

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА БІЗНЕС-
АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Тема: *Підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності*

*Спеціальність 051 «Економіка»,
освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»*

Завідувач кафедри: *Карінцева/Олександра Іванівна/*

Керівник роботи: *Карпіщенко/Олексій Іванович/*

Виконавець: *Якименко/Ілля Сергійович/
П.І.Б.*

Група *Е.мз-13с*

Суми 2023

АНОТАЦІЯ
на кваліфікаційну роботу на тему:
"Підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок
інноваційної діяльності"

Кваліфікаційна робота містить 54 сторінки тексту, 3 розділи, 6 рисунків, 4 таблиці, список використаних джерел нараховує 46 найменувань, 1 додаток.

Об'єктом дослідження виступає український бізнес.

Предметом даної роботи є конкурентоспроможність бізнесу.

Метою даної роботи є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

У відповідності до мети необхідним є вирішення ряду **задач**:

- здійснити загальну характеристику теоретичних основ конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- визначити особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- навести рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

У **першому розділі роботи** "Теоретичні основи конкурентоспроможності бізнесу та роль інноваційної діяльності" розкриваються поняття та складові конкурентоспроможності бізнесу. Досліджуються теоретичні аспекти інноваційної діяльності, як фактора підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

У **другому розділі** "Особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності" здійснено аналіз сучасного стану інноваційної діяльності в бізнесі, впливу інновацій на конкурентоспроможність бізнесу. Деталізуються перспективи розвитку конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

У третьому розділі роботи "Шляхи підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності" виділяються проблеми підвищення конкурентоспроможності бізнесу

в Україні та наводяться рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності за рахунок інноваційної діяльності бізнесу.

За результатами дослідження було сформульовано висновки щодо вагомості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності, запропоновані механізми максимізації конкурентоспроможності бізнесу, зокрема надані напрямки її удосконалення завдяки інноваційній діяльності.

Наукова новизна заключається в узагальнюванні та систематизації теоретичних положень та практичних доробків у сфері особливостей нинішньої конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності, що дало можливість виділити та обґрунтувати пропозиції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, бізнес, інновації, прибуток, діяльність, удосконалення, проблематика, підприємницька діяльність, ринок, конкуренція.

SUMMARY

for qualification work on the topic:

"Increasing business competitiveness through innovative activity"

The qualification work contains 54 pages of text, 3 chapters, 6 figures, 4 tables, the list of used sources includes 46 titles, 1 appendix.

The *object of research* is Ukrainian business.

The *subject* of this work is business competitiveness.

The *purpose* of this work is to find ways to increase business competitiveness through innovative activities.

In accordance with the goal, it is necessary to solve a number of problems:

- carry out a general characterization of the theoretical foundations of business competitiveness due to innovative activity;

- to determine the features of increasing business competitiveness due to innovative activities;
- make recommendations on improving the level of business competitiveness through innovative activities.

The first chapter of the work "Theoretical foundations of business competitiveness and the role of innovative activity" reveals the concepts and components of business competitiveness. The theoretical aspects of innovative activity as a factor of increasing business competitiveness are studied.

In the second chapter "Peculiarities of increasing business competitiveness due to innovative activity" an analysis of the current state of innovative activity in business, the impact of innovation on business competitiveness was carried out. The prospects for the development of business competitiveness due to innovative activities are detailed.

In the third chapter of the work "Ways of increasing business competitiveness due to innovative activities", the problems of increasing business competitiveness are highlighted in Ukraine and provide recommendations for improving the level of competitiveness due to innovative business activities.

Based on the results of the research, conclusions were formulated regarding the importance of increasing business competitiveness due to innovative activities, mechanisms for maximizing business competitiveness were proposed, in particular, directions for its improvement due to innovative activities were provided.

The scientific novelty consists in the generalization and systematization of theoretical provisions and practical developments in the field of features of current business competitiveness due to innovative activity, which made it possible to highlight and justify proposals.

Key words: competitiveness, business, innovation, profit, activity, improvement, issues, entrepreneurial activity, market, competition.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна дипломна робота містить 54 сторінки, 4 таблиці, 6 рисунків, список використаних джерел із 46 найменувань, 1 додаток.
На тему: «Підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності»

Об'єктом дослідження виступає український бізнес.

Предметом даної роботи є конкурентоспроможність бізнесу.

Метою даної роботи є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

У відповідності до мети необхідним є вирішення ряду **задач**:

- здійснити загальну характеристику теоретичних основ конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- визначити особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- навести рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

За результатами дослідження сформульовані висновки: конкурентоспроможність підприємства - сукупність його здібностей забезпечувати більш високу якість і всебічне задоволення потреб споживача/замовника порівняно з конкурентами. Інноваційні процеси впливають на розвиток бізнесу, а високорозвинений бізнес сприяє швидкому та ефективному впровадженню інноваційних процесів у виробництво.

Аналіз України в глобальному інноваційному індексі показує, що найсильнішою стороною України в ньому є результати знань і технологій, які є досить перспективними для країни, але, незважаючи на це, позиція України не висока в порівнянні з іншими країнами, що вимагає активізація інноваційної діяльності.

Основними проблемами, що перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг української економіки, є, насамперед, техніко-технологічна відсталість підприємств та наявність несприятливого бізнес-клімату в українській державі, впливу на поточну конкурентну модель України.

Тому для покращення управління конкурентоспроможністю українських компаній необхідно чітко визначити та безпечно досягти головних цілей. Сьогодні, в умовах обмежених коштів, компаніям доцільно використовувати досвід європейських країн, де основні принципи регіональної політики – партнерство, взаємодоповнення (солідарність фінансової участі в бюджетах), програмування та контроль процесу – реалізація заданої стратегії та її регулярна оцінка.

Одержані результати можуть бути використані в практичній діяльності українських бізнес-структур.

Рік виконання кваліфікаційної дипломної роботи – 2023 рік

Рік захисту кваліфікаційної дипломної роботи – 2023 рік

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Теоретичні основи конкурентоспроможності бізнесу та роль інноваційної діяльності.....	6
1.1 Поняття та складові конкурентоспроможності бізнесу.....	6
1.2 Інноваційна діяльність, як фактор підвищення конкурентоспроможності бізнесу.....	13
2 Особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.....	18
2.1. Сучасний стан інноваційної діяльності в бізнесі.....	18
2.2. Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність бізнесу.....	25
2.3. Перспективи розвитку конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.....	30
3 Шляхи підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.....	33
3.1. Проблематика підвищення конкурентоспроможності бізнесу в Україні.....	33
3.2. Рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності за рахунок інноваційної діяльності бізнесу	39
Висновки.....	45
Список використаних джерел.....	48
Додатки.....	53

Вступ

Останнім часом в Україні відзначається значне посилення дипломатичної підтримки інноваційної діяльності, яка ґрунтується на використанні інструментів економічної та фінансової політики, а також методиці створення організаційно-правових умов, що сприяють інноваційній динаміці бізнесу. Це відкриває Україні можливість переходу на світові стандарти раціонального та розумного використання енергії, освоєння природних ресурсів довкілля, підвищення технологічного рівня та правового захисту інтелектуальної власності. Кінцевою метою цих змін є створення прогресивної, конкурентоспроможної українського бізнесу на міжнародному ринку.

Доречно додати, що в умовах глобалізації та постійного загострення конкуренції основою конкурентоспроможності бізнесу є інновації, які дозволяють компаніям з інноваційними конкурентними перевагами посісти гідне місце у світовому співтоваристві. На жаль, використання інновацій як одного з центральних факторів підвищення конкурентоспроможності бізнесу досі не має системного характеру. Тому стратегічні завдання вимагають підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу на інноваційній основі, що має надати переваги вітчизняним виробникам у боротьбі з конкуренцією на внутрішньому та зовнішньому ринках та допомогти українській економіці зайняти гідне місце поряд із розвиненими країнами світу.

Дослідження теми підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності, його прогалин та проблем, необхідних кроків поліпшення і варіантів удосконалення потрапило під призму ряду українських та іноземних дослідників, зокрема: Акімова Л.М., Артеменка Л.Б., Балабанова Л.В., Безуса П.І., Бельтюкова Є.А., Бондаренка І.С., Вінніченко І.І., Говорухи Ж.А., Должанського І.З., Захарової О.В., Клименка С.М., Кузьміна О.Є. та ін.

Метою даної роботи є пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

У відповідності до мети необхідним є вирішення ряду задач:

- здійснити загальну характеристику теоретичних основ конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- визначити особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності;
- навести рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності.

Предметом даної роботи є конкурентоспроможність бізнесу.

Для одержання окресленої мети застосовано було сукупність загальнонаукових та спеціальних методів, які дозволили системно вирішити проблемні задачі з визначеної траєкторії дослідження. Методи, які застосовуються в дослідженні: спостереження та порівняння; аналіз та синтез; абстрагування; індукція та дедукція; гіпотеза та припущення; системний підхід.

Методичну базу дослідження складають методи збору, систематизації та аналізу даних. Зокрема такі:

- системний аналіз - для деталізації і розчленування об'єкта дослідження на окремі важливіші складові елементи;
- синтез - для узагальнення аспектів методики впровадження сформованого іміджу в політичну діяльність;
- аналогія - для дослідження відповідності вітчизняної та іноземної практики;
- абстрагування - для формування узагальнених висновків на основі системного аналізу і синтезу теорії й практики формування системи управління з використанням служби PR;
- конкретизація - для обґрунтування змісту іміджу політичного лідера;
- монографічний - для дослідження теоретичних розробок вітчизняних та іноземних вчених щодо створення іміджу політичного лідера як важливої функції служби PR.

Методи дослідження засновані на вивченні та конструктивному аналізі наукової літератури з проблеми курсової роботи.

Наукова новизна заключається в узагальнюванні та систематизації теоретичних положень та практичних доробків у сфері особливостей нинішньої конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності, що дало можливість виділити та обґрунтувати пропозиції.

Практична значимість одержаних результатів дослідження заключається у спроможності застосування її висновків та результатів для поліпшення діяльності українського бізнесу у спектрі удосконалення конкурентоздатності за рахунок інноваційної діяльності.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, що мають сім підрозділів, висновків, списку використаних джерел (83 найменування). Дана кваліфікаційна робота магістра включає 10 рисунків, 4 таблиці. Загальний обсяг роботи - 70 сторінка, з яких 60 - основний текст.

Теоретичну основу роботи формують наукові публікації українських та іноземних вчених, а також практичні узагальнення, що містяться в монографічних, спеціальних та періодичних джерелах щодо вирішення проблематики територіального поділу України.

1. Теоретичні основи конкурентоспроможності бізнесу та роль інноваційної діяльності

1.1 Поняття та складові конкурентоспроможності бізнесу

Конкурентоспроможність бізнесу повинна ґрунтуватися на досягненнях світового розвитку, що визначаються дією промислових революцій «3.0»[61,65,66,67,69,71,72,74,76,77,78] та «4.0»[47,48,56,57,59,60,63,64,70,73,75].

Конкурентоспроможність є однією з основних категорій, широко використовуваних в економічній теорії та практиці, і в перекладі з латинської мови означає суперництво, боротьбу за кращі результати [6, с.35].

На сьогоднішній день існує велика кількість трактувань терміну «конкурентоспроможність бізнесу», але єдиного трактування немає, оскільки деякі дослідники вважають, що конкурентоспроможність бізнесу - це категорія, яка безпосередньо визначається характеристиками її продукції; інші дослідники беруть за основу ефективність виробничого процесу або стратегічне планування розвитку бізнесу, його здатність впроваджувати нові технології та боротися з конкурентами на ринках тощо[49,50,51,52,53,54,55,58,62,68].

Основою розуміння сутності поняття конкурентоспроможності бізнесу є дослідження М. Портера, який опублікував теорію конкурентних переваг, згідно з якою конкурентоспроможність бізнесу можна оцінювати в межах груп фірм, що належать до однієї галузі. Він вважав, що конкурентоспроможність бізнесу - це порівняльна перевага над іншими компаніями, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з аналогічними суб'єктами-конкурентами. Це визначення недостатньо вичерпне, оскільки метою кожної компанії є отримання максимального прибутку, який є вищим, ніж у конкурентів.

Т.В.Швед продовжив думку М.Портер і продовжував стверджувати, що конкурентоспроможність бізнесу є багатогранною економічною категорією, яку

можна розглядати на рівні продукту, виробника, галузі та країни. Він встановлює той факт, що конкурентоспроможність є результатом економічних, соціальних і політичних факторів, позиції країни або виробника в внутрішній і зовнішній ринки [38, с.407].

Дослідник Должанський І.З. вважає, що показник конкурентоспроможності країни поєднує конкурентоспроможність товару, виробника та конкурентоспроможність галузі. Загалом його можна визначити як здатність країни виробляти товари та послуги, які задовольняють глобальні потреби в умовах вільної торгівлі.

В.Р.Гуцуляк розглядає конкурентоспроможність бізнесу як відносну характеристику, яка відображає відмінність процесу розвитку виробника від конкурента як за рівнем задоволення його товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [17, с.145].

Т.В.Швед зазначає, що конкурентоспроможність бізнесу у широкому розумінні є багаторівневою категорією, оскільки включає оцінку всіх функціональних сфер їх діяльності (виробництво, кадровий потенціал, фінанси, наукові розробки, маркетинг) [38, с.407].

Бізнес є конкурентоспроможним, коли завдяки більш ефективній стратегії або здатності діяти на ринку в довгостроковій перспективі воно може довше відстоювати власні переваги на ринку, отримуючи прибуток, після перерозподілу є можливість покращити виробництво, зберегти якість продукції та стимулювання працівників.

Г.Азоєв вважає, що конкурентоспроможність бізнесу – це здатність ефективно розпоряджатися власними та залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво та продаж конкурентоспроможних товарів і послуг є передумовою конкурентоспроможності фірм, оскільки це є результатом їхніх конкурентних переваг у ряді питань корпоративного управління [1].

У цьому випадку автор віддає перевагу фінансовій складовій, а решта впливає з неї, включаючи випуск конкуруючих продуктів або послуг.

Конкурентоспроможність бізнесу – комплексна характеристика бізнесу, що ґрунтується на аналізі різних сторін виробничо-господарської діяльності (виробничого потенціалу, трудових ресурсів, матеріальної забезпеченості, фінансових результатів тощо), що дозволяє визначити «сильні сторони» бізнесу в конкурентних способах пошуків шляхів отримання переваг над конкурентами [46].

Деякі дослідники розглядають конкурентоспроможність бізнесу як комплексне поняття, що характеризується системою і якістю управління, якістю продукції, широтою і глибиною асортименту, необхідних суспільству або окремим членам, стабільним фінансовим становищем, здатністю до інновацій, ефективним використанням ресурсів, цілеспрямована кадрова робота, рух товарів і послуг на системному рівні [42].

На думку Н.О.Новікова, конкурентоспроможність бізнесу – це здатність вести ефективну господарську діяльність та її практичне прибуткове здійснення в умовах конкурентного ринку. Це узагальнюючий показник стійкості бізнесу, його здатності ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціал [26, с.67].

Конкурентоспроможність бізнесу також означає їх здатність генерувати прибуток, достатній для відтворення простого чи розширеного виробництва, мотивації праці та покращення характеристик продукції [21, с.396].

Проте конкурентоспроможність бізнесу включає не лише перерозподіл отриманих коштів. Швейцарська організація «Європейський форум з проблем управління» встановила, що конкурентоспроможність бізнесу в існуючих умовах є реальною потенційною бізнес-можливістю розробляти, виробляти та продавати товари, продавати продукти, які є більш ефективними, привабливішими для споживача, ніж товари конкурентів за ціновими та неціновими характеристиками [43, с.107].

На думку Л.І.Белоусова [10, с.10], конкурентоспроможність бізнесу є узагальненим показником, що відображає ефективність усієї сукупності

механізмів господарювання, і до вивчення проблем його розгортання слід підходити комплексно, враховуючи всі факторів і механізмів.

С.М. Бондаренко вважає, що конкурентоспроможність бізнесу – це динамічна характеристика здатності бізнесу адаптуватися до змін зовнішнього середовища при забезпеченні певного рівня конкурентних переваг [12].

Колектив авторів виділив три напрямки визначення конкурентоспроможності бізнесу, а саме:

- можливість забезпечення вищої ефективності виробництва [4], реалізація конкурентних переваг, виробництво та продаж продуктів, які є більш привабливими для споживачів ефективно використовувати потенціал бізнесу [10, с.9] для функціонування в умовах ринкової економіки [19, с.57];

- можливість ефективної господарської діяльності [20, с. 41]; отримання синергетичного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг [13, с. 11], вміння ефективно володіти власними та залученими коштами [3, с. 27].

У зв'язку з цим варто підкреслити, що фінанси підприємств повинні забезпечувати безперервність виробничого процесу суб'єктів господарювання фінансовими ресурсами [25, с. 284];

- характеристика здатності використовувати ресурси ефективніше, ніж конкуренти [13, с. 13].

Тому категорія «конкурентоспроможність бізнесу» має бути наділена такими показниками, як висока ефективність виробництва, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованому персоналу та здатності завоювати власну нішу на ринку та утримувати її в довгостроковій перспективі завдяки до ефективного використання принципів управління маркетингом [19, с.120].

Категорія «конкурентоспроможність бізнесу» характеризується переліком властивостей, наведених на рис.1. 1.

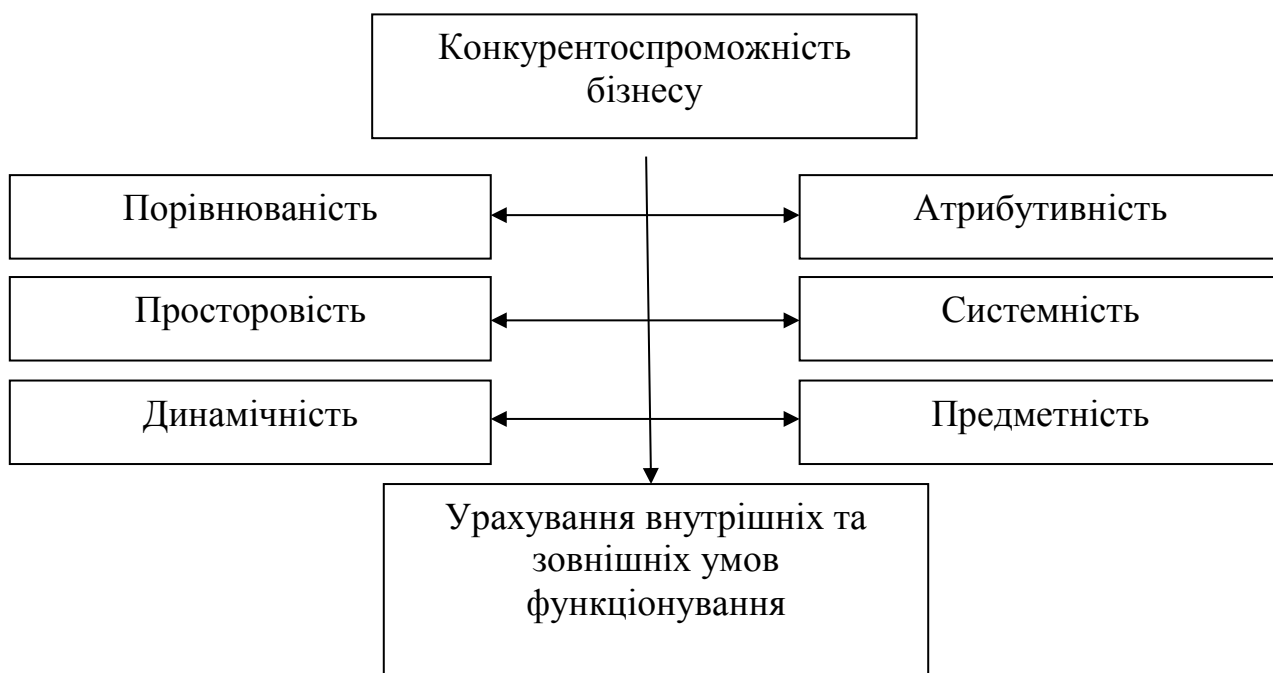


Рис. 1.1. Властивості категорії «конкурентоспроможність бізнесу»

* Складено автором на основі [19]

Порівнянність означає, що конкурентоспроможність компанії визначається та досліджується в порівнянні з реальними конкурентами, які виробляють аналогічні продукти або товари-замінники, діють на тому самому ринку, або порівняння проводиться з ідеальною типовою компанією (зазвичай за умови, що досліджувана компанія придбає монопольне становище на ринку).

Географічний – конкурентоспроможність бізнесу визначається в межах даного конкретного ринку, оскільки за всіх рівних умов фірму можна визначити як конкурентоспроможну на одному ринку та неконкурентоспроможну на іншому [19].

Динамізм підкреслює той факт, що концепція конкурентоспроможності є тимчасовою, оскільки фірма може бути конкурентоспроможною в один період і втратити ці позиції в інший; тобто конкурентоспроможність бізнесу не є постійною величиною.

Предметом є вибір переліку та ряду параметрів, що визначають конкурентоспроможність бізнесу, а саме: висока якість та низькі ціни продукції, сучасне обладнання та технології, висококваліфікований персонал,

позитивний імідж продукції та бренду підприємства, розвинені маркетингові комунікації – та рекламні канали, наявність можливостей фінансового розвитку, наявність власної землі, будівель, споруд та інших основних засобів, наявність патентів на унікальні винаходи, використання передових технологій управління тощо.

Підзвітність – виділення унікальної торгової пропозиції, яка в першу чергу представляє конкурентну перевагу компанії (унікальні продукти, пропозиція додаткових послуг, оригінальна технологія виробництва, ресурсна ефективність продукції тощо).

Системність - врахування сукупності або максимально можливої кількості параметрів і умов, що формують конкурентоспроможність бізнесу, а також взаємозв'язків між ними та взаємних впливів [19].

Аналіз конкурентоспроможності бізнесу на ринку передбачає вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до нього та його продукції і як результат – зміна частки продукції бізнесу на ринку. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні й внутрішні (рис. 1.2).

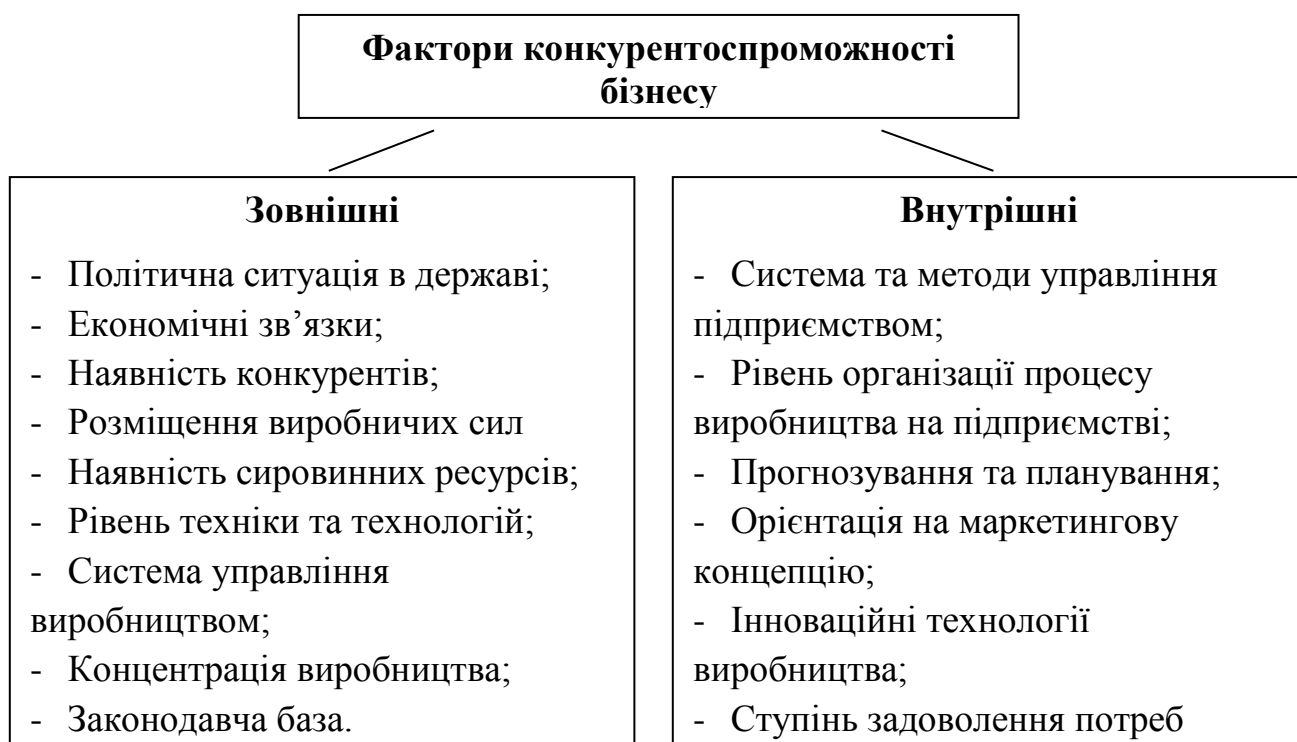


Рис. 1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність бізнесу [23]

В рамках оцінювання, прогнозування й управління конкурентоспроможністю бізнесу доцільно враховувати весь комплекс внутрішніх та зовнішніх факторів, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на його формування.

Як результат узагальнення та аналізу визначень конкурентоспроможності запропонуємо власне визначення конкурентоспроможності бізнесу - як сукупності його можливостей забезпечувати більш якісне і комплексне задоволення потреб споживачів/клієнтів в порівнянні з конкурентами (їх товарами і послугами) на певному ринку при оптимальному рівні витрат.

Аналіз конкурентоспроможності бізнесу на ринку включає з'ясування факторів, що впливають на відношення покупців до бізнесу та його продукції чи послуг.

На сьогоднішній день залишається все ще недостатньо ясним точний і уніфікований сенс поняття «конкурентоспроможність бізнесу» і найбільш важливих його детермінант. Практично неможливо намагатися управляти тим, у чого немає однакової теоретичної бази.

Без теоретичних досліджень локальної проблеми визначення поняття конкурентоспроможності бізнесу важко перейти до практичного застосування та подальших досліджень, а тим більше до оцінки і прийняття рішень.

Конкурентоспроможність бізнесу тісно взаємопов'язана з прийняттям корпоративних рішень та інноваційної діяльності. Виходячи з обсягу кількості понять «конкурентоспроможність бізнесу», одним з найбільш складних питань є шляхи її підвищення.

1.2. Інноваційна діяльність, як фактор підвищення конкурентоспроможності бізнесу

Інновація – це створення чогось нового, що забезпечує підвищення якості продукції (послуг) відповідно до потреб ринку. Інноваційна діяльність є кінцевим результатом розумової діяльності, уяви, відкриття, винахідництва та раціоналізації людини. Прикладом інноваційної діяльності є поширення на ринку вдосконаленої продукції. Інноваційна діяльність спрямована на створення та комерціалізацію інновацій з метою підвищення якості продукції, вдосконалення технології та організації виробництва.

Інноваційна діяльність включає:

- Аналіз бізнес-проблем;
- Здійснення інноваційного процесу;
- Забезпечення інноваційної діяльності [3, с.20].

Основою успішної інноваційної діяльності є підпорядкування корпоративних інтересів цілям розробки, виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції чи послуг. Перш за все, бізнес орієнтований на довгостроковий успіх і споживача. Керівництво розглядає питання рентабельності з точки зору якості та конкурентоспроможності продукції.

Найважливішою передумовою інноваційної діяльності є моральне старіння вироблених продуктів і технологій. Тому кожні три роки необхідно проводити атестацію продукції, технологій і робочих місць для аналізу ринку.

Основною метою інноваційного відділу компанії є: генерація різноманітних ідей для досягнення поставленої інноваційної мети. На основі таких ідей приймаються технічні рішення.

Практика доводить: ніщо так не змушує керівника зосередитися на інноваційній ідеї, як усвідомлення того, що продукт компанії за короткий час застаріє. Інновація – це робота, яка вимагає таланту, знань і винахідливості.

Загалом сутність інноваційних процесів, що відбуваються в будь-якій складній виробничо-економічній системі, полягає в низці прогресивних, якісно

нових змін, які безперервно відбуваються в часі та просторі, сприяючи якісному розвитку суспільства, забезпечуючи вищий рівень життя людей; це наскрізна система діяльності, за допомогою якої інновація розвивається з ідеї в конкретний продукт, технологію, структуру чи послугу та поширюється на економічну практику та соціальні дії.

Сучасна економічна теорія виділяє п'ять основних типів інновацій:

- Створення нового виду товару (продуктова інновація);
- Розробка нового виробничого процесу (технологічні інновації);
- Створення нового ринку товарів або послуг (ринкові інновації);
- Розробка нового джерела постачання сировини і напівфабрикатів (маркетингові інновації);
- Реорганізація структури управління (управлінські інновації).

Ефективне впровадження інновацій дозволяє створити значні стратегічні переваги в найбільш конкурентоспроможних галузях. Підприємства-лідери досягають конкурентних переваг завдяки інноваціям – шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але як тільки переваги досягнуті, їх можна зберегти лише шляхом постійного вдосконалення, тобто безперервних інновацій.

Тому на нинішньому етапі глобального економічного розвитку основною ознакою конкурентоспроможності є інноваційність, тобто здатність системи систематично розвиватися, оновлюватися та змінювати господарську діяльність на основі засвоєння інновацій. Під інноваціями також розуміється використання наявного науково-технічного, інформаційно-технологічного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, покращення результатів діяльності та якості життя суспільства[30, с.114].

Вплив інноваційної діяльності на формування конкурентоспроможності компаній показано на додатку А.

В основі інноваційної діяльності лежить процес удосконалення прогресу, відкриття нового, тобто ефективно засвоєння та впровадження інновацій, спрямованих на оновлення технологій, техніки, організацію виробництва та розробку нових продуктів, їх реалізацію. Соціальні інновації, спрямовані на ефективні зміни поведінки персоналу для досягнення запланованих результатів.

Саме поєднання всіх компонентів дає змогу системі не тільки втриматися в умовах загострення конкуренції, а й досягти необхідної конкурентоспроможності.

Інноваційний шлях розвитку дає право компаніям забезпечувати технологічні переваги та активно формувати ядро шостого технологічного укладу – інформаційні технології, біотехнології, нанотехнології, космічні технології, що визначає конкурентоспроможність їх економіки як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках [40, с.30].

Водночас, численними дослідженнями було продемонстровано, що швидкі темпи інноваційного розвитку за умов системного глобалізування інноваційної галузі являються доволі проблематичними і зумовлюють ряд негативних наслідків:

- скорочується інноваційна різниця між розвиненими бізнесами і бізнесами, що розвиваються, забезпечуються конкурентне переважання інноваційно орієнтованим економічним суб'єктам, та водночас зумовлюється відставання аутсайдерів;

- створюються умови для створення і виготовлення нових товарів для задоволення різноманітних споживацьких потреб і водночас з цим посилюється розмежування доходів населення;

- обумовлюється загострення глобальної екологічної, соціальної, технологічної проблематики, і одночасно створюються шляхи її усунення.

Однак, дані недоліки ніяк не змінять того факту, що нині інноваційна діяльність являється невід'ємною частиною результативного конкурування бізнесу. Вона зумовлює економічне зростання, а самі інновації являються результативною ознакою добробуту.

Слід зазначити, що в останні десятиліття у світі відбувся перехід від статичних і динамічних конкурентних переваг до інноваційних, досягнення яких пов'язане насамперед із переходом країн на інноваційний шлях з метою досягнення якісно нового рівня соціо-економічний розвиток. Місце країни в міжнародному співтоваристві визначається рівнем освіти, рівнем застосування науково-технічних досягнень, ефективністю інтеграції факторів виробництва, капіталу, інформаційних та інтелектуальних ресурсів.

Основними умовами досягнення більш високої конкурентоспроможності бізнесу є:

- сприяння створенню та оволодінню новими знаннями як вирішальній основі ефективної конкуренції;
- розвиток внутрішньої конкуренції, що стимулює інноваційну діяльність;
- створення конкурентних переваг шляхом застосування інновацій, нових технологій, знань та інформації;
- здатність окремих компаній і галузі в цілому до інновацій, вдосконалення та модернізації;
- розуміння того, що збереження конкурентних переваг можливе лише шляхом постійного впровадження нових інновацій та вдосконалення наявних, оскільки кожне досягнення доступне для повторення конкурентами;
- створення сприятливого середовища для сприяння розвитку передових галузей, розвитку нових виробництв і нових підприємств.

Іншими словами, для підвищення конкурентоспроможності бізнесу необхідно постійно зосереджуватися на пошуку, впровадженні та реалізації інновацій. Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, реалізація яких дозволяє, завдяки досягнення інноваційної конкурентоспроможності бізнесу для активної участі у формуванні світової економічної системи[34, с.59].

Регулювання інноваційної діяльності здійснюється системою оподаткування, реалізації амортизаційної політики, надання фінансової підтримки у вигляді дотацій, субсидій на розвиток окремих регіонів, галузей:

реалізація кредитної політики; державними нормами і стандартами; антимонопольні заходи; регулювання сфер і об'єктів інноваційного інвестування; регулювання інвестицій.

Якщо позитивного ефекту від впровадження інновацій немає, то немає сенсу рекомендувати такі інновації для впровадження у виробництво. Саме інновації, спрямовані на створення нових продуктів, послуг чи технологій або вдосконалення існуючих, можна розглядати як головну турботу про підвищення конкурентоспроможності як окремих компаній, так і економіки в цілому.

Тому основою нової стратегічної орієнтації має стати розробка та реалізація програми розвитку інноваційної моделі зростання, яка реалізовуватиметься через нову стратегію промислово-інноваційної політики.

Необхідно змінити пріоритети політики бізнесу та орієнтувати підприємства насамперед на переважний розвиток високотехнологічних галузей.

Інноваційний характер розвитку дозволить не лише прискорити розвиток української економіки, а й забезпечити необхідний ступінь конкурентоспроможності продукції щоб мати можливість вільно конкурувати на світових ринках товарів і послуг.

Крім того, сьогодні вкрай актуальною є розробка власних науково-практичних рекомендацій щодо організації управління інноваційною діяльністю, як в окремій організації, так і в економіці країни в цілому, з метою підвищення її конкурентоспроможності в міжнародній економіці.

2 Особливості підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності

2.1. Сучасний стан інноваційної діяльності в бізнесі

Інновації є ключовою рушійною силою економічного розвитку держави [40, с.30], тому проаналізовано місце українського бізнесу в Глобальному інноваційному індексі (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1.

Місце українського бізнесу у Глобальному індексі інновацій [61]

Показник	Рік /(загальна кількість країн в рейтингу)											
	2016/128		2017/127		2018/126		2019/129		2020/131		2021/132	
	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг	Оцінка	Ранг
ГПІ	37.5	56	37.6	50	38.5	43	37.4	47	36.3	45	35.6	49
Інноваційні ресурси	38.9	76	41.0	77	40.5	75	40.7	82	40.1	71	39.6	76
Результати інновацій	32.5	40	34.2	40	36.6	35	34.1	36	32.5	37	31.6	37
Інститути	48.7	101	47.9	101	49.1	107	53.9	96	55.6	93	56.2	91
Людський капітал і дослідження	40.8	40	39.6	41	37.9	43	35.6	51	40.5	39	38.2	44
Інфраструктура	32.3	99	39.3	90	38.1	89	36.0	97	33.1	94	32.3	94
Розвиток ринку	42.1	75	43.2	81	42.7	89	43.3	90	42.1	99	42.3	88
Розвиток бізнесу	30.6	73	35.3	51	34.5	46	34.8	47	29.5	54	28.9	53
Результати знань та технологій	34.1	33	32.8	32	36.7	27	34.6	28	35.1	25	32.3	33
Результати креативної діяльності	31.0	58	35.6	49	36.5	45	33.5	42	29.9	44	30.9	48

Глобальний індекс інновацій (ГПІ) публікує Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), спеціалізоване агентство ООН. Метою ГПІ є надання рейтингу інновацій та детального аналізу з посиланням на близько 130 країн [45].

За останнє десятиліття ГПІ зарекомендував себе як провідний посібник з інновацій та «інструмент для дій» для економік, які включають ГПІ у свої

програми інновацій. GII – це рейтинг інноваційних можливостей і результатів у світовій економіці.

Він вимірює інновації за такими критеріями, як: інституції, людський капітал і дослідження, інфраструктура, кредит, інвестиції, зв'язки; створення, засвоєння та поширення знань; творчі результати.

GII має два субіндекси: субіндекс інноваційного внеску та субіндекс результату інновацій, а також сім компонентів, кожен з яких складається з трьох критеріїв [45].

Згідно з таблицею 2.1, економіка України посідала 56-те місце серед 128 країн у 2016 році, 50-те місце серед 127 країн у 2017 році, 43-те місце серед 126 країн у 2018 році, 47-ме місце серед 129 країн у 2019 році, 45-те місце серед 129 країн у 2020 році та у 2021 році. - займає 49 місце зі 132 країн, що свідчить про погіршення позицій вітчизняного бізнесу у 2021 році.

Так, у 2021 році сім компонентів GII для українських компаній склали: Результати знань і технологій – 33 місце; Human Capital and Research - 44 місце; Результатів творчої діяльності – 48 місце; Розвиток бізнесу – 53-те; Розвиток ринку – 88 місце; Заклади – 91 місце; Інфраструктура – 94 місце. Виявилось, що сильні сторони української економіки – це знання та технології; людський капітал і дослідження, а слабкими сторонами є інституції та інфраструктура. Якщо проаналізувати кількість балів, які набрала українська компанія в GII та його найсильнішу складову – результати знань і технологій (рис. 2.1), то виявиться, що вони були найкращими у 2018 році, що відображено у найвищому рейтингу 2018 року.

Ситуація погіршується між 2018 і 2021 роками, і в 2021 році показники як для загального GII, так і для оцінки знань і технологій досягли найнижчого рівня з 2016–2021 років. Це свідчить про необхідність активізації інноваційної діяльності в українській економіці загалом та за рахунок активізації індикатора результативності знань і технологій.

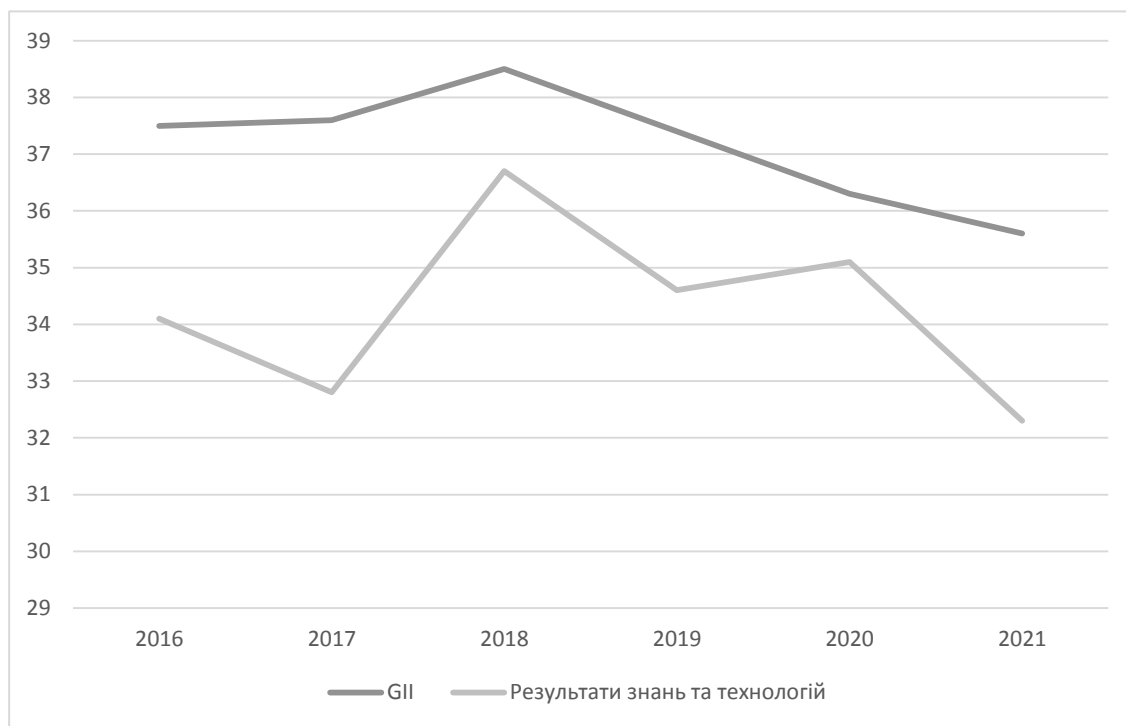


Рис. 2.1. Кількість набраних балів українським бізнесом в GII загалом та за найсильнішою складовою - результатами знань та технологій в період 2016 – 2021 років [45]

З метою виявлення проблемних місць в інноваційній діяльності бізнесу, проаналізуємо інноваційну діяльність бізнесу України саме в контексті успішно реалізованих інноваційних проєктів.

У таблиці 2.2 наведена інформація про впровадження інновацій в бізнесі за 2016–2020 роки.

Впровадження інновацій в українському бізнесі за 2016–2020 роки

№	Показник	Рік				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Частка кількості підприємств, що впроваджували інновації в загальній кількості підприємств	16.6	14.3	15.6	13.8	14.9
2	Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції, усього одиниць	4139	2387	3843	2148	4066
2.1	З них нових для ринку одиниць	978	477	968	418	691
2.2	З них упроваджених машин, обладнання, одиниць	1305	751	920	760	647
3	Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації	0.6	0.7	0.8	1.3	1.9

За даними таблиці 2.2 частка підприємств, які впроваджували інновації, тобто реалізовували інноваційні проекти (виробничі та/або технологічні процеси), у загальній кількості підприємств була найвищою у 2016 році і становила 16,6%.

Темп зростання частки кількості компаній, які впроваджували інновації у 2017 році порівняно з 2016 роком становить -13,86%; 2018-2017 – 9,09%; 2019 до 2018 - 11,54%; 2020 (попередні дані) до 2019 – 7,97%.

Незважаючи на позитивне зростання з 2020 по 2019 роки, частка компаній, які запровадили інновації (виробничі та/або технологічні процеси), у загальній кількості компаній менша, ніж у 2016 році.

Тому для активізації впровадження промисловими компаніями інноваційних проектів особливу увагу слід приділяти процесам управління знаннями та проектами в компаніях[45].

Якщо проаналізувати (згідно з табл. 2.2) кількість імпортованих видів інноваційної продукції (товарів, послуг) підприємствами України за період 2016-2020 рр. (рис. 2.2), то можна зазначити, що у 2016 р. ця кількість становила і склала до найбільшого до 4139 одиниць.

У 2017 та 2019 роках найменша кількість впроваджених видів інноваційної продукції спостерігалася у 2016-2020 роках. У 2020 році, за попередніми даними, ця кількість зросте, але не досягне рівня 2016 року. З видів

інноваційної продукції (товарів, послуг), випущених українськими компаніями у 2016-2020 роках, 23,63% були новими на ринку у 2016 році; у 2017 році – 19,98%; у 2018 році – 25,19%; у 2019 році – 19,46% та у 2020 році – 16,99%.

Таким чином, у 2020 році спостерігається найменше значення питомої ваги випущених нових видів інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальній їх кількості. Також у 2020 році впроваджено найменшу кількість машин і обладнання за період 2016-2020 років (647 шт.).

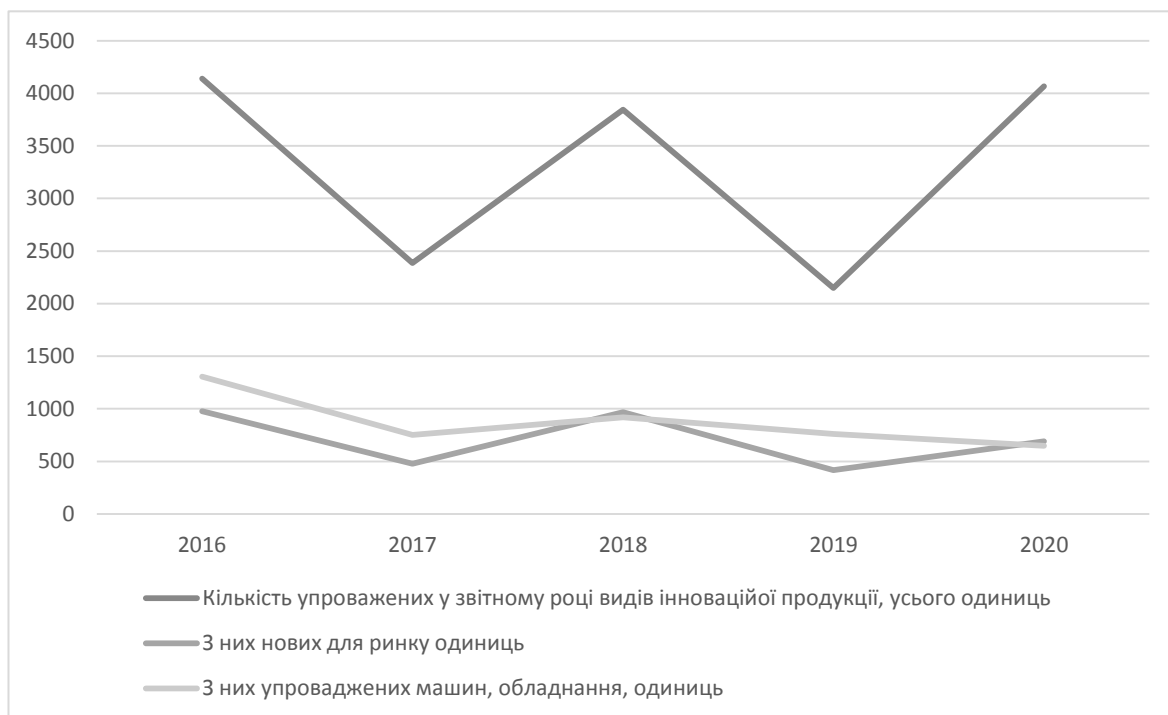


Рис. 2.2. Кількість упроваджених видів інноваційної продукції (товарів, послуг) підприємствами України в період 2016 – 2020 років

У таблиці 2.3 відображена інформація про витрати на інновації за напрямками інноваційної діяльності (абсолютні та відносні значення) в українському бізнесі за 2016–2020 роки.

Витрати на інновації (за напрямками інноваційної діяльності) в українському бізнесі за 2016-2020 роки[18]

№	Показник		Рік				
			2016	2017	2018	2019	2020
1	Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості, %		18.9	16.2	16.4	15.8	16.8
2	Витрати на інновації, млн.грн.		23229.5	9117.5	12180.1	14220.9	14406.9
3	Наукові дослідження і розробки (НДР)	млн.грн.	2457.8	2169.8	3208.8	2918.9	3486.3
		у % до загального обсягу витрат на інновації	10.6	23.8	26.3	20.5	24.2
3.1	НДР, виконані власними силами	млн.грн.	2063.8	1941.3	2706.2	2449.9	2650.4
		у % до загального обсягу витрат на інновації	8.9	21.3	22.2	17.2	18.4
3.2	НДР, виконані іншими підприємствами	млн.грн.	394	228.5	502.6	469.0	835.9
		у % до загального обсягу витрат на інновації	1.7	2.5	4.1	3.3	5.8
4	Інші витрати на інновації	млн.грн.	20771.7	6947.7	8971.3	11302.0	10920.6
		у % до загального обсягу витрат на інновації	89.4	76.2	73.7	79.5	75.8

Згідно таблиці 2.3 найвищий рівень витрат на інновації спостерігається у 2016 році і становить 23229, 5 млн грн , у 2017 році відбувається значний спад до рівня 9117,5 млн грн. У 2018-2020 роках відбувається помірно зростання витрат на інновації, але їх рівень значно нижче 2016 року.

На рис. 2.3 відображено витрати на інновації за напрямками інноваційної діяльності.

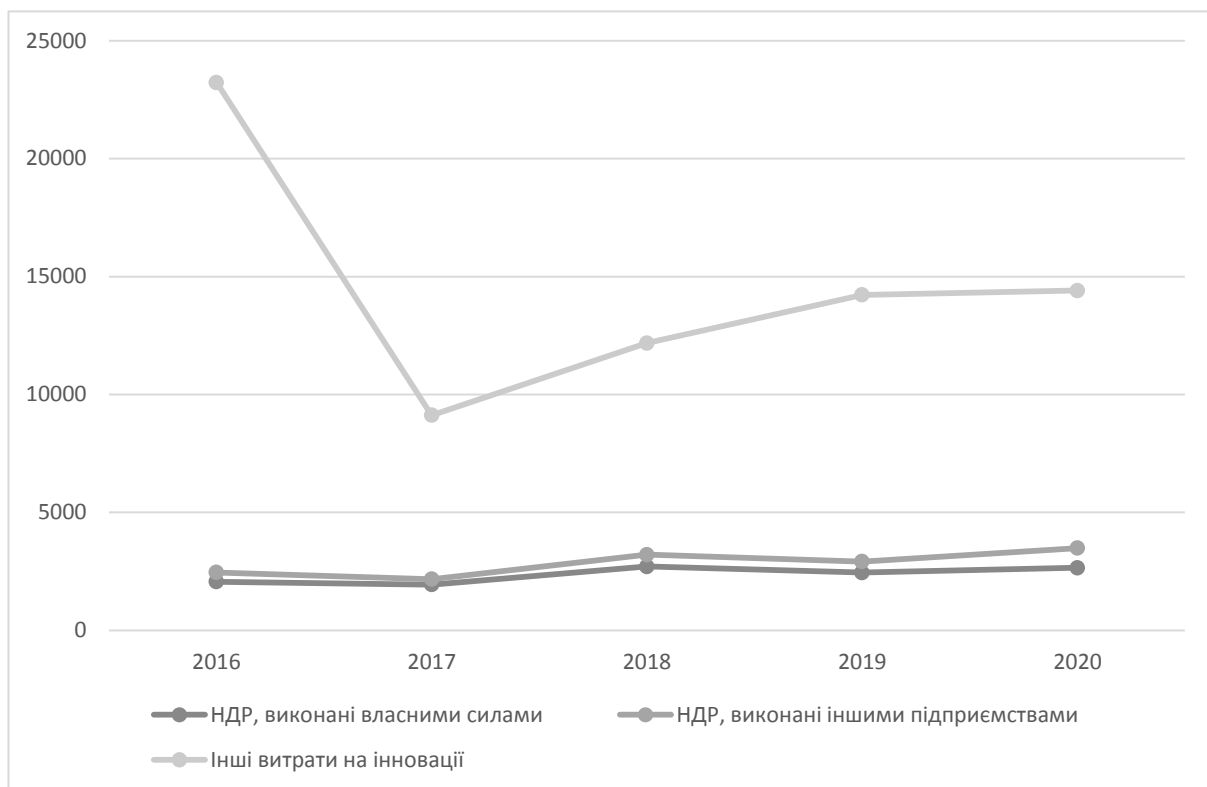


Рис. 2.3. Витрати на інновації за напрямками інноваційної діяльності українського бізнесу за період 2016 – 2020 років

З рисунку 2.3 видно, що в структурі інноваційних витрат компаній України НДР 10,6% у 2016 році, 23,8% у 2017 році, 26,3% у 2018 році, 20,5% у 2019 році та у 2020 році – 24,2%. (попередні дані), що відображає їх незначний рівень. Інші інноваційні витрати (крім НДДКР) складають основну частину інноваційних витрат.

Рисунок 2.3. відображає майже таку саму структуру інноваційних витрат за джерелами фінансування, проте загальні інноваційні витрати суттєво зменшилися порівняно з 2016 роком, і для активізації інновацій їх рівень необхідно збільшити.

Таким чином, з проаналізованих даних можна зробити висновок, що інноваційна діяльність українського бізнесу не є стабільною. Для більш детального аналізу та визначення майбутніх тенденцій необхідно здійснювати прогнозування з метою своєчасного виявлення проблемних ситуацій у майбутньому за допомогою відповідної методології [9, с.40].

2.2. Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність бізнесу

Інноваційне сприяння бізнесу було і залишається основною передумовою та результатом успішної діяльності бізнесу у різних сферах економіки та права власності та основною рушійною силою підвищення їх прибутковості, основою успішної конкурентоспроможності та подальшого розвитку. Сьогодні складні геополітичні процеси, невизначеність і високий рівень конкуренції та можливі ризики спонукають компанії негайно змінювати парадигму управлінського мислення в бік своєчасної розробки та застосування інноваційних продуктів нового покоління. Тому питання спроможності компаній до інновацій та конкуренції є особливо актуальним і актуальним, а також показником їх здатності відповідати на потенційні виклики сьогодення[2, с.12].

Інновації відіграють важливу роль у формуванні конкурентних переваг бізнесу. Досягнення стійкої конкурентної переваги можливе лише за умови набуття важливих компетенцій у сфері, в якій працює компанія. Знання в цій галузі дозволяють реалізовувати сучасні та конкурентоспроможні продукти. Інновації мають стати невід'ємною частиною та повністю впливати на кожну функцію загальної системи управління. Це дозволяє отримати і зберегти конкурентну перевагу. Стратегія розвитку, заснована на інноваціях, сприяє зміцненню позицій на ринку, оскільки дозволяє ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Реалізація стратегії, заснованої на інноваціях, допомагає стати лідером і кинути виклик конкурентам.

На конкурентоспроможність значного сегмента бізнесу суттєво впливають процесні та продуктові інновації, які пропонуються на ринку. З визначення інновації видно, що це зміна, яка сприяє зниженню вартості продукту чи послуги та покращенню її якості. В умовах невизначеності та турбулентності компанія явно випереджає своїх прямих конкурентів, впроваджуючи інноваційні рішення, пропонуючи більш вигідний асортимент продукції, тим самим залучаючи більшу групу клієнтів та зміцнюючи свої позиції збуту.

Задоволення потреб клієнтів є найважливішим фактором, що визначає конкурентні переваги сучасних компаній.

Щоб задовольнити мінливі потреби клієнтів, багато компаній впроваджують інноваційні продукти та технології. Суттєві зміни, видимі споживачеві, мають стати основою для формування конкурентної переваги на основі інновацій. Узгодження інновацій з потребами споживачів багаторазово збільшує шанси збільшити конкурентні переваги над ринками збуту. На даний момент дослідження ринку є важливою діяльністю, яка служить для визначення потреб споживачів і визначення необхідних дій для просування нових продуктів. Тому застосування інноваційних і маркетингових стратегій гарантує успіх. Важливо, щоб інноваційна стратегія використовувалася одночасно з маркетинговою, оскільки така тактика значно скорочує час на впровадження інновації.

Аналізуючи вплив інновацій на конкурентоспроможність, їх взаємозв'язок слід оцінювати з двох важливих точок зору – підвищення якості продукту чи послуги та суттєве зниження витрат, що дає змогу отримувати продукцію кращої якості за значну ціну. Однак інновації не обов'язково повинні охоплювати ці два аспекти одночасно. У ситуації, коли якість продукції чи послуг покращується паралельно зі збільшенням витрат, такий ефект помітніший, ніж підвищення ціни. Це пояснюється тим, що потенційний клієнт отримує більш якісний продукт за меншу суму. Також додаткова плата стає більш вигідним рішенням за рахунок кращих функціональних характеристик товару. Підвищуючи конкурентоспроможність асортименту компанії, пропозиція інноваційного продукту стає значно вигіднішою і має довгострокову перспективу[46].

Компанія може вирішити знизити ціни на пропоновані продукти після зменшення витрат, наприклад, виробничих або накладних витрат, певних витрат на розподіл. Знижуючи ціну, товар стає більш конкурентоспроможним при збереженні незмінної якості, що призводить до збільшення ринкової частки цього товару і водночас до збільшення доходу. Полегшення доступу до

фінансування відбувається за рахунок підвищення конкурентоспроможності компанії.

Зазначений вище дохід (або прибуток від нього) можна віднести, серед іншого, до інноваційної діяльності, досліджень і розробок або підвищення зарплати в компанії[6, с.37].

Така діяльність, безперечно, сприяє кращому сприйняттю компанії, що призводить до зміцнення її позицій на ринках збуту. Тому підвищення конкурентоспроможності компанії має позитивний ефект не тільки для неї самої, але й для інших учасників ланцюгів розподілу та економіки в цілому, в якій вона працює. Це пояснюється тим, що завдяки збільшенню надходжень податку на прибуток збільшується і грошовий обіг в країні. Підвищення конкурентоспроможності компаній та їхніх прибутків також збільшує попит на нових працівників і сировину. Зусилля, спрямовані на створення відповідних умов для реалізації довгострокової концепції організаційного розвитку, головною метою є стимулювання компаній до впровадження інновацій, які призводять до насичення потреб клієнтів.

Слід зазначити, що внаслідок вищесказаного змінюється спосіб створення та підхід до інновацій у бізнесі. Сучасні модифікації безпосередньо пов'язані з появою нових процедур та концепцій, які дедалі більше змінюють процес впровадження інновацій у виробництво чи покриття. підрозділи служби більш детально.

Інноваційна діяльність у бізнесі є одним із основних джерел отримання переваги на конкурентному ринку. Динамічний розвиток бізнесу вимагає можливостей для інновацій, створення нових продуктів і послуг, змін у виробничих процесах, нових виробничих технологій і нових організаційних систем. Важливим аспектом є також те, що інновації – це зміни у відносинах з іншими учасниками ринку та реорганізація компанії на соціальному рівні. Інноваційний вихід на ринок є основою конкуренції, адже без інвестицій у розвиток компанії знижують прибутковість і втрачають позиції. Спосіб

отримання конкурентної переваги полягає в розробці або копіюванні інновацій, впроваджених іншими.

Згідно із загальним правилом оцінки рентабельності всіх процесів, економічний ефект від інноваційної діяльності складається з результату застосування інновацій та їх порівняння з усіма витратами, пов'язаними з їх розробкою, виготовленням і використанням. При цьому він варто розглянути такі види ефектів, як науково-технічний, економічний, ресурсозберігаючий, громадський, соціальний та екологічний. При аналізі інновацій, визначенні їх корисності в певний період часу та майбутньої прибутковості грошові потоки повинні виконуватися з урахуванням оцінки зміни вартості грошей у часі. Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність фірм слід починати з розрахунку показників економічної ефективності інноваційних проектів[11, с.57].

До них традиційно входять чиста приведена вартість (дисконтована вартість) (або інтегральний ефект) (NPV), індекс рентабельності інвестицій (PI), внутрішня норма прибутку (IRR), період окупності та точка беззбитковості інноваційного проекту.

Стан розвитку інноваційного потенціалу бізнесу оцінюється та аналізується за встановленою системою показників. Для цього рекомендується використовувати метод експертної оцінки. Використовується в частково або повністю небезпечних ситуаціях.

Оцінка та аналіз ефективності інноваційної підприємницької діяльності здійснюється на основі аналізу встановленої системи показників: коефіцієнт ефективності інновацій, коефіцієнт інноваційної гнучкості, коефіцієнт рентабельності інновацій, загальний коефіцієнт засвоєння інновацій, коефіцієнт інноваційної активності.

Також варто відзначити готовність до інновацій у конкретний період часу та протягом певного календарного періоду. Суттєве значення має оцінка рентабельності інновацій, спрямованих на зниження рівня собівартості продукції. Враховуються показники річної рентабельності, фактичної економії

витрат, рентабельності інноваційних витрат, річної рентабельності. Також важливо розрахувати показники ефективності інноваційної діяльності.

З цієї точки зору варто звернути увагу на розрахунок: показника рентабельності інноваційної діяльності, частки прибутку інноваційної діяльності, питомої ваги витрат на інноваційну діяльність у загальних витратах, інноваційного прибутку на одного працівника, частки витрат на інноваційну діяльність. Для керівників, які займаються інноваційною діяльністю, коефіцієнти - оновлення продукції, розробка нових видів продукції, розробка нової техніки, оновлення технологій, відсоток персоналу, який займається інноваціями, у загальній частці персоналу. Для розрахунку залежності можливих варіантів рентабельності та ефективності інноваційних проектів за різними непередбаченими обставинами повинні бути розглянуті: аналіз чутливості інновацій до змін окремих показників, що впливають на прибутковість; аналіз форс-мажорних обставин, загальнополітичних та економічних сценаріїв розвитку та ризиків діяльності; методи бізнес-математичних і статистичних процедур тестування[20, с.57].

У макроекономічному плані інноваційна діяльність разом з інвестиційною є основою майбутнього і корелює зі збільшенням обсягу валового внутрішнього продукту, доходів населення та, навпаки, впливає на індекс інфляції, прями податки, процентні ставки та відсоткова ставка НБУ.

Тому в рамках економіки країни однозначно варто звернути увагу на Bloomberg Innovation Index, який аналізує десятки критеріїв на основі семи збалансованих показників, включаючи витрати на дослідження та розробки, виробничі потужності чи концентрацію державних високотехнологічних компаній.. Звичайно, цей перелік показників не може бути вичерпним і буде змінюватися з часом під впливом різних обставин. У нас є можливість і час перевірити такі заяви в майбутньому.

2.3. Перспективи розвитку конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності

Основним вектором політики розвитку вітчизняного бізнесу в період посткризової реструктуризації та реформ є посилення конкурентоспроможності за рахунок інноваційної спрямованості. Це потребує активного пошуку дієвих факторів макроекономічної стабілізації, відповідного відновлення виробництва, забезпечення подальшого зростання та використання можливостей конкурентоспроможності.

Враховуючи сучасні світові стандарти, які переймаються все більшою кількістю країн, глобалізація стає закономірним процесом розвитку стійких зв'язків між економіками окремих країн. Тому впровадження глобальної моделі економічного зростання підвищить міжнародну конкурентоспроможність країни в умовах глобалізації та інтеграції. Глобальна модель економічного зростання базується на трьох детермінантах: глобалізації економіки, запровадженні нових інноваційних технологій та посиленні конкуренції. Саме ці три фактори стають органічною частиною світової економіки. Саме впровадження світової моделі економічного росту може дати змогу підвищити конкурентоспроможність бізнесу на міжнародній арені в умовах глобалізації та інтеграції[44].

Саме конкуренція сприяє тому, що підприємці постійно намагаються знайти шляхи для вдосконалення своєї продукції, шляхом підвищення її якості або зниженням ціни, або і тим і іншим. У сьогоденні основною стратегією конкурентоспроможності бізнесу є досягнення порогових значень ресурсного потенціалу та шляхи його розвитку, також для ефективного використання ресурсів обов'язково потрібно включати інноваційний розвиток.

Визнання пріоритетності інноваційного розвитку, закладене в «Стратегії економічного і соціального розвитку України», в якій, зокрема, визначається, що: «Європейський вибір України і, відповідно, необхідність її інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище, зумовили необхідність

формування інноваційної моделі розвитку бізнесу, в якій роль головного джерела довготривалого економічного зростання грають наукові придбання і їх технологічне застосування, яке дасть можливість, передусім, підвищити конкурентоспроможність економіки, гарантувати її безпеку і головне місце в Європейському Союзі при стабільних і високих темпах економічного зростання».

Перевага віддається, перш за все, тим виробникам, які активно впроваджують нові технології та технологічні процеси. Це дозволяє їм адекватно реагувати на зміну споживчого попиту та виробляти високоякісну конкурентоспроможну продукцію[35, с.102].

Тому інтеграція бізнесу у світову економічну систему потребує збільшення її інноваційності, що, у свою чергу, сприятиме зміцненню конкурентних позицій українських товарів і послуг на світовому ринку, а отже – зміцненню системи економічного розвитку країни.

Зрозуміло, що поки триває війна, важко щось прогнозувати, та діяти активно, проте всі ми сподіваємося на швидке закінчення, і плідну роботу після всіх негараздів. Таким чином, стратегічною метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок розвитку інновацій та формування інноваційної економіки в нашій державі на найближчі роки можна назвати всебічний розвиток вітчизняних виробництв і територій до рівня їх конкурентоспроможності у світі. А це потребує структурної модернізації економіки країни, техніко-технологічного переоснащення виробництва, боротьби з сірою економікою, криміналізацією та корупцією, розробки нового законодавства у сфері економічної та інноваційної діяльності[36].

Враховуючи вищевикладене, основними шляхами вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності українського бізнесу можна вважати такі: активізація та ефективність участі компаній у проектах міжнародного співробітництва, що дозволить залучити значні обсяги інвестицій та фінансових ресурсів, які можуть бути спрямовані на розвиток інфраструктури регіону, підвищення енергоефективності та покращення стану навколишнього

середовища; започаткування практики реалізації проектів створення промислових територіально-виробничих систем, що забезпечує синергетичний ефект у вигляді посилення інноваційної складової конкурентоспроможності та підвищення ефективності місцевого виробництва; посилення ділової та соціальної діяльності та підвищення рівня доходів та якості життя; розвиток сучасних європейських механізмів місцевого самоврядування на принципах демонополізації економіки та покращення конкурентного середовища.

Підсумовуючи все, що було сказано вище, можна помітити, що за допомогою інноваційних змін можна буде вирішити проблеми економічного відродження та структурної перебудови виробничої сфери регіону, що в свою чергу призведе до появи нових галузей та підвищення їх конкурентоспроможності[7].

В нових економічних умовах вітчизняні виробники повинні активно залучатися до міжнародної конкуренції за фінансування, а це потребує створення сприятливих умов для виробництва, впровадження нових інноваційних технологічних процесів і технологій, забезпечення висококваліфікованою робочою силою.

Тому для досягнення цих пріоритетів пріоритетними напрямами політики в досліджуваній сфері є: покращення інституційного забезпечення та розширення фінансових можливостей компаній реального сектору економіки; удосконалення інституційної інфраструктури інноваційного розвитку; активізація кластерних та інтеграційних форм управління; стимулювання міжрегіональної інтеграції, ширшого використання переваг міжрегіонального та транскордонного співробітництва; забезпечення збалансованого просторового та територіального розвитку; формування раціональної просторово-галузевої структури економіки регіону, здатної адекватно реагувати на внутрішні та зовнішньоекономічні виклики та загрози.

3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності бізнесу за рахунок інноваційної діяльності

3.1. Проблематика підвищення конкурентоспроможності бізнесу в Україні

В даний час, коли в країні не зовсім все стабільно, бізнесу доводиться важко триматися «на плаву». Незважаючи на економічну кризу, серед підприємств існує велика конкуренція і, щоб вижити в таких умовах, суб'єкт господарювання має бути конкурентоспроможним. Компанії повинні бути краще свого конкурента не тільки в якості товарів (послугу), які вони виробляють, а й мати кращу систему управління, персонал вищої кваліфікації, який зацікавлений в кінцевих результатах праці [20, с.154].

В плані конкурентоспроможності бізнесу проблемні питання виникають уже на стадії трактування самої його суті.

У таблиці 3.1. представлені результати аналізу основних проблем визначення поняття конкурентоспроможності бізнесу.

Таблиця 3.1.

Проблеми у визначенні конкурентоспроможності

Проблема	Причини виникнення	Рекомендації по вирішенню / попередженню
Складність і структурність визначення	Застосування поняття конкурентоспроможності до різних категорій, пов'язаних між собою	Застосування комплексного підходу до дослідження поняття. Оцінка взаємозв'язку і взаємовпливу всіх категорій
Розмитість визначення	Неузгодженість думок дослідників, відсутність єдиної термінологічної бази і стійких визначень	Необхідність проведення подальших досліджень
Невизначеність чинників і показників оцінки	Відсутність затверджених методик оцінки. У зв'язку з великою кількістю підходів до вимірювання, невизначеному складу, кількості і факторів, і індикаторів її оцінки, трансформуються і визначення	Системний підхід до розробки методик оцінки конкурентоспроможності, що описує зв'язок різних категорій

Джерело: складено автором

З даних табл. 3.1 випливає, що методологічний і теоретичний аспекти дослідження поняття конкурентоспроможності бізнесу тісно пов'язані між собою. Сучасний стан обговорюваних проблем дозволяє констатувати факт, що потребуємо проведення подальших поглиблених досліджень і апробації різних підходів до оцінки, моделювання та прогнозування різних аспектів конкурентоспроможності бізнесу для формування інформаційної дослідної, а згодом і нормативно-методичної бази, оцінки та визначення понять конкурентоспроможності бізнесу.

Розробка концепції підвищення конкурентоспроможності компаній за рахунок інновацій є складною проблемою. Його рішення навіть не може бути стандартним для двох дуже схожих компаній, що працюють на одному ринку з ідентичними цілями. Отже, залежно від впливу факторів зовнішнього середовища, внутрішніх факторів, стратегічних завдань та індивідуальних особливостей підприємств концепція підвищення конкурентоспроможності може включати багато різних елементів: організаційно-управлінські, технологічні, маркетингові, фінансові та інвестиційні елементи.

Основними проблемами, що перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг української економіки, є, насамперед, техніко-технологічна відсталість підприємств та наявність несприятливого бізнес-клімату в українській державі. Національні фактори є основними детермінантами впливу на поточну конкурентну модель України: природно-ресурсний потенціал країни сприяє розвитку таких галузей, як чорна металургія та хімічна промисловість, географічне положення визначає розвиток транспортних експортних послуг, а наявність родючих земельних ресурсів є запорукою успішного розвитку сільського господарства[21, с.397].

Результатом низької конкурентоспроможності компаній є відсутність в Україні ряду високотехнологічних галузей, а особливо тих, які визначають експортні позиції компаній: ІТ-галузь, виробництво складних медичних приладів, багатьох приладів для наукових досліджень та сучасні легкові автомобілі.

Недостатнє впровадження інноваційних технологій зумовлює низьку конкурентоспроможність багатьох видів продукції вітчизняного бізнесу. За якістю та технологічними рішеннями вироби радіоелектроніки, побутова техніка, сільськогосподарська та дорожньо-будівельна техніка та ряд інших товарів значно поступаються іноземним аналогам. У цих сферах продовжують широко використовуватися високозатратні технології, характерні для радянської економіки, що в свою чергу призводить до зростання ресурсоемності продукції, а зниження собівартості виробництва та випуск інноваційної продукції перешкоджає іншим галузям економіка [15, с.68].

Крім того, низька конкурентоспроможність бізнесу ускладнюється відсутністю кваліфікованих кадрів. Через низький рівень заробітної плати молоді спеціалісти не хочуть працювати в цій сфері, а більшість досвідчених працівників підприємств знаходяться у пенсійному віці. З втратою кваліфікованих працівників, які звільняються або виходять на пенсію, компанія не має можливості забезпечити їм адекватну заміну, що призводить до низької якості роботи.

Сьогодні, як ніколи, українська економіка потребує потужного позитивного імпульсу розвитку, який би дозволив їй вийти з рецесії, яка все більше її поглинає. Такого поштовху можна досягти лише шляхом запровадження значних стимулів для інноваційної діяльності приватного сектору, чого важко досягти за існуючої системи податкових стимулів. Комплекс податкових пільг в Україні не сприяє розвитку економіки, а лише подальшому розширенню податкових пільг, що може призвести до їх повної ліквідації [8].

Високий рівень інновацій веде до перспективного розвитку певних економік або секторів, що ускладнює конкуренцію країнам, які не можуть стимулювати інновації. Визнаючи, що лише постійний технологічний розвиток може забезпечити конкурентоспроможність компаній, за останнє десятиліття більшість країн суттєво збільшили обсяг та розширили перелік податкових пільг для компаній, які здійснюють інноваційну діяльність.

Сьогодні навіть країни, які суворо дотримуються принципів ринкової економіки та рівності правил гри для всіх учасників, активно впроваджують різноманітні фіскальні інструменти, спрямовані на стимулювання інноваційної діяльності. Зокрема, 26 із 34 країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) пропонують податкову підтримку інноваційним компаніям. Серед країн, що не входять до організації, цю практику активно використовують Бразилія, Китай, Індія, Сінгапур, Південно-Африканська Республіка та інші.

Завдяки застосуванню податкових пільг держава скорочує витрати компанії на інвестиції в інновації. При цьому в 1990-х роках державна допомога часто обмежувалася звільненням від податків на такі інвестиції, але зараз, із зростанням тенденції до розширення податкових стимулів для інноваційної діяльності, держава фактично підтримує інноваційні проекти. У деяких країнах податковими пільгами інвестор може компенсувати 20-25% витрат на інновацію, в Іспанії – до 35%, у Франції – навіть до 42,5%. Крім того, малі та середні підприємства в багатьох країнах, враховуючи їх важливу соціальну функцію, отримують додаткові податкові пільги, тому державна підтримка їх інноваційної діяльності є ще більшою [24, с.46].

Водночас в іншій групі країн що мають від’ємне значення цього показника, в тому числі України, інноваційна діяльність не те що не підтримується податковими інструментами, але й оподатковується. І якщо у Швеції, Швейцарії, Фінляндії, Ізраїлі, Німеччині відсутність податкових пільг компенсується значними обсягами прямих трансфертів з бюджету на підтримку інноваційних проектів, то в Україні цей механізм також практично не працює.

Формування пропозиції конкурентоспроможної інноваційної продукції, технологій і знань може стимулюватися державою непрямыми методами, а саме через відповідну фіскальну, фінансово-кредитну, страхову та амортизаційну складові інноваційної політики в цілому.

Країни з розвиненою ринковою економікою використовують гнучку та комплексну систему податкових пільг (податкові кредити, списання витрат на

дослідження та розробки з бази оподаткування, відстрочення сплати податків). Удосконалення податкової системи здійснюється з метою створення сприятливих умов для провадження інноваційної діяльності (надання науково-інвестиційного податкового кредиту за рахунок відстрочення податку на прибуток від інновацій; зменшення оподаткованого прибутку на суму витрат). приладів і обладнання, переданих університетам, науковим установам; пільгове оподаткування прибутку від використання патентів, ліцензій та інших нематеріальних активів).

Наприклад, досвід Канади, Бельгії, Швеції, Італії та Австралії показує, що 100% витрат на дослідження та розробки вираховуються з оподаткованого прибутку компаній [32].

З метою зниження ризиків фінансування інноваційної діяльності доцільно розвивати систему страхування інновацій із запровадженням механізмів державного страхування інноваційних кредитів; державне страхування вкладів населення, накопичених для кредитування інноваційних заходів; розвиток системи державного страхування ризиків інноваційної діяльності через спеціально створену державну або державно-приватну страхову компанію. Спеціальні правила амортизації також створюють сприятливий клімат для інновацій. Стимулююча функція амортизації посилюється через цілеспрямоване використання та прискорене впровадження техніко-технологічних інновацій через переваги в нарахуванні амортизації для інноваційних компаній. Для оновлення виробничого обладнання використовуються різні норми прискореної амортизації - від 10 до 50%, при цьому багато країн допускають амортизацію обладнання в перший рік експлуатації в розмірі від 40 до 100% вартості підприємства (Франція, Італія, Велика Британія, Німеччина [39, с.116]).

Захист інтелектуальної власності є одним із основних елементів інноваційної діяльності, оскільки створює можливість для інноваторів отримати вигоду від впровадження інновацій. Його стимулююча або стримуюча роль в інноваційному розвитку компаній залежить від рівня цього захисту і, перш за

все, від патентної системи. Позитивний досвід США показує, що 200-річне патентне законодавство повністю закріплює авторські права на науково-технічні розробки та дає можливість власнику цих прав отримувати винагороду за використання свого винаходу.

З метою стимулювання попиту розвинені країни почали застосовувати нормативні обмеження на умови експлуатації пристроїв або використання відповідних технологій, які можуть бути накладені не тільки на виробників, але в деяких випадках і на споживачів. Ці неоподатковувані методи є частиною амортизаційної політики.

Зовнішні дії неможливо здійснювати без допомоги уряду чи міжнародних організацій, вони пов'язані з діями українського уряду як у міжнародних відносинах, так і у внутрішньо економічних відносинах. За минулий період здійснено низку заходів щодо регулювання та стимулювання інноваційної діяльності бізнесу, створено механізми державного фінансування інноваційної діяльності, створено інфраструктуру інноваційної діяльності[25, с.212].

Проте основною проблемою залишається недосконалість відносин між розробниками та споживачами інновацій, тобто основними учасниками інноваційного процесу, низька мотивація як до розробки, так і до фінансування інновацій, що є наслідком інформаційної непроникності цього процесу. .

У сучасній економіці, і це визнає більшість економістів, мірило успіху окремої компанії на внутрішньому та світовому ринках зміщується з конкурентоспроможності її продукції на конкурентоспроможність держави, регіону та галузі. При цьому держава чи регіон виступає гарантом створення привабливих рамкових умов для підприємницької діяльності та капіталу.

3.2. Рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності за рахунок інноваційної діяльності бізнесу

Підвищення конкурентоспроможності бізнесу необхідно розглядати як тривалий, послідовний процес пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, який здійснюється системно відповідно до обраної довгострокової стратегії розвитку з урахуванням змін у зовнішнього середовища та фінансового стану компанії та внесення відповідних коригувань.

Одним із найефективніших факторів підвищення конкурентоспроможності компаній є впровадження інновацій [28, с.89].

Ефективність використання ресурсів як фактор конкурентоспроможності відображає насамперед рівень корпоративного менеджменту. При порівнянному потенціалі ресурсів компанія матиме перевагу при більш ефективному управлінні, оскільки основою підвищення ефективності використання наявних ресурсів є постійний пошук нових рішень у всіх сферах корпоративної діяльності. Підтвердженням цієї тези (на прикладі сировини) може бути порівняння ресурсомісткості з ВВП розвинених країн. Найменша ресурсомісткість ВВП характерна переважно для країн, які не мають власних запасів цих ресурсів. Відсутність власної сировини змушує постійно шукати нові шляхи економії ресурсів, зокрема скорочувати критичний імпорт. Фактор часу в першу чергу враховує тривалість досягнутої вигоди. Чим ширший часовий горизонт, у межах якого компанія має перевагу над своїми конкурентами, тим вища її конкурентоспроможність [72, с.407].

Для того, щоб бути конкурентоспроможним у сфері «сильної» конкуренції, компанія повинна володіти всіма видами знань, тобто достовірною інформацією, і вміти нею користуватися та використовувати її найбільш вигідним способом. Вирішальними для конкурентоспроможності є навички та таланти людей і неминуче їх «обізнаність». Для конкурентоспроможності компаній на інформаційному рівні можна визначити такі характеристики:

- Динамічність – конкурентний критерій тимчасового характеру, тобто положення об'єкта в конкурентному полі в часових координатах в результаті його конкурентної діяльності;

-Релевантність - це конкурентна перевага однієї компанії над іншою, яка може бути визначена тільки в рамках відповідного зовнішнього середовища;

- Інформованість - дані про розвиток технологій, що відображають сучасний рівень передових технологічних досягнень компанії;

-Відносність має місце, коли конкурентоспроможність проявляється шляхом порівняння характеристик даної фірми з характеристиками іншої фірми, що працює на тому ж ринку [41].

Здатність фірми конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо пов'язана з конкурентоспроможністю товару та поєднанням економічних засобів діяльності фірми, які забезпечують перевагу в конкурентному середовищі. На рівень конкурентоспроможності впливають науково-технічний рівень і ступінь удосконалення технологій збуту, використання новітніх винаходів і відкриттів, включення сучасних засобів автоматизації збуту та розширення асортименту продукції. Конкурентоспроможність компанії залежить від того, які товари вона продає, де і як ці товари споживаються. Конкурентна позиція компаній на ринку також залежить від підтримки, яку компанії отримують від національних державних установ та інших організацій шляхом надання гарантій експортних кредитів, їх страхування, звільнення від податків, експортних субсидій та надання інформації про ринкові умови.

Тому інноваційну діяльність повинні здійснювати вітчизняні підприємства, адже без оновлення асортименту продукції неможливо утримати конкурентні позиції на ринку.

Одним із етапів підвищення ефективності інноваційної діяльності є розробка маркетингової стратегії, основною метою якої є досягнення маркетингових цілей бізнесу з урахуванням ринку. вимоги до інновацій і можливості компанії. Стратегічний маркетинг - це раціональна, логічна конструкція, яку використовує структурний підрозділ для вирішення своїх

маркетингових завдань. Він складається з чітких стратегій щодо цільових ринків, комплексу маркетингу та рівня маркетингових витрат [42].

Вихідними елементами маркетингової стратегії є стратегічні рішення, пов'язані з маркетинговим «міксом» (сукупністю маркетингових компонентів), вихідними елементами якого є: інноваційні продукти; Ціна; Маркетинг; реклама. Основною метою маркетингової стратегії є узгодження маркетингових цілей бізнесу з його можливостями, запитами споживачів на інноваційну продукцію, використання слабких позицій конкурентів і їх конкурентних переваг.

Збутову діяльність слід розглядати з двох точок зору. Перший – знайти відповіді на питання: «Як побудувати ефективну систему дистрибуції, сформувати канали дистрибуції?» Скільки і яких представників необхідно залучати до цієї діяльності?» Другий аспект стосується організації фізичного переміщення товарів, їх транспортування та зберігання.

Збалансована цінова політика має великий вплив на ринковий успіх компанії та передбачає прийняття різноманітних стратегічних і тактичних рішень - від високих цін для залучення покупців-новаторів, орієнтованих на престиж, до низьких цін, які відповідають потребам масового ринку. Найскладніші рішення стосуються встановлення цін на інноваційну продукцію [33, с.145].

Обладнання та технології відіграють важливу роль у виробництві інноваційного виду продукції, тому що не все обладнання може адаптуватися до інноваційного процесу, часто виникає потреба модернізувати обладнання або купувати нове, що негативно впливає як на корпоративні бюджети, так і на компанії. якість і терміни виготовлення продукції.

На конкурентоспроможність корпоративних комунікацій впливають системи внутрішніх і маркетингових комунікацій компанії. Система внутрішнього зв'язку повинна бути влаштована таким чином, щоб інформація передавалася в найкоротші терміни, максимально оброблялася і аналізувалася і передавалася без завад. Для якісної роботи персоналу з інформацією необхідно

налагодити систему інформованості персоналу, озброєння співробітників інформаційними технологіями, що сприяють швидкому передачі інформації, і наявність інформаційної бази даних. Система маркетингових комунікацій компанії повинна бути спрямована у споживачів, щоб інформувати про свою продукцію, переконувати, нагадувати, підтримувати її продаж і створювати позитивний діловий імідж [17, с.146].

Ця система вимагає творчого підходу та нетрадиційних рішень, оскільки формування комунікаційної політики компанії передбачає прийняття великої кількості різноманітних рішень, пов'язаних із визначенням цільової аудиторії, розміром рекламного бюджету, підбором оптимальні засоби розповсюдження реклами, створення ефективних текстів рекламних закликів, використання засобів комерційної пропаганди, методів стимулювання збуту тощо.

Одним із найважливіших факторів, що впливає на конкурентоспроможність бізнесу, є конкурентоспроможність робочої сили, оскільки рівень кваліфікації персоналу, його плинність, досвід і стаж, рівень інноваційної культури характеризують інноваційний потенціал бізнесу, визначення перспективними для подальших досліджень.

Таким чином, забезпечення високого рівня конкуренції означає, що всі ресурси, які використовує компанія, є більш продуктивними та приносять більший прибуток, ніж її ринкові конкуренти. З цього випливає, що компанія займає стабільне місце на ринку товарів і послуг, а її продукція постійно користується попитом у споживачів [8].

Керівництво компаній повинно вміти слідкувати за змінами умов ведення бізнесу та здійснювати різноманітні зміни в політиці виробництва та збуту товарів. Такими перетвореннями можуть бути: диверсифікація виробництва, вихід на нові ринки, зміна товарної політики, зміна організаційно-правовий статус бізнесу, створення спільних виробництв, впровадження нових технологій, модернізація форм збуту продукції.

На сучасному конкурентному ринку споживчі вимоги швидко зростають, і це свідчить про посилення конкуренції між компаніями.

Головною метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу є максимальне збільшення показників прибутковості та мінімізація витрат за рахунок раціонального розподілу прав і відповідальності між підрозділами. Поліпшення фінансових результатів можна досягти за допомогою реалізації політики стратегії низьких витрат, соціальної, організаційної та технічної складової, впровадження в свою діяльність інноваційних технологій і т.д.

З метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу особлива увага повинна бути надана вирішенню наступних завдань:

- поліпшення нормативно-правової бази розвитку та вдосконалення конкурентного середовища;
- системний аналіз повинен стати основою для проведення оцінки конкурентоспроможності бізнесу;
- розвиток споживчого попиту на продукцію і послуги шляхом введення прогресивних стандартів якості, розширення правової бази споживчих суспільств, розповсюдження достовірної інформації про товари і послуги;
- оцінка конкурентоспроможності повинна здійснюватися на основі нормування відповідних показників;
- стимулювання бізнесу до проведення глобальної стратегії щодо перспектив розвитку, підвищення ефективності, конкурентоспроможності і розширення експорту;
- рівень конкурентоспроможності повинен бути оцінений у динаміці, що забезпечить можливість прогнозування змін у майбутньому.

З огляду на проведений аналіз, конкурентоспроможність українського бізнесу можна підвищити за рахунок наступних заходів (рис.3.1):

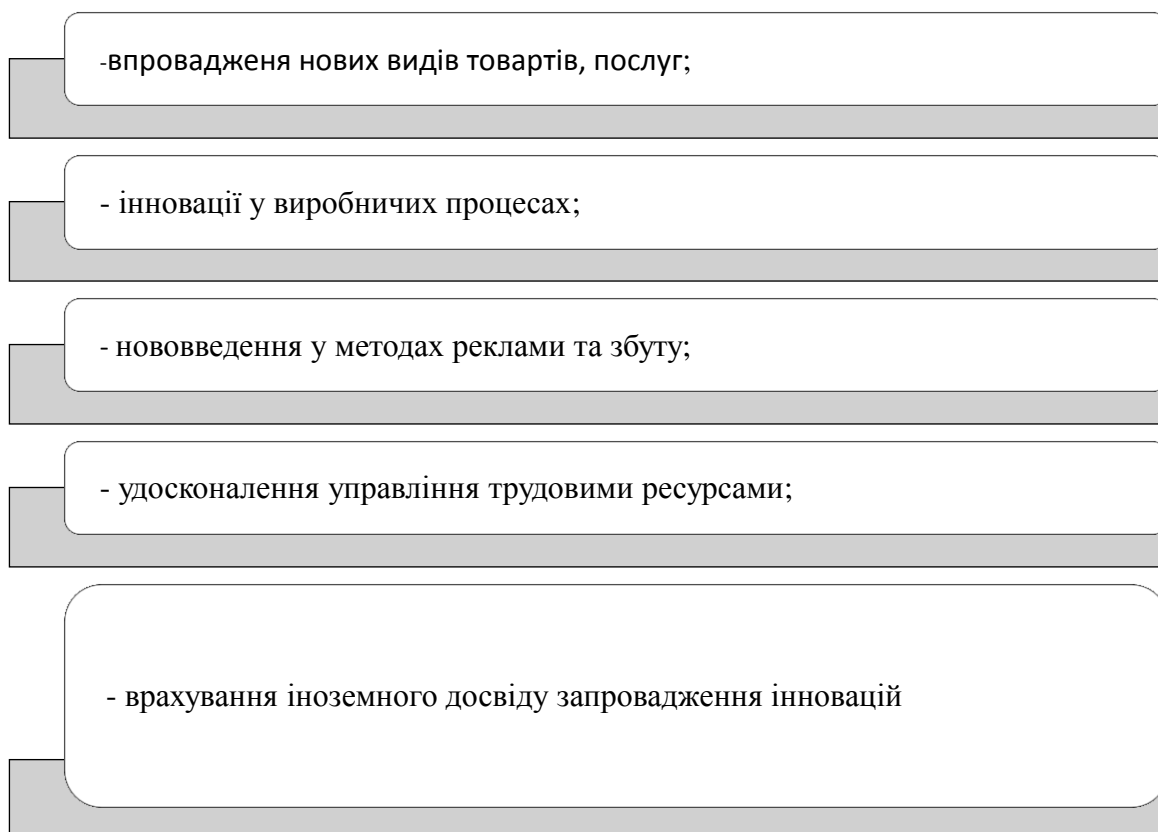


Рис.3.1 Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності завдяки інноваційній діяльності

Таким чином, заходи щодо підвищення конкурентоспроможності бізнесу мають бути визначальними, і саме на них мають бути направлені зусилля стратегічного управління конкурентоспроможності.

В ході даної роботи були зроблені наступні висновки:

1) Конкурентоспроможність підприємства - як сукупність його здібностей забезпечувати більш високу якість і всебічне задоволення потреб споживача/замовника порівняно з конкурентами (їх товарами та послугами) на даному ринку за оптимального рівня витрат.

Отже, інноваційні процеси впливають на розвиток бізнесу, а високорозвинений бізнес сприяє швидкому та ефективному впровадженню інноваційних процесів у виробництво. Позитивні наслідки процесів інноваційної діяльності повинні виявлятися в забезпеченні виробництва підприємства конкурентоспроможною продукцією, підвищенні віддачі інвестицій, зниженні капіталомісткості продукції; Підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції, підвищення рентабельності виробництва та прибутковості підприємства.

2) Аналіз України в глобальному інноваційному індексі показує, що найсильнішою стороною України в ньому є результати знань і технологій, які є досить перспективними для країни, але, незважаючи на це, позиція України не висока в порівнянні з іншими країнами, що вимагає активізація інноваційної діяльності.

Аналіз впровадження інновацій українськими компаніями показує, що лише незначна частка компаній (близько 15%) успішно впроваджує інноваційні проєкти. З видів інноваційної продукції (товарів, послуг), випущених українськими компаніями у 2016-2020 роках, 23,63% були новими на ринку у 2016 році; у 2017 році – 19,98%; у 2018 році – 25,19%; у 2019 році – 19,46% та у 2020 році – 16,99%. Тому у 2020 році спостерігатиметься найменше значення питомої ваги випущених на ринок нових видів інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальній їх кількості.

Також спостерігається відсутність позитивної динаміки у вартості інновацій. У 2018-2020 рр. спостерігається помірне зростання витрат на впровадження інноваційних проєктів, але їх рівень значно нижчий, ніж у 2016 р.

Питома частка НДР в обсязі інноваційних витрат досягла у 2018 р. і становила 26,3%, що свідчить про недостатню генерацію та використання знань у реалізації інноваційних проектів.

Для підвищення конкурентоспроможності компаній необхідні такі заходи:

Контур зростання, сформований кризовими явищами у вітчизняному бізнесі, несприятливою макроекономічною ситуацією, несформованістю ринку, його нестабільністю та суперечливим характером державної політики ринкової трансформації призводять до погіршення бізнесу країни. Ці обставини мінімізують перспективи її інвестиційно-інноваційного розвитку, ефективність соціально-економічного прогресу та конкурентоспроможність національної економіки в цілому.

Тому, виходячи з вимог забезпечення конкурентоспроможності економіки, необхідно насамперед зосередитися на пошуку шляхів відновлення конкурентоспроможності компаній.

Стратегічну мету підвищення конкурентоспроможності підприємств шляхом розвитку інновацій та формування інноваційної економіки в нашій державі на найближчі роки можна охарактеризувати як комплексний розвиток вітчизняних галузей і територій до рівня їх конкурентоспроможності у світі. А для цього потрібна структурна модернізація економіки країни, техніко-технологічне переоснащення виробництва, боротьба з неформальною економікою, криміналізацією та корупцією, розробка нового законодавства у сфері економічної та інноваційної діяльності.

3) Основними проблемами, що перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг української економіки, є, насамперед, техніко-технологічна відсталість підприємств та наявність несприятливого бізнес-клімату в українській державі, впливу на поточну конкурентну модель України. Потенціал природних ресурсів країни сприяє розвитку таких галузей, як чорна металургія та хімічна промисловість, географічне розташування визначає розвиток експорту транспортних послуг.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств особливу увагу необхідно приділяти вирішенню таких завдань:

- удосконалення нормативно-правової бази розвитку та вдосконалення конкурентного середовища;
- системний аналіз повинен стати основою оцінки конкурентоспроможності компаній;
- Розвиток споживчого попиту на продукцію та послуги шляхом впровадження передових стандартів якості, розширення правової бази споживчих товариств, поширення достовірної інформації про товари та послуги;
- Оцінка конкурентоспроможності повинна базуватися на нормалізації відповідних показників;
- заохочення підприємств до реалізації глобальної стратегії щодо перспектив розвитку, підвищення ефективності, конкурентоспроможності та розширення експорту;
- Рівень конкурентоспроможності необхідно оцінювати динамічно, що дає можливість прогнозувати зміни в майбутньому.

Тому для покращення управління конкурентоспроможністю українських компаній необхідно чітко визначити та безпечно досягти головних цілей. Сьогодні, в умовах обмежених коштів, компаніям доцільно використовувати досвід європейських країн, де основні принципи регіональної політики – партнерство, взаємодоповнення (солідарність фінансової участі в бюджетах), програмування та контроль процесу – реалізація заданої стратегії та її регулярна оцінка.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентні переваги фірми. URL: <http://www.twirpx.com/file/333858/>
2. Акімова Л.М. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія. Рівне: НУВГП, 2017. 121 с.
3. Амоша О. І. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи. Економіка України. 2017. № 3. С. 20-34
4. Артеменко Л.Б. Систематизація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Вісник ОНУ. 2019. Вип. 7(49), Т. 21. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/18197>
5. Бабенко В.П., Клепікова С.В. Вдосконалення управління кредиторською заборгованістю для підприємства. Bulletin of the National Technical University« KhPI. 2020. № 38. С. 38-44
6. Баранюк Х.О. Конкурентоспроможність: сутність та об'єкти дослідження. Економіка харчової промисловості. 2019. Т. 8, № 4. С. 33–39.
7. Баришполь Н.С., Бондаренко С.М. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2019. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=8&w=Н.+С.+Баришполь>
8. Безус П. І. Управління конкурентоспроможністю організації в умовах євроінтеграції. Ефективна економіка. 2017. № 5.
9. Безус А.М, Шафранова К.В. Характерні особливості окремих видів інвестиційної діяльності підприємств деревообробної галузі в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 6. С. 36-41.
10. Белоусова Л.І., Марченко Н.О. Вплив стратегічного управління та обраної стратегії на конкурентоспроможність промислового підприємства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2019. №3. С. 7-11.

11. Білан О. Якість продукції як ключовий чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 2. С. 55-61.

12. Бондаренко С.М., Невмержицька А.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Технології та дизайн. 2017. №2. URL: <http://goo.gl/MEcqJx>

13. Брижань І.А., Чевганова В.Я. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Технологический аудит и резервы производства. 2018. № 4(5). С. 10-15

14. Вінніченко І.І., Крючкова Ж.В. ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств. Економіка та держава. 2017. № 4. с. 32-37

15. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка і держава. 2020. № 3. С. 66-70.

16. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436. URL: www.rada.gov.ua

17. Гуцуляк В.Р. Маркетинговий механізм як інструмент підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2016. вип. 1. с. 144–147

18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

19. Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. Економічний вісник запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 6(18). С. 116-121.

20. Захарова О. В. Нормативне підґрунтя активізації інноваційного розвитку регіонів України. Економіка і організація управління. 2019. Вип. 1. С. 53-63.

21. Іванова Т.В. Інноваційна діяльність підприємств України як фактор підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2020. № 17. С. 395-404
22. Конституція України. Прийнята ВР України 28.06.1996 р.
23. Кривіцька В.В. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Матеріали XLVIII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця. 2019
24. Крючкова Ж.В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоздатності аграрних підприємств. Агросвіт. 2016. № 7. с. 44–50
25. Мостенська Т.Л. Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації. Одеса: ВМВ, 2018. 572 с.
26. Новікова Н. Конкурентоспроможність у системі економічного потенціалу підприємства. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 3. С. 64–81.
27. Офіційний сайт Держкомстату України. URL: www.ukrstat.gov.ua/
28. Плахотнік О. О., Чернявська І. М. Дослідження та вдосконалення механізму формування й підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. Полтава: ПП «Астрая», 2020. С. 86-98.
29. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: www.rada.gov.ua
30. Пухальська Н.О. Сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 20. С. 113–118.
31. Рейтинг країн світу по рівню валового внутрішнього продукту — інформація про дослідження. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/ratingcountries-gdp/rating-countries-gdp-info>
32. Роганова Г.О. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПрАТ «Оболонь». Наукові праці НУХТ 2021 Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/33057/1/Rohanova.pdf>

33. Сакевич Л.С. Інноваційна діяльність в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2020. Вип. 3 (59). С. 172–176

34. Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В. Застосування сучасних інформаційних системі технологій в управління з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств. Наукові праці НУХТ. 2020. Т. 26. № 4. С. 58-70.

35. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с

36. Чайковська І. І. Особливості функціонування проєктно-орієнтованого підприємства в сучасних умовах. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2021. № 4. Режим доступу: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-4-7184>

37. Чайковська І.І. Сутність проєктно-орієнтованого підприємства в умовах Industry 4.0. Економічний простір. 2021. № 167. С. 88-93

38. Швед Т. В., Біла І. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 8. С. 405-410

39. Шірінян Л.В. Нова методологія комплексної оцінки конкурентоспроможності ринку страхових послуг України: фактори масштабу і суперництва, тенденції та порівняння. Облік і фінанси. 2019. № 1. С. 114-138

40. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. Наука та наукознавство. 2018. № 2 (100). С. 29-44

41. A comparison of competitiveness assessment tools. URL: <https://beamexchange.org/resources/457/>

42. Business Competitiveness Assessment. URL: <https://www.imd.org/upload/imd.website/wcc/businesscompetitivenessassessmentprojects.pdf>

43. Chursin A., Makarov Y. Management of Competitiveness. Theory and Practice. Switzerland, Cham: Springer International Publishing, 2018. 378 p.

44. Competitive Analysis. URL: <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/competitive-analysis>
45. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports>
46. What is competitiveness? URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/competitiveness.html>
47. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: <https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07>
48. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем / В. І. Вороненко та ін. //Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229>
49. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 19-37. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>
50. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>
51. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>
52. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>
53. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного

підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

54. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

55. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

56. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

57. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев'янка, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96), 7-13.

58. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

59. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

60. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ

«Видавництво “Університетська книга”», 2021. 432 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

61. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>

62. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

63. Управління змінами : конспект лекцій / укладачі: П. В. Гриценко, Є. В. Коваленко. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 76 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/79584/3/Hrytsenko_Upravlinnia.pdf

64. Фундаментальні основи фазового переходу до адитивної економіки: від проривних технологій до інституційної соціологізації рішень. Розробка концепції фазового переходу до адитивної економіки : звіт про НДР (проміжний) / кер. Л. Г. Мельник. Суми : СумДУ, 2021. 78 с. № 0121U109557. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89091>

65. Disruptive technologies for green economy formation in conditions of the fourth industrial revolution: the EU experience / I. Dehtyarova etc. // Socio-economic and management concepts: collective monograph / Krupelnyska I., – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 388-392. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86986>

66. Karintseva O., Kharchenko M., Boon E.K., ...Melnyk V., Kobzar O.(2021). Environmental determinants of energy-efficient transformation of national economies for sustainable development.. J. International Journal of Global Energy Issues, 2021, 43(2-3), P. 262–274 <https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115148>

67. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment

of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759>

68. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. *Mechanism of economic regulation*. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

69. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

70. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Karintseva, O., Kubatko, O. Information factors in economic systems and business during transition to digital economy/Selected Aspects of Digital Society Development. Monograph 45. Edited by Tetyana Nestorenko and Aleksander Ostenda, Publishing House of University of Technology, Katowice, 2021. P. 173-178 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87135>

71. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko & M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian]. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>

72. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. *International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova*. – Ruda Śląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidium 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

73. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. doi: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476>

74. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. *Problems and Perspectives in Management*, 18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719>

75. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev'yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in ukraine. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1-2(95-96), 7-13. URL: <https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01>
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627>

76. Tu, Y.-X., Kubatko, O., Karintseva, O., Piven, V. Decarbonisation drivers and climate change concerns of developed economies. *International Journal of Environment and Pollution*, 2022, 69(1-2), pp. 112–129

77. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

78. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services deterioration: Constitutive characteristic. *J. International Journal of Global Environmental Issues*, 19(1-3), P. 129–142
<https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869>

ДОДАТКИ

Додаток А. Вплив інноваційної діяльності на формування конкурентоспроможності

