

на економію енергії; впровадження нових технологій на існуючих і нових енергоносіїв для підвищення енергоефективності виробництва; участь у розробці бізнес-планів та виробничої стратегії підприємства з іншими керівниками.

Робота інженера з енергозбереження сприятиме вирішенню ряду завдань: фінансування найбільш ефективних напрямів впровадження енергозберігаючих заходів; обґрунтування завдань з визначенням алгоритмів рішень, програмного забезпечення та організаційної структури енергетичних служб; вирішення проблеми кадрового забезпечення енергетичних служб підприємств, мотивації економії енергетичних ресурсів працівників підприємства; реалізація концепції енергетичного менеджменту.

Запропоновані заходи з енергозбереження повинні мати кваліфікований аналіз існуючого рівня ефективності використання енергії на промислових підприємствах та обґрунтовані пріоритети для інвестування. Вони починається з розробки та реалізації першочергового комплексу організаційних і технічних заходів, належного забезпечення ефективного управління.

У результаті широкого впровадження принципів енергетичного менеджменту підприємства забезпечать управлінську прозорість, підвищать свою загальну керованість, інвестиційну привабливість та імідж.

**Список літератури:** 1. Основы энергетического менеджмента: Библиотека энергоменеджера. – М.: ЭНИЗАН, АСЭМ, 1997; 2. Сюсюкин А.И., Тарасовский В.Г. Концепция создания системы рационального потребления и энергосбережения на предприятии // Электрика. – 2009. – № 6; 3. EERE RDD&D Decision Process Standard Model, July 2004.

**ГРЕЧАН В.В.**, магістрант, м. Харків, НТУ «ХПІ»

## **ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Інновації організації відіграють вирішальну роль в її позиціонуванні на ринку товарів та послуг.

В умовах жорсткої конкуренції, розвиток стає дуже важливим фактором успішної діяльності підприємства, яка ґрунтується на отриманні прибутків. Задля того, щоб вести ефективний бізнес, необхідно зацікавлювати потенційних клієнтів. З цією метою вже

створено велику кількість засобів, інструментів та, навіть, концепцій, за допомогою яких організації можуть приваблювати, розширювати, а також утримувати цільову аудиторію довкола пропонованих послуг чи товарів.

Проте, найголовнішим чинником залишається спроможність передбачати попит суспільства та завжди рухатися на декілька кроків попереду від уже існуючої пропозиції ринку. Даний фактор є основною ідеєю та метою маркетингу.

Інновації, які завчасно формують нові ринкові ніші, також формують новий попит на нові товари і послуги, створюють нові потреби (часто вони є штучними). Якщо організація створила таку ланку попиту – вона автоматично стає монополістом в цій галузі і має можливість отримувати надприбутки, поки конкуренти тільки освоюють нові товари чи послуги та намагаються надолужити невикористані можливості. В цей час, організація вже іде далі й пропонує інші інновації.

Щоб забезпечити таку ефективну діяльність потрібно проводити ряд взаємопов'язаних заходів у напрямку аудиту та аналізу ринку, визначенні напрямку його руху, факторів, які впливають на формування потреб суспільства тощо.

Проте, рушієм інновацій є не просто аналіз, а ідейність маркетологів, їх здатність до передбачення і використання тенденцій, які будуть впливати на створення нових галузей ринку.

Таким чином, інноваційна діяльність зумовлює високу конкурентоспроможність та розвиток організації, вона є невід'ємним фактором успішної діяльності підприємства і досягнення його головної мети.

**ЗАЙЦЕВА А. А.**, магістрант, г. Харків, НТУ «ХПІ»

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Иновация, нововведение (англ. innovation) — это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Примером инновации является выведение на