ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ СПРИЧИНЕНОЇ SARS COVID 19 НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ <i>Грибеник Світлана</i> <i>Сумський коледж економіки і торгівлі</i>	69
ІННОВАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ <i>Лісяна Аліна</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	74
ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ХЕРСОНЩИНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ <i>Бацула Катерина</i> <i>Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж</i>	77
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ: ЧОМУ МАТЕМАТИЧНА ГРАМОТНІСТЬ – ОСНОВА БУДЬ-ЯКОГО БІЗНЕСУ? <i>Романюк Борис, Радушинська Аліна</i> <i>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут</i>	84
ЕНЕРГЕТИЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД <i>Поліщук Анастасія</i> <i>Коледж економіки і права Вінницького кооперативного інституту</i>	92
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОБЛЕМИ НАРОДЖЕННИХ ЗА ҐРАТАМИ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ <i>Ковальчук Ольга</i> <i>Коледж економіки і права Вінницького кооперативного інституту</i>	95
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Губицький Назар</i> <i>Ящук В. І. – науковий керівник, к.е.н., доцент</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	98

ОСНОВНІ ЗМІНИ ДО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ У СФЕРІ
ТРАНСПЛАНТАЦІЇ АНАТОМІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ ЛЮДИНИ

Бойчук Ілона

Чернівецький кооперативного економіко-правового коледжу 101

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ:
ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Поливода Дарія

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» 107