

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної економіки

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	«МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 «Економіка»

Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
на тему **«ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ**
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ»

здобувача Брусенцевої Катерини Василівни

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковальчук Таміла Григорівна

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

Завідувач кафедри: д.е.н., професор Столярчук Я.М.

(підпис)

Київ 2024

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах: вітчизняної та зарубіжної науково-методичної, статистичної та періодичної літератури, офіційних ресурсів мережі Internet, офіційних звітів Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України, статистичної бази даних CEIC Data, статистичних досліджень Ukrstat, World Bank, НБУ, звітів сталого розвитку ТОВ Фірми «Астарта», ПрАТ «МХП», Mastercard, ОККО.

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Теоретичні основи дослідження інноваційних стратегій у процесі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств
Розділ 2	Аналіз процесів формування інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку підприємств України
Розділ 3	Підвищення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств в контексті інноваційних стратегій
Об'єкт дослідження:	Шляхи вдосконалення та посилення конкурентоспроможності підприємств завдяки застосуванню інноваційних стратегій.
Предмет дослідження:	Сукупність теоретико-методичних та прикладних аспектів формування та покращення інноваційних стратегій в контексті підвищення рівня конкуренції підприємств України.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Дослідження та аналіз існуючих інноваційних стратегій, вияв їх недоліків та розробка власних практичних рекомендацій задля вдосконалення даних інноваційних підходів.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1 дослідити соціально-економічну сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, визначити їх різновиди; розглянути особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах; ідентифікувати інноваційну стратегію як інструмент конкурентного розвитку підприємства;

У розділі 2 проаналізувати рівень забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств; здійснити оцінку результативності діючих інноваційних стратегій підприємств; розглянути ступінь реалізації інноваційних стратегій для досягнення міжнародних конкурентних переваг;

У розділі 3 визначити необхідність формування міжнародної інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності; здійснити вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)
« 30 » червня 2023 р.

Т.Г. Ковальчук
(ініціали, прізвище)

Завдання одержав здобувач

(підпис)
« 30 » червня 2023 р.

К.В. Брусенцева
(ініціали, прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота містить 89 сторінок, 12 таблиць, 10 рисунків, список літератури з 82 найменувань.

«Інноваційні стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств України»

Об'єктом дослідження є шляхи досягнення та посилення конкурентоспроможності підприємств завдяки застосуванню інноваційних стратегій.

Предметом роботи є сукупність теоретико-методичних та прикладних аспектів формування та покращення інноваційних стратегій в контексті підвищення рівня конкуренції підприємств України.

Метою роботи є дослідження та аналіз існуючих інноваційних стратегій, вияв їх недоліків та розробка власних практичних рекомендацій задля вдосконалення даних інноваційних підходів.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- дослідити соціально-економічну сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, визначити їх різновиди;
- розглянути особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах;
- ідентифікувати інноваційну стратегію як інструмент конкурентного розвитку підприємства;
- проаналізувати рівень забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств;
- здійснити оцінку результативності діючих інноваційних стратегій підприємств;
- розглянути ступінь реалізації інноваційних стратегій для досягнення міжнародних конкурентних переваг;

- визначити необхідність формування міжнародної інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності;

- здійснити вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності.

Практичне значення отриманих результатів. За результатами дослідження запропоновані рекомендації щодо інноваційних стратегій задля підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств різних сфер задля покращення, оптимізації та вдосконалення діяльності поставлених цілей в умовах макроекономічної нестабільності. Описані пропозиції вдосконалення інноваційних стратегій можуть бути використані українськими підприємствами на практиці з метою підвищення їх рівня конкурентоспроможності на національному та світових ринках.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2023-2024.

Рік захисту кваліфікаційної магістерської роботи 2024.

Ключові слова: інновації, стратегія, конкурентоспроможність, інноваційна стратегія, конкурентний розвиток, міжнародні підприємства, ефективність, інноваційна діяльність.

ВІДГУК

на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка»

Брусенцевої К.В.

(прізвище, ініціали)

на тему **Інноваційні стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств України**

1. Актуальність теми: В умовах глобалізації і стрімкого формування нового суспільства ключовою стратегією державної політики стає перехід до інноваційного шляху розвитку країни на основі обраних пріоритетів. З огляду на це, необхідним є оптимальних інноваційних стратегій, які є єдиним ефективним засобом забезпечення конкурентоспроможності будь-якого підприємства в умовах ринку незалежно від форми його власності та галузевої належності.

2. Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи: в роботі розкрито соціально-економічну сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, визначено їх різновиди, розглянуто особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах, ідентифіковано інноваційну стратегію як інструмент конкурентного розвитку підприємства, проаналізовано рівень забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств, здійснено оцінку результативності діючих інноваційних стратегій підприємств, розглянуто ступінь реалізації інноваційних стратегій для досягнення міжнародних конкурентних переваг, визначено необхідність формування міжнародної інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності, здійснено вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності.

3. Наявність самостійних розробок автора: зроблено поглиблений аналіз тенденцій інноваційного розвитку підприємств України, оцінено результативність діючих інноваційних стратегій найбільших українських підприємств, розглянуто ступінь реалізації інноваційних стратегій для досягнення міжнародних конкурентних переваг, визначено необхідність формування міжнародної інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності. Особливої уваги заслуговують розроблені автором рекомендації щодо вибору оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності. Проведений аналіз дає можливість стверджувати про їх всебічну ефективність як для отримання додаткових прибутків, так і для підвищення конкурентоспроможності підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, а також відновлення української економіки в повоєнний період.

4. *Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:* Розроблені методи та підходи формування конкурентоспроможності підприємств можуть слугувати методичною основою для подальших досліджень у галузі інновацій та конкурентоспроможності. Практична значущість отриманих результатів полягає у використанні запропонованих рекомендацій щодо інноваційних стратегій підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств різних сфер задля покращення, оптимізації та вдосконалення діяльності та досягнення поставлених цілей в умовах макроекономічної нестабільності.

5. *Наявність недоліків:* Суттєвих недоліків не виявлено, однак, робота виграла б, якби здобувач більш детально розглянула досвід найбільших зарубіжних підприємств у використанні інноваційних стратегій для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку, але це не вплинуло на якість роботи.

6. *Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:* робота відповідає всім поставленим вимогам, може бути допущена до захисту перед екзаменаційною комісією і заслуговує на оцінку 48 балів.

Науковий керівник: доцент кафедри міжнародної економіки, к.е.н., доцент
(посада, учене звання, науковий ступінь)

Ковальчук Т.Г.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

“ 4 ” січня 2024 р.

РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти
Брусенцевої Катерина Василівни
на тему «ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ»

Інноваційні стратегії є важливою умовою для підтримання конкурентоспроможності підприємств на національному та світовому ринках. Процеси глобалізації вимагають від підприємств застосування новітніх технологій, інноваційних стратегій, оптимізацію виробництва для досягнення конкурентоспроможності на національному ринку та виходу на міжнародний рівень. Тема дипломної роботи є надзвичайно актуальною для українських підприємств особливо у період повномасштабного вторгнення росії, адже сучасна економічна ситуація в країні є досить напруженою, що призвело до припинення діяльності численної кількості компаній. Це стало результатом макроекономічної нестабільності не лише у країні, а й на світовому рівні. Безумовно, пандемія COVID-19 та воєнні дії в Україні значною мірою вплинули на процес здійснення бізнес – діяльності.

Автор у роботі охарактеризувала поняття «інновації» та «інноваційні стратегії»; чітко визначила рівень застосування інновацій Україною, порівнюючи з рештою країн світу; здійснила детальний аналіз інноваційних стратегій підприємств, які зараз активно впроваджуються і запропонувала способи вдосконалення існуючих інноваційних стратегій підприємств задля досягнення вищого рівня конкурентоспроможності.

Повністю погоджуюсь з запропонованими автором способами оптимізації виробництва за рахунок вдосконалення поточних інноваційних стратегій, які допоможуть підприємствам підвищити конкурентоспроможність та розширити діяльність на міжнародному ринку. Автор визначила основні фактори, які перешкоджають ефективному запровадженню інноваційних підходів з боку підприємств, до яких відносяться: занадто високі витрати на розробку нових технологій, відсутність необхідного рівня фінансування, нестача досвіду в

питаннях захисту прав власності, інтенсивні зміни в чинному законодавстві та тривалий період окупності залучення інновацій.

Запропоновані способи покращенні існуючих інноваційних стратегій на підприємстві є повністю реальними до впровадження. Завдяки детальному аналізу інноваційних стратегій підприємств, які є інноваційно – активними, студенткою було сформульовано чіткі та обґрунтовані способи вдосконалення, що свідчить про ретельний підхід до написання роботи. Вражає те, що автором було розглянуто не лише теоретичний аспект досліджуваного питання, а й наведено практичні приклади підприємств та їх інноваційні стратегії, завдяки яким дані підприємств є конкурентоспроможними та здійснюють діяльність ще й на світовому рівні.

Загалом, ця робота відзначається високим рівнем науковості та є важливим внеском в дослідження інноваційних аспектів конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації та макроекономічної нестабільності. Пропоновані заходи будуть враховані при формуванні інноваційної політики підприємства. У цілому робота є актуальною, комплексною, структурованою та заслуговує на високу оцінку.

Принципових зауважень немає. Робота Брусенцевої Катерини Василівни відповідає встановленим вимогам та рекомендується до захисту.

Місце роботи та посада рецензента: директор агропромислового підприємства ТОВ «МЕГА КОРМ».

Науковий ступінь, учене звання (за наявності)

Голубєв І. Ю.

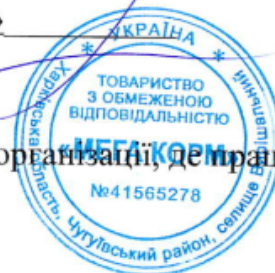
(підпис, ПІБ)

Підпис засвідчую:

директор ТОВ «МЕГА КОРМ»

(посада, підпис)

Місце печатки організації, де працює рецензент



ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	7
1.1 Соціально-економічна сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, їх різновиди.....	7
1.2 Особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах	18
1.3 Інноваційні стратегії як інструмент конкурентного розвитку підприємства на міжнародному ринку	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНОГО КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	31
2.1 Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств України	31
2.2 Оцінка результативності діючих інноваційних стратегій підприємств українських підприємств	42
2.3 Адаптація українських підприємств та їх інноваційних стратегій до змін у воєнний період.....	53
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ	60
3.1 Формування міжнародних інноваційних стратегій в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.....	60
3.2 Вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності	69
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83

ВСТУП

Одне з найважливіших завдань сучасної української економіки – поліпшення конкурентоспроможності продукції та послуг, які надаються. Це в свою чергу спричиняє потребу в запровадженні особливих заходів стосовно посилення ефективності використання ресурсів підприємством, підвищення продуктивності праці, розвитком національного виробництва та науково-технічного потенціалу країни.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що діяльність сучасних підприємств значно пов'язана з інноваціями, які стали ендегенним фактором в контексті ефективності розвитку компаній. Відповідні тенденції актуалізують та підкреслюють необхідність розробки теоретико-методологічних підходів, а також прикладних принципів формування інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку підприємств. Завдяки цьому можливо забезпечити розвиток існуючих підприємств на основі інновацій з врахуванням особливостей функціонування в умовах динамічного зовнішнього середовища. Безумовно, все вищенаведене повинно здійснюватися у відповідності з появою глобальних трендів щодо розвитку вітчизняних підприємств, що власне і надає актуальності нашій темі.

В умовах сьогодишньої глобалізації, один з ключових факторів забезпечення ефективного функціонування підприємств різноманітних сфер – це успішне впровадження інноваційних підходів, які дозволяють забезпечити економічний розвиток будь-якого підприємства. Саме тому потреба в посиленні інноваційної діяльності вимагає збільшення інноваційного потенціалу та реалізації цілеспрямованого планування, розробки, утілення та використання інновацій. Проте впровадження інновацій на вітчизняних підприємства, як правило, здійснюється не на регулярній основі, а час від часу. Основні причини низької активності інноваційної діяльності полягають в низькому фінансовому забезпеченні даного виду діяльності. Не менш важливою причиною є також

недостатній розвиток інноваційних інструментів управління. Посилаючись на вищенаведене, можемо відзначити значну необхідність в описі та розробці системи управління інноваціями та створенні інноваційних стратегій конкурентного розвитку підприємств України в умовах посиленої конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інноваційних стратегій в контексті посилення конкурентоспроможності підприємств було відображено в працях численної кількості зарубіжних науковців, таких як: Д. Еванса, М. Енрайта, Е. Вольфа, М. Данна, К. Долара, П. Кругмана, Б.-А. Ландвел, Дж. Мура, М. Портера, Дж. Робінсона, Б. Скотта, А. Чпндлера, К. Фрімена, Дж. Хікса та ін. Вітчизняна економіка також характеризується низкою досліджень, присвячених вищенаведеній темі. Серед українських науковців та мислителів, які приділили чимало часу дослідженням питань інновацій та конкурентоспроможності підприємств, слід виділити В.М. Геєця, О.В. Механіка, А.А. Стрелеца, В.А. Павлова, А.С. Гальчинського, Н.В. Геселева, О.Г. Білоруса, Г.В. Гейера, Я.Б. Базилюка та ін.

Розглядаючи проблеми формування та вдосконалення інноваційних стратегій, потрібно також відзначити праці С. Валдайцева, Л. Водочека, Дж. Ван Дейна, П. Друкера, Г. Менша, Р. Фостера, Ф. Хайека, Д.С. Львова та ін. Посеред українських науковців, які також досліджували дане питання слід відзначити І.В. Алексеєва, О.І. Амошу, Ю.М. Бажала, Б.В. Буркинського, А.П. Гречан, М.П. Денисенка, Я.А. Жаліло, В.І. Захарченка, С.М. Ілляшенка, М.І. Крупку, О.О. Лапко та ін. Однак, з урахуванням постійних змін, нестабільних глобалізаційних процесів та посилення конкурентного середовища, тема залишається актуальною та потребує подальших досліджень.

Метою даної роботи є дослідження та аналіз існуючих інноваційних стратегій, вияв їх недоліків та розробка власних практичних рекомендацій задля вдосконалення даних інноваційних підходів.

Завдання:

➤ дослідити соціально-економічну сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, визначити їх різновиди;

- розглянути особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах;
- ідентифікувати інноваційну стратегію як інструмент конкурентного розвитку підприємства;
- проаналізувати рівень забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств;
- здійснити оцінку результативності діючих інноваційних стратегій підприємств;
- розглянути ступінь реалізації інноваційних стратегій для досягнення міжнародних конкурентних переваг;
- визначити необхідність формування міжнародної інноваційної стратегії в підвищенні конкурентоспроможності;
- здійснити вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності.

Об’єктом даного дослідження є шляхи досягнення та посилення конкурентоспроможності підприємств завдяки застосуванню інноваційних стратегій.

Предметом дослідження виступають теоретико-методологічні та прикладні аспекти формування та покращення інноваційних стратегій в контексті підвищення рівня конкуренції підприємств України.

Методи дослідження. Теоретична та методична база проведеного дослідження була побудована завдяки аналізу вітчизняних та зарубіжних праць вчених та науковців. Завдяки теоретичним методам було визначено причини необхідності залучення інноваційних технологій задля підвищення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств. Під час написання роботи також було використано методи візуалізації у вигляді побудованих таблиць та графіків на основі проаналізованих статистичних даних. Окрім цього, було використано методи порівняння, абстрагування, систематизації та стратегічного аналізу під час дослідження Глобального інноваційного індексу.

Метод аналізу та синтезу було застосовано під час дослідження діяльності інноваційно активних підприємств України.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість отриманих результатів полягає у висвітленні факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств на національному та світових рівнях. Розроблені методи та підходи формування конкурентоспроможності підприємств можуть слугувати методичною основою для подальших досліджень у галузі інновацій та конкурентоспроможності. Практична значущість отриманих результатів полягає у використанні запропонованих рекомендацій щодо інноваційних стратегій підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств різних сфер задля покращення, оптимізації та вдосконалення діяльності та досягнення поставлених цілей в умовах макроекономічної нестабільності.

Інформаційну базу даної дослідницької роботи складають наукові праці та матеріали вітчизняних та зарубіжних вчених, які присвячували свою увагу дослідженням понять конкурентоспроможності підприємств, а також статті наукових конференцій та мережі Інтернет щодо інновацій та інноваційних стратегій, сайти з аналітичною інформацією, такі як Державна служба статистики України та дані представлені Eurostat, що виступає статистичною організацією Європейської Комісії. Окрім цього, нами було використано статистичну інформацію представлену на сайтах ORBIS та Statista для дослідження рівня конкурентоспроможності країн на світовому рівні. Вирішальну роль у написанні роботи також відіграли Annual Reports, які містять ключові фінансові показники компанії та детальний опис їх інноваційних стратегій.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Соціально-економічна сутність інноваційного розвитку та інноваційних стратегій, їх різновиди

В умовах фінансової кризи, геополітичного напруження та нестачі структурних реформ, підприємства повинні і надалі підтримувати інноваційну діяльність. До факторів, які перешкоджають стабільному та ефективному впровадженню інноваційної діяльності в сучасних умовах належать: високі витрати, недостатнє фінансування, занадто довгий період окупності інновацій, вразливість прав власності, часті зміни в чинному законодавству [1]. Звичайно, є також ряд факторів які стримують інноваційну діяльність конкретних підприємств, проте як правило, вони належать до внутрішніх. Можемо навести декілька з них, а саме: недостатньо кваліфікований штат працівників, складність у здійсненні контролю над витратами у впровадженні інновацій та нестача внутрішньої гнучкості та пристосованості.

Причини та фактори для інноваційної діяльності з боку підприємств [55]:

- потреба у підтримці прибуткової діяльності підприємства;
- можливість компанії генерувати значні надходження через представлення інноваційних продуктів;
- бажання підприємств відстоювати та підтримувати власну позицію на ринку;
- фундаментальні зміни у структурі та природі потреб споживачів.

Фактори інноваційної діяльності, які пов'язані з навколишнім середовищем [55]:

- посилені глобалізаційні процеси;
- ефективна система керування ризиками;

- розвинена інноваційна культура;
- значний рівень інноваційного потенціалу підприємства;
- часті зміни в регулюванні діяльностей суб'єктів господарювання;
- стрімкий економічний розвиток.

Відповідно до вищенаведеної ситуації, процес запровадження інновацій повинен базуватися на дотриманні принципу ефективності. Отримання конкуруючих переваг та підвищення рівня конкурентоспроможності – позитивні наслідки введення інновацій, які в свою чергу повинні перевищувати витрати на їх створення та впровадження. Стабільний розвиток бізнесу базується на економічній, екологічній та соціальній діяльності підприємства, яке розроблює ряд рішень в таких сферах, як стратегія, управління, контроль показників та ведення необхідної документації. Розглядаючи зарубіжний досвід, можемо зазначити, що інноваційному розвитку сприяють численна підтримка суб'єктів господарювання у сфері інноваційної діяльності (особливо на етапі їх формування), створення умов для заохочення та впровадження інновацій, а також набір громадських та приватних інноваційних проєктів, кожен з яких є технологічним підґрунтям у відповідній сфері [2].

У світовій економічній літературі, поняття «інновації» в широкому розумінні визначається як трансформація потенціального науково-технічного прогресу у реальний, втіленням нових продуктів та технологій. Розглядаючи поняття «інновації» більш детально, ми можемо зазначити, що воно є досить багатозначним та не існує виключно одного визначення, яке б повністю трактувало зміст даного поняття. Саме тому, з метою більш детального вивчення теми, ми дослідили формулювання різних науковців та вчених.

Основоположником багатоаспектного терміну «інновація» був науковець Й. Шумпетер. Розглянувши його трактування інновації як «будь-якої можливої зміни, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, після продажного обслуговування» [56], я не можу

повністю погодитись, бо з моєї точки зору дане визначення не в повній мірі описує всю соціально-економічну сутність поняття.

Аналізуючи дослідження, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, можна зробити висновок, що деякі з них розцінювали інновації як «цілеспрямовані зміни, які свідомо впроваджуються в процесі відтворення для кращого задоволення наявної або формування нової суспільної потреби» [57]. З іншого боку, не можна не відзначити, що велика частка вчених трактує поняття «інновації» як «комплексний процес створення, поширення і використання нового практичного засобу для кращого задоволення відомої потреби людей» [3].

Проведений нами аналіз праць науковців дає можливість відобразити найбільш уживані визначення поняття «інновації» (рис. 1.1).

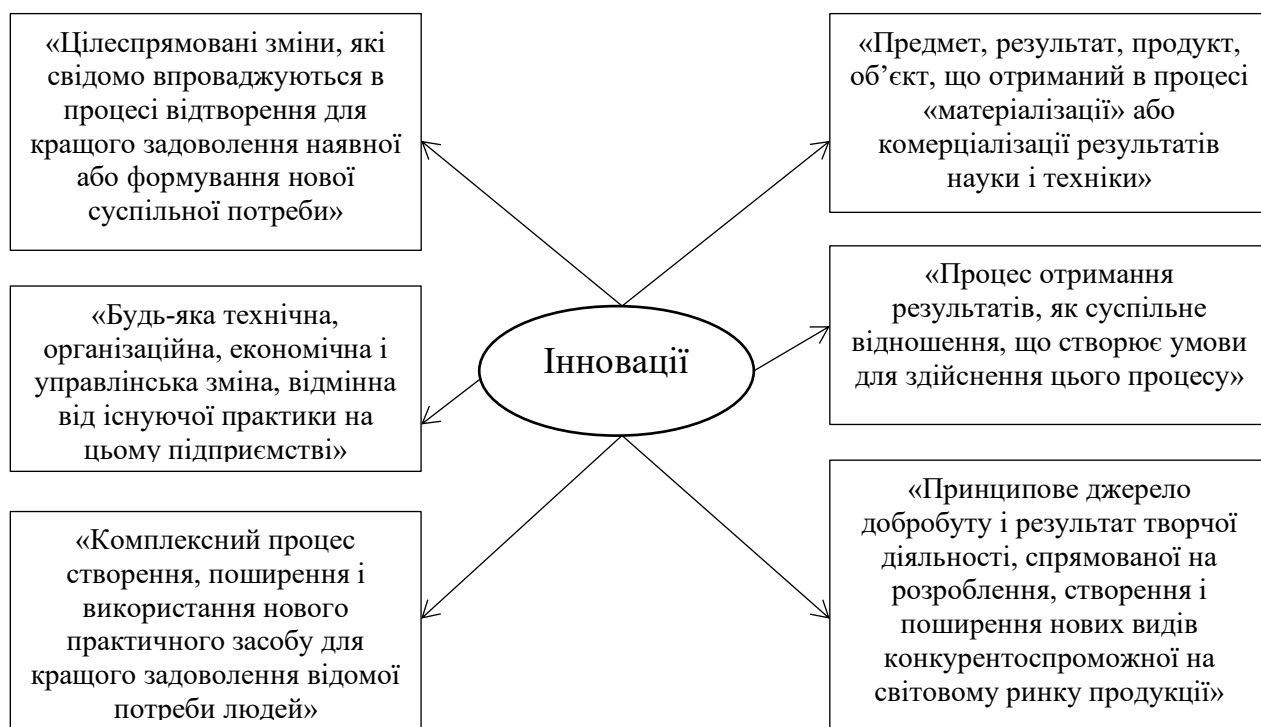


Рис. 1.1 – Підходи до формулювання поняття інновації [3]

Підтверджуючи попередню думку, можемо виокремити визначення Л. Водачека та Ф. Валента, які описували інновації як «зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості» [4]. Тобто в

даному формулюванні інновації виступають як зміни. Ми підтримуємо думку, про те, що інновації можливо розглядати в контексті змін, адже застосування інноваційних технологій має на меті покращення певного процесу або системи, наприклад, підвищення ефективності, зростання прибутковості та ін. З іншого боку, не можна не приділити увагу визначенням Б. Санто, Б. Твіса, які надавали ширше пояснення досліджуваного поняття та вносили своєрідну новизну до попереднього трактування. Вони зазначали, що інновації – це «суспільний техніко-економічний процес, через який практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій і орієнтується на економічну вигоду (прибуток)» [5] [6]. Підсумовуючи попереднє формулювання та вдосконаливши бачення свої попередників, Я. Кук, П. Майєрс і В. Томпсон додали, що інновації – це «повний процес від ідеї до готового реалізованого на ринку продукту» [7] [8]. З нашої точки зору, узагальнивши попередні визначення, суттєво знижується розуміння мети та способів застосування інновацій. Порівнявши дане трактування з тим, яке надав засновник досліджуваного поняття Й. Шумпетер, можемо спостерігати меншу конкретизацію та відсутність поглибленості.

До науковців та вчених, які виокремлювали інновації як окрему систему, належали Й. Шумпетер та Н. Лапін. Вони відповідно характеризували дане поняття як «цілісну, внутрішньо суперечливу та динамічну систему щодо конструювання нових способів виробництва і нових продуктів» [9] [10]. Ми вважаємо, що вищенаведене трактування не можна розцінювати як цілісне, адже воно не зазначає шляхів та методів з допомогою яких і планується власне процес більш ефективного виробництва.

Аналізуючи більш детально наслідки запровадження інноваційних процесів та розширюючи розуміння терміну попередниками, науковці С.Д. Іленкова, С.Ю. Ягудін, Л.М. Гохберг розглядали інновації як «результат інноваційної діяльності, що реалізувався у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу» [58]. Ми повністю підтримуємо ідею, що інновації та інноваційна

діяльність є повністю взаємопов'язаними термінами, адже без результативності інноваційної діяльності в першу чергу залежить від того, наскільки ефективно будуть задіяні в роботу інновації.

Потребує розгляду також думка Д.В. Соколова та Х. Барнета, які підтримували думку своїх однодумців та підкреслювали, що інновації – це «концепція чи ідеї, які повинні отримати поширення, щоб формування ринку було успішним» [11]. Тобто, підсумовуючи можна підкреслити, що розгляд поняття «інновації» набув більш вузького характеру, адже відбувалося фокусування на результаті, а саме на: ідеї, концепції, практиці, продукті та інтелектуальному товарі.

Не можна не приділити уваги визначенню, надане Г.Я. Гольдштейном. З нашої точки зору, автор значно вдосконалює попередні трактування науковців. Він розглядає інновації як «техніко-економічний цикл, в якому використання результатів сфери досліджень і розробок безпосередньо викликає технічні й економічні зміни, що надають зворотну дію на діяльність цієї сфери» [12].

Дискусійними та досить неоднозначними, можна назвати тлумачення авторів В.Г. Мединського, С.В. Ільдеменова, А.А. Чухно, С.В. Онишко, Т.Дявила та Ф. Ніксона, які наведені нижче (таб. 1.1).

Таблиця 1.1. - Визначення соціально-економічної сутності поняття «інновація»

Головний об'єкт	Автор	Трактування
Інформація, знання	А.А. Чухно [13]	Удосконалення виробничих сил, в основі яких лежать інформаційно-інтелектуальні технології, знання.
Потреби ринку, економічний розвиток	С.В.Онишко [14]	Задоволення ринкового попиту й отримання виробником прибутку.
Можливості компанії	Т. Давила	Здатність компанії створювати нову цінність на перетині бізнесу і технології.
Заходи	Ф. Ніксон [15]	Сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, які приводять до виникнення нових і покращених промислових процесів, устаткування.

Джерело: удосконалено автором на основі джерел [12, 13, 14, 15].

Економічні реформи кінця 20-століття призвели до необхідності застосування інновацій в розвитку інноваційних форм ведення бізнесу в індустріальному секторі. Відповідно до численних досліджень науковців, конкурентоспроможність новітніх суб'єктів господарювання залежить від їх інноваційного розвитку, що є одним з ключових факторів їх економічного зростання. Тому ми можемо з впевненістю стверджувати про надзвичайно важливу роль інноваційного розвитку.

Поняття «інноваційного розвитку» є досить багатограним, адже порівняно з інноваціями, даний процес є більш поширеним та покращеним. Аналізуючи більш детально досліджуване поняття, ми можемо стверджувати, що це процес створення та розповсюдження інновацій.

Посилаючись на праці зарубіжних вчених, не можна не згадати Тоні Рідлі, бачення якого було досить неоднозначним. Автор порівнював інноваційний розвиток з організаційним [16]. Ми вважаємо, що таким чином ігнорується той факт, що організаційний розвиток є набагато ширшою концепцією, адже включає в себе наступні елементи: інновації, технології, науковий розвиток.

Достатньо суперечливим є також визначення економіста Розенфельда С., яка зовсім інакше трактувала поняття «інноваційного розвитку». Вона зазначала, що «інноваційний розвиток відображає теоретичне розуміння стратегічного напрямку розвитку підприємств». Окрім цього, науковиця підкреслювала, що «потенційне зростання виробничої ефективності та підвищення довгострокової конкурентоспроможності повинно здійснюватись шляхом застосування нових наукових та технологічних досягнень» [17]. Незважаючи на досить широке формулювання, з нашої точки зору вищенаведене визначення не можна вважати підходящим. Оскільки в даному випадку інноваційний розвиток виступає виключно у поєднанні з технічними та технологічними ділянками об'єктів господарювання. Тобто Розенфельд С. не приділяла уваги соціальним, адміністративним та економічним сферам діяльності компаній.

Проаналізувавши ретельно численні праці вчених, ми можемо відзначити найбільш точне визначення поняття «інноваційний розвиток» з точки зору всіх

сфер діяльності підприємства. Дане формулювання було надане групою науковців під керівництвом В. Банчєєвим, які усвідомлювали досліджуваний термін як «набуття та використання інноваційних особливостей для досягнення значного рівня розвитку соціальних об'єктів (підприємства, корпорації, індустрії, регіони та країни)» [18]. На нашу думку, інноваційний розвиток сучасного підприємства чітко класифікується оновленою системою впровадження реформ, які мають колективно – спрямований інноваційний характер в різних частинах діяльності. Наприклад, організаційно-управлінська, технологічна, соціальна тощо.

Ознайомившись з вищенаведеними працями, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, ми прийшли до висновку, що поняття «інноваційного розвитку» є набагато ширшим за всі існуючі концепції. Ми вбачаємо в даному терміні покращення сукупної системи функціонування підприємства. Саме тому існує висока потреба у механізмі, який буде здатний регулювати та стимулювати даний тип трансформації.

Незважаючи на актуальність даної теми, нами було виявлено відсутність єдиного підходу в інтерпретації поняття «механізм інноваційного розвитку» в науково-дослідницькій літературі сьогодення. Оглянувши декілька літературних джерел, ми можемо відзначити, що більшість вчених асоціюють термін «механізм інноваційного розвитку» з терміном «інноваційний механізм» [19]. Ми впевнені, що недоречно уподібнювати ці обидва поняття, оскільки зазначені категорії надають абсолютно різне значення в контексті процесів економічного розвитку. Окрім цього, більшість авторів не вважають за необхідне розглядати специфікацію, сутність, цілі та способи інноваційного розвитку [20].

Зважаючи на вищенаведену тенденцію, нами було сформульоване чітке визначення поняття «механізму інноваційного розвитку» сучасного господарства, яке б найбільш чітко та широко надавало характеристику вказаному терміну. Таким чином, механізм інноваційного розвитку – це комплекс взаємозалежних елементів, які відповідають за налагодження та впровадження чітко визначеної послідовності вдосконалень в межах діючого підприємства за допомогою відповідних реформ інноваційного характеру у різноманітних діяльностях

компанії. Як наслідок, результатом застосування даного комплексу виступатиме досягнутий рівень інноваційного розвитку, який відповідно дозволить підприємству функціонувати найкраще порівняно з конкурентами, відповідно до різних параметрів економічного та ринкового середовища.

Безумовно, стабільний розвиток та ефективність сучасних підприємств неможливі без застосування інновацій, які виступають рушійними силами економічного зростання. Дослідивши праці вітчизняних та зарубіжних вчених, можна стверджувати, що більшість авторів відносять до ключового механізму інноваційного розвитку саме створення та збирання ідей, розглядаючи інноваційний процес загалом. На нашу думку, даний підхід є досить суперечливим, адже початковим етапом повинно бути визначення інноваційної стратегії (рис 1.2).

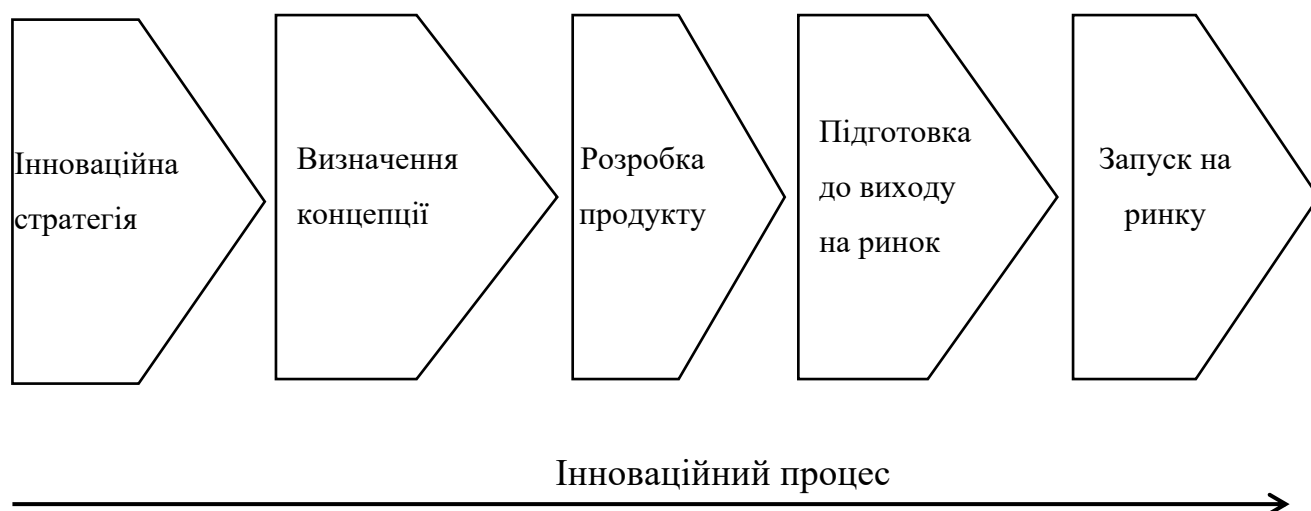


Рис. 1.2 – Фази інноваційного процесу [21]

Посилаючись на розроблену нами схему (рис. 1.2), можна підкреслити, що інноваційна стратегія виступає початковим джерелом конкуруючих переваг підприємства, які в свою чергу допомагають створити конкурентоспроможні товари та послуги в різних секторах економіки. Науковці виділяють декілька підходів до визначення поняття «стратегія». Ознайомившись з працями зарубіжних вчених, ми можемо відзначити, що вищезгаданий термін розглядається як план дій керівництва у керуванні будь-яким підприємством з застосуванням сучасних інноваційних підходів [21]. З іншого боку, не можна не

приділити уваги визначенням, які також включають поняття «конкурентоспроможності». Дослідники, які є прихильниками даної теорії, вважають, що головною метою стратегії є саме нарощування конкурентних переваг на ринку. Розглянувши праці науковців та узагальнивши більшість існуючих концепцій, А.Д. Чандлер зазначив, що стратегія «може бути визначена як окреслення основних довгострокових цілей підприємства, прийняття курсів дій та розподіл ресурсів, необхідних для досягнення відповідних цілей» [22].

Сучасна проблема єдиного трактування поняття «стратегія» полягає в тому, що кожне з визначень в певній мірі обмежує важливість та використання даного терміну. Таким чином, досить важко стверджувати про потенціальні вигоди для компаній внаслідок досконального аналізу можливих стратегій. Порівнявши існуючі концепції, нами було сформульовано найбільш поширені визначення (таб. 1.2).

Таблиця 1.2 – Трактування поняття «стратегії»

Стратегія як...	Характеристика
План	Свідомо призначений курс дій, керівництво управління ситуацією.
Тактичний хід	Специфічний «маневр», призначений для подолання конкурента.
Шаблон	Потік дій, який виявляє постійність та логічність в поведінці.
Позиція	Розташування будь-якого підприємства в кращому бізнес-середовищі.
Перспектива	Закоренілий спосіб сприйняття та взаємодії зі світом. Особистість компанії.

Джерело: складено автором на основі джерела [23].

Незважаючи на досить велику кількість наукових праць, які фокусуються на дослідженні понять «інновації» та «стратегії», вітчизняна та зарубіжна література характерна нестачею інформації щодо визначення, структури та використання інноваційних стратегій. В результаті чого, в Україні відслідковується тенденція, що лише декілька компаній мають чітку та задокументовану інноваційну стратегію. До того ж, підприємства які включають інновації в свою загальну

бізнес-стратегію, описують їх як цінність компанії та опору їх стратегіям в цілому.

Одне з небагатьох визначень, яке потребує нашого розгляду зазначає, що «інноваційна стратегія допомагає підприємствам кумулятивним чином визначати, який тип інновацій найбільше відповідає її корпоративним цілям» [24]. З нашої точки зору, дане формулювання окреслює лише одну з багатьох функцій інноваційної стратегії, адже розглядаються способи досягнення довгострокових цілей з використанням інновацій.

Дискусійним та не менш цікавими є також тлумачення, які розглядають інноваційну стратегію, як керівництво у розподілі ресурсів для досягнення цілей підприємства. Прихильники даної концепції стверджують: «Інноваційна стратегія керує рішеннями, щодо того, які ресурси повинні бути задіяні у досягненні цілей та яким чином інновації здатні надавати цінність підприємству та підвищувати його конкурентоспроможність» [24].

Ознайомившись з вищенаведеними трактуваннями науковців, ми можемо чітко окреслити ключові характеристики, які, на нашу думку, найширше описують досліджуване поняття. Таким чином, інноваційна стратегія – це:

- ✓ функціональний та заздалегідь встановлений план, який відповідає за коректний розподіл ресурсів, в залежності від інновацій, які використовуються для досягнення загальних цілей підприємства;
- ✓ система прийняття рішень, відповідно до якої визначається, коли підприємству слід частково відмовитись від існуючої політики та/або повністю змінити корпоративну стратегію та цілі, аби сфокусуватись на майбутньому розвитку.

Розглянувши коротко поняття «інноваційна стратегія», можемо стверджувати, що залежно від типу інновацій, які застосовуються підприємством, відповідно залежить і майбутня стратегія. Саме тому, не можна не приділити увагу існуючим видам інновацій. Загалом, в практиці зустрічається лише 2 види: радикальні та інкрементальні. Головна відмінність полягає в тому, що радикальні інновації фокусуються на продуктах, процесах чи послугах з безпрецедентними

характеристиками виробництва, в той час як інкрементальні зосереджуються на зменшенні вартості чи покращенні функцій існуючих процесів, послуг та продуктів відповідно. Ключові відмінності згаданих типів інновацій наведені в таб.1.3.

Таблиця 1.3 – Типи інновацій

Інкрементальні	Радикальні
Використовують існуючі технології	Досліджують новітні технології
Низький рівень невпевненості	Значний рівень невпевненості
Підвищують конкурентоспроможність через поточні ринки та індустрії	Створюють яскраві зміни, які призводять до трансформування існуючих ринків чи індустрій, або розроблюють нові

Джерело: [25]

Переходячи до різновидів інноваційних стратегій, хочемо зазначити, що відправною точкою для написання численних праць авторів була саме класифікація, надана М. Додгсоном, Г. Вільямом, А. Сольтером. Вони виділяли наступні типи інноваційних стратегій [26] :

1) Проактивні – компанії, які підтримують даний тип стратегій зосереджуються на дослідженні ринки та є лідерами з розробки технологій. Окрім цього, вони не зважають на можливі ризики та застосовують як радикальні, так і інкрементальні інновації. Прикладами є всесвітньо-відомі компанії Dupont, Apple, Singapore Airlines.

2) Активні – для даного виду стратегій характерним є захист вже існуючих ринків та технологій, а також миттєва реакція на появу нових. Компанії, які є прихильниками активних інноваційних стратегій, мають високий рівень знань та є менш ризикованими, порівняно з попередніми. Наприклад, Microsoft, Dell і British Airways.

3) Реактивні – даний тип стратегій користується популярністю серед компаній, які є послідовниками, ведуть вичікувальну політику, підтримують

можливості з низьким рівнем ризику. Як приклад можна навести бюджетну авіакомпанію Ryanair.

4) Пасивні – компанії з пасивними інноваційними стратегіями очікують поки зі сторони клієнтів з'явиться потреба у внесенні будь-яких змін до продуктів чи послуг, що надаються самою компанією. Прикладом виступають будь-які компанії-постачальники автомобілів.

Отже, інновації описують діяльність створення нового продукту, послуги, нового технологічного процесу чи організації, або покращення вже існуючого процесу чи послуги, наявного технологічного процесу та організації. Важливість визначення поняття «інновації» може бути пояснена декількома аспектами. Зі сторони споживачів, інновації виступають як краща якість продуктів та послугу, а відповідно й вищий рівень життя. З боку підприємств, інновації – це постійний зріст та розвиток, здобуття більших вигод. З боку працівників, інновації дають нові та більші можливості, які вимагають розумових здібностей.

Нами було досліджено значну кількість як і вітчизняних, так і зарубіжних праць та проаналізовано такі поняття як «інноваційний розвиток», «механізм інноваційного розвитку», «інноваційні стратегії» тощо. Окрім цього, було проведено порівняльний аналіз існуючих концепцій та надано більш вдосконалені визначення вищенаведених термінів.

Не можна було не приділити уваги наявним класифікаціям та різновидам інноваційним стратегій, надаючи при цьому коротку характеристику кожному з видів. Таким чином, можна з впевненістю стверджувати про достатньо поглиблений аналіз соціально-економічної сутності досліджуваних понять.

1.2 Особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах

За умов сучасної ринкової економіки, головним завданням підприємств виступає пошук рішень для базових економічних проблем. Наприклад, як товари та послуги, які користуються попитом серед населення, можуть бути вироблені

економічно-стійким способом? Важливим завданням урядів є забезпечення функціонування ринків та національних інноваційних систем ефективно, наскільки це можливо. Підтверджуючи попередню думку, можемо зазначити, що уряди допомагають створити сприятливі умови для застосування інновацій, відповідально керуючи при цьому економікою, сприяючи вільному потоку інвестицій, людей та ідей тощо. Механізми фінансової підтримки, до яких належать пряме фінансування, податкові пільги, субсидії та позики, є одними з основних інструментів стимулювання промислового розвитку та використання інновацій.

Нами вже раніше зазначалось, що однією з особливостей впровадження інноваційних стратегій є те, що даний процес відбувається завдяки комплексу методів та інструментів, які в свою чергу спричиняють значні або несуттєві зміни в процесах, продуктах або послугах. Існуючі підприємства в Україні схильні до застосування інноваційних стратегій наступними способами [27]:

- поступово, досягаючи коригування та покращення здійснюваної діяльності;
- більш рішучими кроками для значного вдосконалення та оновлення власних продуктів/послуг;
- підтриманням радикальних інновацій, шляхом використання революційних технологій чи завоюванням нових ринків.

Однак, необхідно підкреслити, що можливі зміни, як результат інноваційного процесу, залежать від концепції щодо запроваджених інновацій підприємством. Зважаючи на те, що усі інновації характеризуються досить високим ступенем невизначеності, ймовірність ризику варіюється типу нововведень. Наприклад, ми раніше наголошували на тому, що радикальні інновації є дорожчими та в більшості випадків зазнають невдачі.

Потребує розгляду також наступна особливість впровадження інновацій вітчизняними підприємствами, яка полягає у зв'язку інноваційної стратегії з фінансовим сектором. За умови відсутності інноваційної стратегії, підприємства не мали б можливості обрати оптимальні варіанти та прийняти компромісні

рішення. На нашу думку, українські підприємства використовують стратегію для визначення своїх довгострокових цілей та для прийняття рішень, як правильно розподіляти наявні ресурси для досягнення даних цілей. Таким чином, інноваційна стратегія виступає і комплексним планом, і схемою для прийняття рішень, яка включає альтернативні варіанти ведення ділової активності на довгострокову перспективу.

Переходячи більш детально до самого зв'язку інноваційної стратегії з фінансовим сектором, ми хочемо зазначити, що фінанси дійсно відіграють надзвичайно важливу роль в інноваційному процесі. Оскільки необхідно дотримуватись балансування між управлінням ризиками, не зменшуючи при цьому ефективність застосування інновацій. Таким чином, значення фінансів полягає у тому, щоб:

- підтримувати інновації, надаючи при цьому аналітичне бачення і стратегічного, і більш детальних рівнів всього підприємства;
- надавати об'єктивну точку зору та вводити реалізм до можливих дискусій;
- відображати факти та структурований аналіз для прийняття відповідних рішень;
- пояснювати фінансові ризики майбутніх маркетингових рішень;
- забезпечити орієнтацію на стійкості інновацій;
- слідкувати за ступенем ефективності впроваджених інновацій та надавати своєчасний зворотний зв'язок [28].

Розглянувши лише декілька ключових пунктів, які підтверджують зв'язок інновацій та фінансів, можемо зробити висновок, що фінансовий менеджмент є основним компонентом системи управління інноваційних стратегій для підприємств. Окрім цього, це має досить вагоме значення у забезпеченні економічної ефективності компанії та підвищенні рівня їх конкурентоспроможності за сучасної кон'юнктури ринку, відіграючи роль важливого інструменту конкуренції. Таким чином, фінансовий менеджмент інноваційної стратегії підприємства – це система функцій, методів та принципів,

які визначають механізми та організаційні форми впливу на процеси. Підтримання стабільної роботи даних процесів є важливим, адже вони стосуються формулювання вимог для забезпечення наявності капіталу, який в свою чергу необхідний для інноваційних стратегій та спрямований на досягнення фінансової рівноваги.

Сучасний сектор українських підприємств розвивається за надзвичайно складних умов перехідної економіки. Кожне з підприємств зіштовхується з неминучими обмеженнями, недоліками законодавства та збоями ринкового механізму. До не менш важливих проблем, які перешкоджають стабільному розвитку вітчизняних підприємств належать: недостатнє фінансування, оподаткування, інспекції, реєстрація, ліцензування, наявні сертифікації та стандарти. Останні десятиліття є підтвердженням того, що в динамічному інноваційному середовищі навіть великі підприємства не здатні успішно здійснювати діяльність без підтримки взаємодоповнюючих систем. В той час, як системи, які характеризуються недостатнім рівнем розмаїття, гнучкості та невмінням швидко адаптуватися до змін, лише призводять до зниження ефективності підприємств.

Зважаючи на незначну роль бізнес-сектору у фінансуванні та проведенні науково-дослідних робіт, Україна належить до країн, де розвиток та підтримка підприємств знаходяться на незадовільному рівні. Саме тому ми можемо стверджувати про низьку схильність до застосування інновацій з боку підприємств та недостатній рівень інноваційності в цілому. Наслідування та застосування іноземних технологій, а також ступінь використання зарубіжних інвестицій, у межах існуючої інфраструктури, бажає бути набагато вищим. Окрім цього, потребує нашого розгляду проблема низького рівня оновлення технологій, оскільки на нашу думку, це пов'язано з непривабливим інвестиційним кліматом України, що збільшує витрати на освоєння новітніх методів виробництва. В результаті чого, лише невелика кількість вітчизняних підприємств здатні створювати нові продукти або процеси, шляхом запровадження інновацій та розробці інноваційної стратегії.

Ознайомившись з історією української економіки, варто відзначити, що вона розвивалась переважно завдяки сприятливим зовнішнім факторам. Варто згадати збільшення світового попиту на сталь та, відповідно, зростання цін або значні експортні доходи, сконцентровані на енергомістких галузях важкої промисловості. Вищенаведені приклади свідчать про досить обмежену продуктивність інновацій в межах української економіки. Таким чином, беручи до уваги досить невелику кількість прикладів успішного керування інноваційними стратегіями з боку вітчизняних підприємств, ми можемо виокремити наступну особливість впровадження інновацій в Україні.

Для досягнення бажаного результату після впровадження інноваційної стратегії, було виділено ключові компоненти, які в поєднанні зі стратегією сприятимуть виконанню поставлених завдань. Взаємодоповнюючі елементи інноваційної стратегії наведено нижче (рис. 1.3) :

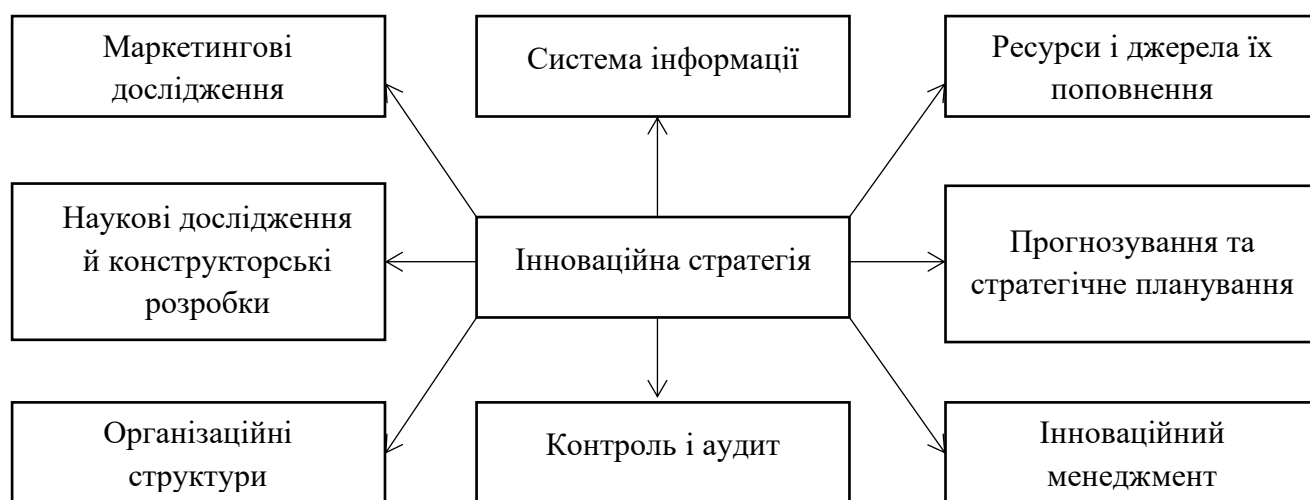


Рис. 1.3. - Компоненти реалізації інноваційної стратегії [29]

Тобто, з нашої точки зору, реалізація інноваційної стратегії не може відбуватись за відсутністю одного з наведених елементів. Під час прийняття рішення щодо запровадження стратегії підприємству необхідно детально ознайомитись та надати повний аналіз кожного з компонентів. Адже у випадку недостатньої кваліфікації працівників чи нестачі ресурсів, не можна розпочинати підготовку щодо реалізації інноваційної стратегії.

Розглядаючи поняття «інноваційної стратегії», нами вже раніше було підкреслено оригінальність та індивідуальність кожної стратегії. Підприємства, в залежності від своїх позицій на ринку, сфери здійснення діяльності, потенціалу, асортименту продукції, бажаних цілей, наявних ресурсів, формують власну інноваційну стратегію.

Посилаючись на працю вітчизняних авторів - Шершньової З.Є., Оборської С.В. та Ратушного Ю.М., хочемо зазначити декілька слів про принципи інноваційної стратегії, якими керуються українські підприємства, здійснюючи інноваційну діяльність. Ми впевнені, що дані принципи є ключовою особливістю запровадження інноваційної стратегії в сучасні часи. Незважаючи на те, що стратегія визначає загальні цілі підприємства, які сприятимуть підвищенню його рівня конкурентоспроможності, науковці підкреслювали, що вона використовується також для оцінки діяльності в поточний момент та в майбутньому [29]. Шершньова З.Є та Оборська С.В. були прихильниками концепції, відповідно до якої інноваційна стратегія є необхідною для визначення взаємовідносин самого підприємства з зовнішнім середовищем. Вони були переконані, що обґрунтування інноваційних розробок, аналіз місць їх реалізації та досягнення конкуруючих переваг порівняно з аналогічними підприємствами – є неможливим без участі інноваційної стратегії. Автори також наголошували, що при цьому і визначаються відносини всередині самої організації та здійсненні оперативної діяльності, адже при впровадженні інноваційного процесу задіяні декілька відділів підприємства. Наприклад, відділ науково-дослідних робіт та маркетингу [57].

Таким чином, науковцями було розширено значення та роль інноваційної стратегії, яка застосовується вітчизняними підприємствами. Безумовно, додаючи декілька особливостей стратегії до вищезазначених, на нашу думку, вона виконує наступні функції: закріплення позицій підприємства на ринку, забезпечення ефективних шляхів та можливостей до розвитку та значне застосування інформації, отриманої зворотнім зв'язком (опитування споживачів та визначення їх потреб).

Підсумовуючи проведені дослідження, ми з впевненістю можемо стверджувати, що процес впровадження інновацій та розробки інноваційних стратегій – це справжній виклик для вітчизняних підприємств як високотехнологічних, так і низько технологічних секторів. Незважаючи на те, що українські підприємства, особливо малий та середній бізнес, і намагаються розширювати асортимент товарів та послуг, створювати конкурентоспроможне середовище, забезпечувати більше нових робочих місць та досягати дані цілі завдяки використанню інноваційних процесів, на наше думку, рівень впровадження інновацій є вкрай низьким, порівняно з світовими даними. Звичайно, однією з ключових проблем є саме неорієнтованість Державної інноваційної політики в Україні на підтримку вітчизняних підприємств.

Не дивлячись на ряд труднощів та перешкод, з якими сьогодні зіштовхуються підприємства, нами було виділено перелік особливостей застосування інноваційної стратегії на українських підприємствах. Підтримуючи ці особливості та переймаючи зарубіжний досвід, Україні вдасться скласти гідну конкуренцію таким країнам з перехідною економікою, як Чехія, Хорватія, Угорщина та Польща.

1.3 Інноваційні стратегії як інструмент конкурентного розвитку підприємства на міжнародному ринку

За умов сьогодення, інновації є основною передумовою конкурентоспроможності. Економічна криза минулих років змусила підприємства не лише заощаджувати у всіх сферах бізнесу, але й відроджувати економіку крок за кроком та власне перерозподіляти ринки. Сьогодні успішними є саме ті підприємства, які реалізують інноваційну стратегію, інвестують в її дослідження, розробку та в застосування інновацій. Оскільки інновації розглядаються, як ключові бізнес-процеси, то завдяки її імплементації підприємства і намагаються досягти конкурентних переваг. Основною передумовою для створення та

використання інновацій, як нами вже зазначалось, є чітко сформульована та реалізована інноваційна стратегія.

В результаті світової глобалізації, підприємства, що розвиваються, все більше схильні піддаватися тиску для впровадження інновації. Безумовно, не можна не погодитись, що всі сфери діяльності, такі як дослідження та розробки, інженерія, маркетинг та менеджмент, мають все більше значення у виробництві товарів та послуг. Проте, на нашу думку, не менш важливими є також глобальні стандарти, що розвиваються, адже вони значно домінують в міжнародній торгівлі. Відповідно до світових тенденцій, конкурентоспроможність підприємств та компаній залежить від їх здатності впроваджувати інновації та орієнтуватись на технології. І досліджуючи значення інновацій в усьому світі, можемо підкреслити, що їх роль стала більш значущою, ніж економічні досягнення. Адже інновації виступають не лише способом підвищення конкурентоспроможності, але й основним поняттям в вирішенні глобальних соціальних проблем: забруднення навколишнього середовища, бідність, безробіття тощо.

Якщо говорити про зарубіжних вчених, то Бівер вважав, що «інноваційна стратегія – це суттєвий елемент економічного прогресу всієї країни та конкурентоспроможності галузі» [30]. В свою чергу, Джон, Фермулер та Андерсон були переконані, що інновації є вкрай важливими не лише для великих підприємств, але й для малих та середніх [31]. Науковець Сандвік був прихильником думки, що інноваційна стратегія є «найважливішою конкурентною зброєю та зазвичай розглядається як основна цінність підприємства» [32].

Не менш цікавим є також бачення таких дослідників, як Лумпкін та Дез, які описували інноваційну стратегію як «більш ефективний спосіб покращення продуктивності підприємства, не дивлячись на обмеженість ресурсів» [33]. Автори Бакар та Ахмад, проаналізувавши праці своїх попередників та розширивши визначення «інноваційної стратегії» в контексті конкурентоспроможності, додавали, що здатність до інновацій має вирішальне значення для підприємств, аби використовувати нові можливості та здобувати конкурентні переваги [34].

Переходячи до поняття «конкурентоспроможності», ми б хотіли наголосити на тому, що за умов динамічного економічного середовища, конкурентоспроможність виступає критичним фактором для виживання, зростання та успіху підприємств [35]. Дана концепція була представлена Оралом М. та Кетані О. у 2009 році. Таким чином, теперішня інтенсивна конкуренція поміж підприємств вимагає їх бути конкурентоспроможними задля продовження своєї діяльності.

Незважаючи на те, що в суспільстві є визнання необхідності та важливості конкурентоспроможності для підприємств, компаній та фірм, стисле та чітке визначення цього поняття є досить незрозумілим. Саме тому нами було досліджено перелік, як і вітчизняних, так і зарубіжних науково-дослідних праць для аналізу даного поняття.

Розглядаючи визначення Л. Серба, можемо наголосити лише на неоднозначності бачення науковця, який зазначав, що конкурентоспроможність – це багатогранне та відносне поняття. Ми повністю підтримуємо думку Л.Серба, адже саме ці характеристики і роблять даний термін досить складним для дослідження [36]. Відправною точкою для багатьох вчених у написанні дослідних робіт з визначення та аналізу конкурентоспроможності були саме праці Г. Рамасамі. Науковець описував дане поняття як «здатність підприємства розширювати власну частку на ринку, збільшувати прибуток та досягати зростання, при одночасній підтримці поточної позиції на ринку протягом певного періоду часу» [37].

Не можна не приділити уваги визначенню професора кафедри ділового адміністрування Гарвардської школи бізнесу та визначного фахівця в області вивчення економічної конкуренції М. Портера. Автор був прихильником думки, що конкурентоспроможність підприємства – це «здатність успішно конкурувати в певному бізнес-середовищі» [38]. Окрім цього, він наголошував, що конкурентоспроможність залежить від «динамізму, наявності інновацій та здатності підприємств підлаштовуватись до сучасних умов та вчасно змінюватись».

Досить дискусійним є трактування, надане С. Лаллом, який розглядав досліджуване поняття в зовсім протилежному контексті. Вчений був переконаний, що конкурентоспроможність повинна означати «здатність підприємства працювати краще за інших, з точки зору прибутковості, обсягів продажів та частки на ринку» [39]. З нашої точки зору, визначення, сформульоване С. Лаллом є більш актуальним за умов сучасної інтенсивної конкуренції, адже головною ціллю будь-якого підприємства є саме підтримка існуючої частки на ринку та її майбутнє розширення.

Підтримуючи думку свого попередника та розширюючи надане визначення, Альтенбург визначав конкурентоспроможність підприємства як «здатність підтримувати позицію на ринку, шляхом надання якісної продукції при існуючому попиті та за конкурентними цінами» [40]. Незважаючи на те, що простежується новизна в трактуванні, ми хочемо наголосити на тому, що автор фокусувався виключно на збереженні існуючого рівня виробництва.

Відносність та багатозначність конкурентоспроможності ускладнює надання певного узагальненого визначення. Проте, в світовій практиці існує консенсус щодо декількох заходів або факторів, які можна використовувати за показники для вимірювання конкурентоспроможності. Розширюючи вищенаведену думку, ми вважаємо, що до таких належать наступні:

- продуктивність;
- частка на ринку;
- прибутковість;
- ефективність;
- асортимент продукції;
- створення цінної вартості;
- ступінь задоволеності клієнтів та ін.

Аналізуючи більш детально поняття «конкурентоспроможності», варто приділити уваги праці науковця М. Педраса. Вчений зазначав, що джерела конкурентоспроможності включають «диференціацію продукту, якість та різноманітність надаваного продукту/послуги, наявність новизни, ефективність

виробничого процесу, зниження витрат на виробництво, ступінь впровадження технологій та експортну привабливість» [40]. Тобто, відповідно до даного трактування, поняття «конкурентоспроможності» є досить комплексним та містить чималий ряд показників. На нашу думку, найбільш важливим є саме рівень використання технологій, включаючи інновації, адже саме завдяки інноваціям підприємства здатні підвищити власну конкурентоспроможність.

Переходячи до більш практичної частини, а саме аналізу взаємозв'язку між інноваціями, інноваційною стратегією та конкурентоспроможністю підприємства, ми хочемо навести приклад того, яким чином відбувається дана залежність.

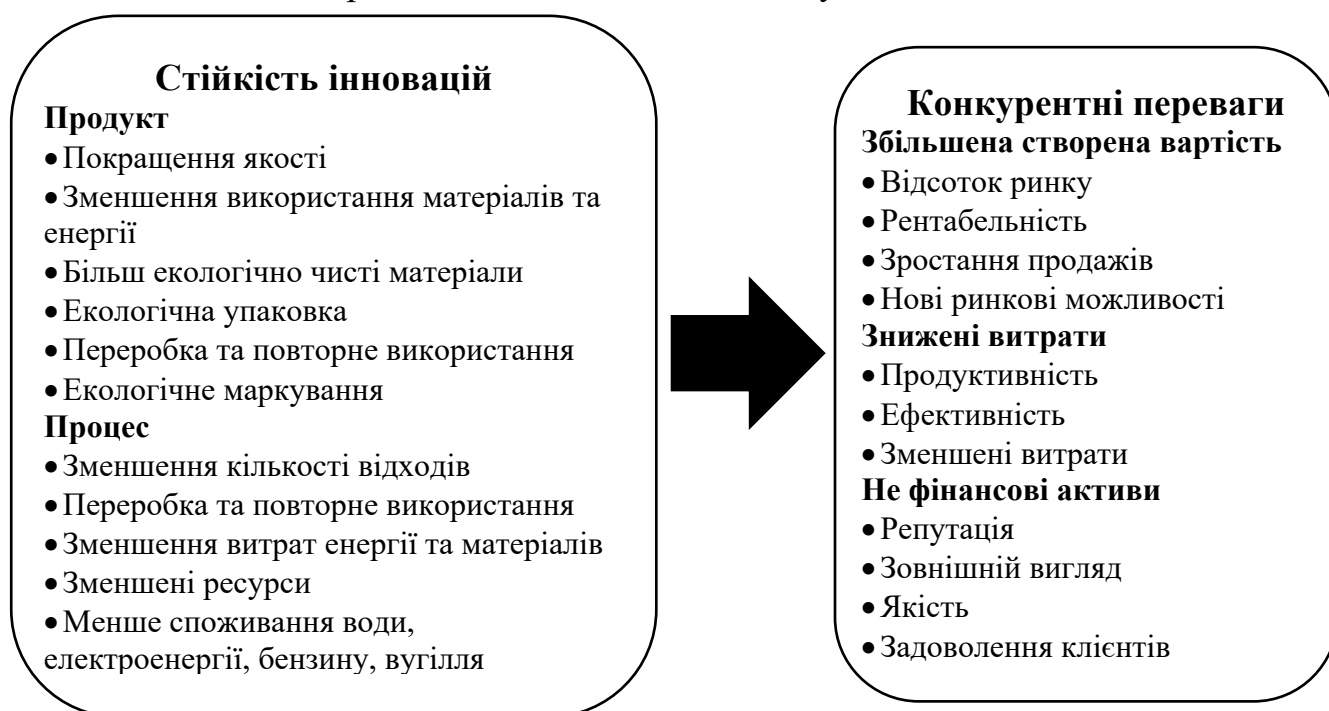


Рис. 1.4 – Зв'язок інновацій з конкурентоспроможністю

Джерело: сформовано автором

Відповідно до рис. 1.4, нами було відображено найбільш поширені показники виробничої діяльності підприємства, на які зазвичай фокусуються інновації. Головною метою інноваційної стратегії є саме покращення ефективності кожного з цих елементів. Окрім цього, нами було відображено яким чином кожний з компонентів стійкості інновацій впливає на конкурентоспроможність всього підприємства та формує його конкурентні переваги, порівняно з аналогічними компаніями. Складаючи дану схему, ми мали

на увазі, що завдяки інноваціям підприємству необхідно підтримувати та вдосконалювати виробничу діяльність аби досягти конкурентних результатів, таких як зниження витрат, не фінансових активів та збільшення вартості.

Розглядаючи дану тему, нами було також виокремлено дві групи інновацій та, відповідно, різні наслідки від впровадження інновацій. Як зарубіжні, так і вітчизняні вчені виділяють 2 різні інновації, залежно від об'єкту застосування. Під інновацією продукту, Шумпетер розуміє «введення нового товару, який не був ще представленим користувачам та має покращену якість» [41]. З іншого боку, вчений трактує інновацію процесу «як впровадження нового методу виробництва, який не був раніше випробуваний в промисловості» [42].

Не можна не приділити уваги визначенням, представленим у посібникові «Керівництво ОСЛО», який є методологічним інструментом у сфері інновацій та інноваційних процесів. Відповідно до посібника, інновації продукту описуються «як впровадження товару чи послуги, які є новими або значно покращеними щодо своїх характеристик, відповідних за функціональність» [43]. В той час, як інновація процесу передбачає «представлення нового або значно покращеного методу виробництва або доставки» [43].

Провівши порівняння між двома абсолютно різними категоріями, нами було виділено декілька ключових відмінностей. Під інновацією продукту ми розуміємо значні покращення власне продукту, які можуть бути пов'язані з технічними характеристиками, компонентами та матеріалами, зручністю користувача чи іншими функціональними характеристиками. Між іншим, до цієї категорії необхідно також додати нові розробки в діяльності, яку здійснюють підприємства для доставки основного продукту, роблячи його більш привабливим для користувачів.

З іншого боку, процесні інновації фокусуються на нових або значно вдосконалених методах виробництва та надання послуг. Тобто, інновації процесів можуть включати нове або покращене обладнання, методики та програмне забезпечення в допоміжній діяльності підприємства. Наприклад, облік, здійснення обчислень та технічне обслуговування. Дана категорія інновацій може

передбачати вагомі зміни в програмному забезпеченні, яке використовується підприємствами, орієнтованих на послуги, або в процедурах, які передбачають надання послуг.

Підсумовуючи дослідження взаємозв'язку інноваційної стратегії з конкурентоспроможністю, можемо відзначити той факт, що зараз підприємства дійсно намагаються забезпечити вищий рівень конкурентоспроможності за допомогою використання інновацій. Досягнення ефективної роботи з інноваціями можливе лише за умови прийняття та впровадження інноваційних стратегій. Окрім того, підприємствам також необхідно своєчасно здійснювати аналіз внутрішнього середовища та сфери формулювання стратегії для створення діючої та результативної інноваційної корпоративної культури. Роль корпоративної культури полягає у частковій розробці інноваційної стратегії та у процесі її реалізації. Незважаючи на те, що формулювання інноваційної стратегії може спричинити зміну організаційної структури компанії, цінність стратегії є досить значною. Не можемо не зазначити, що за умов успіху, інноваційна стратегія виступає орієнтиром для всього підприємства, містячи інформацію про те, куди саме рухається підприємство завдяки інноваціям та описуючи шляхи підвищення його конкурентоспроможності та прибутковості. Таким чином, ми можемо відзначити, відповідно до проведеного дослідження, що зв'язок інноваційної стратегії з конкурентоспроможністю підприємства дійсно є вагомим.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ МІЖНАРОДНОГО КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

2.1 Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств України

Інноваційний фактор визначає вектор інтенсивного розвитку країн та забезпечує структурну трансформацію економік для здобуття потенційних переваг в гарантуванні конкурентоспроможності кожної країни. Проте інноваційна діяльність національної економіки заохочується наявністю та інтенсифікацією конкуренції діючих підприємств. Загострення конкуренції підсилює важливість інновацій, зокрема в сфері продуктів та послуг, методів їх виробництва, а також наголошує на необхідності імплементації інновацій в сучасних технологіях та передачу останніх для подальшого виробництва.

Інноваційна діяльність підприємств в контексті європейської інтеграції – це основа соціального та економічного розвитку країни, ключовий важіль забезпечення економічної безпеки держави та індикатор позитивних змін в міжнародному конкуруючому середовищі. Беззаперечно, фокус підприємств на інтенсивному впровадженні інновацій допомагає створити конкуруючі переваги серед ряду конкурентів, збільшити продажі товарів або послуг, як на національному, так і на міжнародному ринках, підвищити прибутковість, рентабельність підприємств та сприяє економічному прогресу в цілому.

Проте, на практиці, позитивні наслідки впровадження інновацій задля забезпечення міжнародної конкурентоспроможності значно скорочуються через значну нестачу фінансових ресурсів з боку підприємств. Окрім цього, додатковими факторами зменшення рівня впровадження нових технологій, як правило, є відтік національних коштів закордон, нестача інституційного досвіду в питаннях захисту прав інтелектуальної власності та обмежений доступ до

європейського та світового ринку капіталів. Вищезазначені фактори спричиняють певний рівень економічної регресії для підприємств в країнах Східної Європи, які прагнуть інтеграції. До таких країн належать Молдова, Грузія, Вірменія та Україна. Саме ці країни демонструють недостатню активність в провадженні сучасних технологій в виробничий процес для виготовлення інноваційної продукції.

Індекс Глобальної Конкурентоспроможності України є відносно середнім, порівнюючи з іншими високорозвиненими країнами. Глобальний Інноваційний індекс класифікує країни відповідно до їх інноваційних можливостей та потенціалу. Охоплюючи приблизно 80 індикаторів, які згруповані за інноваційними входами та виходами, індекс має на меті проаналізувати всебічні аспекти інновацій та визначити рівень інноваційного розвитку країни.

Посилаючись на Звіт про Глобальну Конкурентоспроможність за 2021-2022 рр., Україна посідає 57 місце серед 132 країн, що є досить непоганим результатом [44]. Для порівняння, у 2018 році Україна посідала 81 місце серед 132 досліджуваних країн, що свідчить про покращення позиції країною на 24 пункти за період 2018 – 2022 років [45]. Сильна зовнішня конкурентна позиція України на міжнародному рівні забезпечується достатньо інтенсивною конкуренцією в межах самої країни. В сучасному суперницькому середовищі українські підприємства прагнуть здобути конкурентні переваги, які можливі завдяки впровадженню інновацій. Чим інтенсивнішою є конкуренція, тим активніше підприємства розвивають та залучають нові технології, тим самим вибудовуючи основу для власної сильної конкурентної позиції та конкурентоспроможності України на міжнародному рівні.

Глобальний інноваційний індекс створює середовище, яке на постійній основі оцінює інноваційні фактори по кожній з країн. З року в рік, кількість країн змінюється, проте в середньому дослідженню підлягають близько 130 країн щорічно. Глобальний інноваційний індекс складається з трьох ключових компонентів:

Загальний глобальний інноваційний індекс – середнє значення показників субіндексів введення та випуску інновацій;

Субіндекс введення інновацій – складається з п'яти компонентів, які охоплюють різні сфери національної економіки. До них належать: інституції, людський капітал та дослідження, інфраструктура, розвиненість ринку та розвиненість бізнесу;

Субіндекс випуску інновацій – надає інформацію про результати інноваційної діяльності. Складається з двох компонентів результатів: знання і технологій та креативна продукція.

Проаналізувавши показники субіндексу глобальної конкурентоспроможності, ми можемо стверджувати, що Україна має досить низькі результати, які протягом 2019 – 2022 рр. поступово знижуються. Глобальний інноваційний індекс знизився з 47 у 2019 році до 57 у 2022 році. На жаль, подібна тенденція спостерігається і для показнику розвиненості ринку. Україна послабила рейтинг за ступенем розвиненості ринку з 90 позиція в 2019 році до 102 позиція в 2022 році. Позиції України за показниками розвиненості інституцій та бізнесу є досить стабільними проти досліджуваного періоду (табл. 2.1).

Не може не тішити показник розвиненості інфраструктури, адже у 2019 році Україна займала 97 позицію в рейтингу, в той час, як у 2022 році піднялася на 15 позицій серед 132 досліджуваних країн. Варто також звернути увагу, що Україна піднялась у рейтингу за показником людського потенціалу та кількістю проведених досліджень. Адже кількість науковців та інженерів, які приймають участь у впровадженні інноваційних технологій поступово зростала за 2019 – 2022 рр.. Про це свідчить зміна позиції України за відповідним показником: з 51 позиції у 2019 році до 49 позиції у 2022 році (табл. 2.1).

Послаблення позицій за ступенем розвиненості ринку призвели до зниження рівня запровадження нових технологій та скорочення бази знань щодо застосування інновацій. Ми вважаємо, що саме це призвело до суттєвого скорочення кількості креативної та інноваційної продукції, яка вироблялась українськими підприємствами. А саме: у 2019 році Україна займала 42 позицію за

кількістю виготовленої креативної продукції, в той час як у 2022 році країна опустилась до 63 позиції, що свідчить про суттєве послаблення позицій за даним показником (табл. 2.1).

Беручи до уваги проаналізовану статистику, ми вважаємо, що інноваційний потенціал України є значно вищим, ніж можливості та умови його реалізації.

Таблиця 2.1. – Показники субіндексу глобальної конкурентоспроможності.

Індекс для України

Показники	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
	рейтинг з 129 країн	рейтинг з 131 країн	рейтинг з 130 країн	рейтинг з 132 країн
Загальний індекс	47	45	49	57
Інституції	96	93	91	97
Людський капітал та дослідження	51	39	44	49
Інфраструктура	97	94	94	82
Розвиненість ринку	90	99	88	102
Розвиненість бізнесу	47	54	53	48
Знання і технології	28	25	33	36
Креативна продукція	42	44	48	63

Джерело: складено автором на основі [44, 46, 47, 48]

Низький рівень інноваційної активності підприємств України, який спостерігається протягом останніх десятиліть, не відповідає стрімким темпам розвитку інноваційних процесів світової економіки. Україна відома невеликою кількістю інноваційно активних підприємств, які окрім цього, ще й є міжнародно конкурентоспроможними.

Економічні трансформації 1990-х років 20 століття призвели до погіршення фінансового становища більшості національних підприємств. Причинами такої тенденції слугували скорочення обсягів виробництва та високі темпи інфляції, що було характерно для 1990-х років. В результаті погіршення

фінансового становища, країна зіштовхнулась з катастрофічним зменшенням інноваційної діяльності індустріальних підприємств. Підтвердження є статистичні дані. Відповідно до них, питома вага підприємств, які розробили та впровадили нові технології у виробництві продукції наприкінці 1980-х років, досягла 60-70% [49]. Проте на початку 1990-х років даний показник скоротився практично в 3 рази в порівнянні з 1980-ми роками.

В період 1992-1995 років частка інноваційно активних підприємств коливалася в проміжку 20-26%, що свідчить про суттєву втрату Україною конкурентних позицій в розрізі залучення інноваційних технологій вітчизняними підприємствами, порівнюючи з іншими країнами [49]. Протягом 2018 року частка інноваційно активних підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, складала 16,4% від загальної кількості промислових підприємств (рис. 2.1).

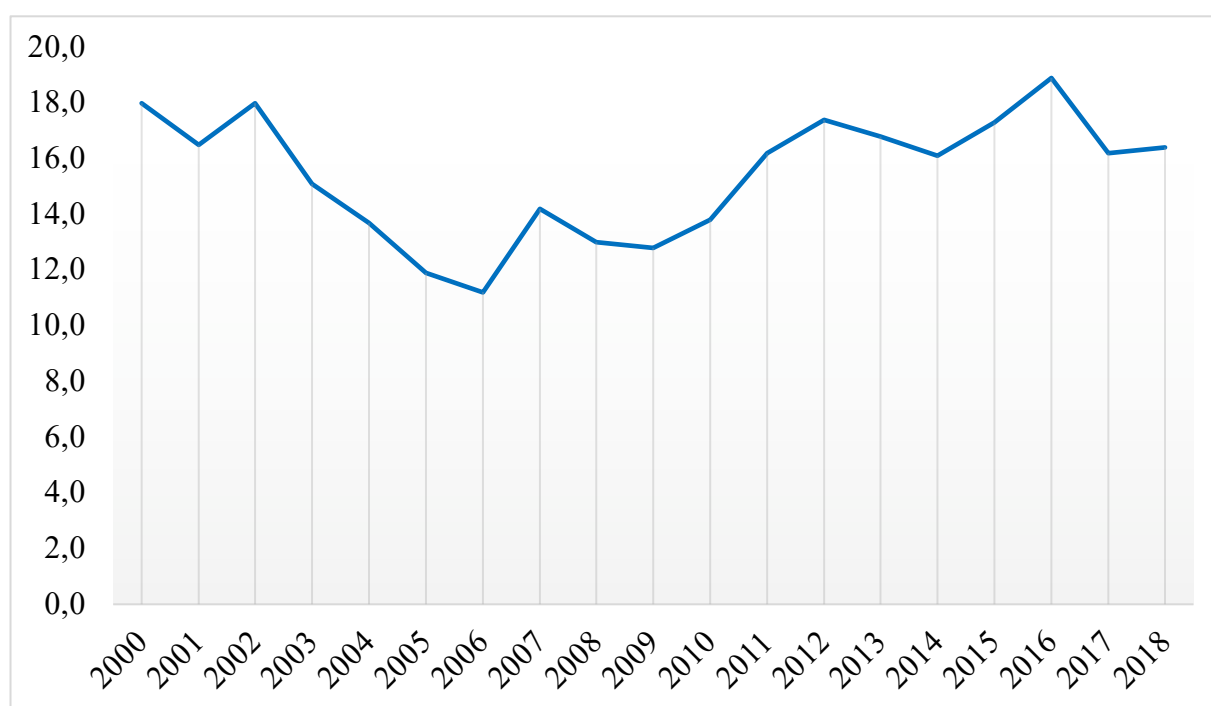


Рис. 2.1 - Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств (%) в Україні в 2010-2018 рр.

Джерело: складено автором на основі [49]

Варто також звернути увагу, що після значного скорочення кількості інноваційно активних підприємств у 2006 – 2009 роках, даний показник дещо

покращився за період 2010 – 2016 років. У 2006 році частка інноваційних підприємств дорівнювала 11,2% від загальної кількості підприємств, тоді як у 2016 році даний показник дорівнював 18,9% відповідно (рис. 2.1). Нами було також прораховано, що середня частка підприємств, які розвивають та застосовують інновації дорівнює 15,4%.

Кількість інноваційно активних підприємств у 2016 – 2018 рр. складала 8173 од., проте у 2018 – 2020 рр. кількість підприємств, які розроблювали та впроваджували нові технології скоротилася майже у 4 рази та дорівнювала лише 2281 од. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2. – Кількість інноваційно активних підприємств за видами економічної діяльності

Показники	Кількість інноваційно активних підприємств, одиниць	
	2016-2018	2018-2020
Усього	8173	2281
Промисловість	4060	1550
Переробна промисловість	3626	1452
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2174	300
Виробництво харчових продуктів	708	275
Виробництво машин і устаткування	323	145
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	568	133
Інформація та телекомунікації	619	121
Виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування	312	115
Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції	244	99
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	181	99

Джерело: складено автором на основі [50]

За видами економічної діяльності найбільше інноваційних підприємств залучені в галузі промисловості та в переробній промисловості – 1550 од. та 1452 од. відповідно (табл. 2.2). На нашу думку, це пояснюється тим, що історично

Україна має широкий досвід у промисловому виробництві та обробній промисловості завдяки значному потенціалові щодо наявності ресурсів, таких як сировина та робоча сила. Окрім цього, Україна може використовувати свої конкурентні переваги в даних сферах, порівняно з іншими країнами. До переваг належать: низькі витрати праці та доступ до ринків, що сприяє активному розвитку інновацій в вищезазначених галузях.

До менш популярних галузей функціонування інноваційно активних підприємств України належать також оптова торгівля, за винятком торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, виробництво харчових продуктів, машин та устаткування, складське господарство, поштова, кур'єрські діяльності, інформаційні, телекомунікаційні галузі та решта (табл. 2.2). Кількість підприємств, які залучені в інноваційних процесах в даних галузях дорівнює в середньому 194 одиниці. Поясненням описаної тенденції функціонування інноваційно активних підприємств в вищезазначених галузях є те, що ці галузі є менш привабливими для інвесторів через низьку можливість отримання високого прибутку. Окрім цього, галузі, які стосуються виробництва машин та устаткування вимагають високий рівень технологічного розвитку, що може бути перешкодою для багатьох українських підприємств через фінансові труднощі для впровадження інвестицій.

Найбільша кількість інноваційно активних підприємств знаходиться в Києві, Львові, Запоріжжі, Миколаєві та Львівському регіоні. Проаналізувавши статистичні дані, нами було виявлено, що в Україні практично 60% від загальної кількості інноваційної продукції виготовляється на підприємствах, які належать до третьої та четвертої технологічних галузей [50]. Для порівняння, у високорозвинених країнах більше 90% інвестицій направлені на п'яту та шосту технологічні розробки [51]. З нашої точки зору, однією з причин такої тенденції є той факт, що в Україні впровадження інновацій в основному відбувається в менш розвинених галузях технологій, в той час як в розвинених країнах більше інвестицій спрямовано в більш високотехнологічні сфери.

Ознайомившись з аналітичними даними, представленими на Євростаті, яке є статистичним агентством Європейського Союзу, нами було виявлено, що загальна кількість інноваційно активних підприємств в Європі складає 366 800 тис., що становить 50,3% від загальної кількості підприємств, які функціонують [52]. Проаналізувавши дані на Євростаті, ми можемо стверджувати, що у 2018 році частка індустріальних підприємств, які були найбільш активні в розробці та залученні інноваційних технологій досягла пікового значення 74,7% в Естонії [52]. З нашої точки зору, поясненням є те, що Естонія має добре розвинуті фінансові ринки та доступ до капіталу для залучення та впровадження інновацій в проекти та стартапи [53]. Не менш важливим є те, що Естонія має дуже вигідне розташування в Європі та оточена іншими високо інноваційними країнами, що в свою чергу посилює міжнародний обмін інноваціями. Окрім цього, Естонія має досить налагоджений процес проведення наукових досліджень, адже система вищої освіти є сучасною, а університети та дослідні інститути приймають активну участь в розробці новаторських та нових технологій [53]. Все це сприяє розвитку інноваційного потенціалу країни та робить Естонію країною з найбільшою кількістю інноваційно активних підприємств.

Бельгія, Кіпр, Німеччина, Австрія та Фінляндія належали до держав-членів ЄС, частка інноваційних підприємств яких перевищувала дві третини. Тоді як Польща та Румунія стали країнами з найменшими частками інноваційно активних підприємств. Їх частки дорівнювали 26,1% та 16,3% відповідно, що є найнижчими показниками [52].

В сучасних умовах фінансової кризи, геополітичного тиску, нестачі структурних реформ, підприємства не повинні припиняти впровадження інноваційних підходів до процесів виробництва, адже це негативно вплине на їх міжнародну конкурентоспроможність. Навпаки, активне виробництво вдосконаленої інноваційної продукції, яка відповідає потребам та вимогам користувачів, буде основою для утримання стійких позицій підприємств на ринку та забезпечить їх ефективне та стабільне функціонування у майбутньому.

Факторами, які перешкоджають ефективному запровадженню інноваційних підходів до здійснення діяльності підприємств, в сучасних умовах, є наступні [54]:

- Занадто високі витрати на розробку та використання нових технологій;
- Відсутність необхідного рівня фінансування;
- Тривалий період окупності залучення інновацій;
- Нестача досвіду в питаннях захисту прав власності;
- Інтенсивні зміни в чинному законодавстві.

Окрім цього, не менш критичними внутрішніми факторами, які ускладнюють процес залучення інноваційних технологій підприємствами є недостатній рівень кваліфікації персоналу підприємств, який полягає у відсутності знань з сфери інновацій, відсутність внутрішньої гнучкості та неможливість точного контролю витрат на інновації [54].

Говорячи про відсутність необхідного рівня фінансування, як один з факторів, нами було проаналізовано джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України (табл. 2.3).

Посилаючись на вищенаведені статистичні дані, можемо зробити висновок, що обсяги витрат на розвиток та впровадження інноваційних технологій підприємствами є досить нестабільними та варіюються від 8 млн. грн до 23 млн. грн. Окрім цього, не можемо не звернути увагу, що практично всі витрати належать до власних коштів підприємств та лише невелика частка витрат відноситься до коштів державного бюджету та інвесторів – нерезидентів. Наприклад, у 2020 році загалом було залучено близько 15 млн. грн для здійснення інноваційної діяльності підприємствами, серед яких цілих 85% - це кошти самих підприємств та решта 15% - це державні кошти та кошти інвесторів. Оскільки протягом 2010 – 2020 рр. підприємства повинні були покривати розвиток та залучення інноваційних технологій за власний рахунок, є логічним, що кількість інноваційно активних підприємств скоротилася з 8 тис. до 2 тис. Адже не всі українські підприємства спроможні підтримувати стабільне здійснення

інноваційної діяльності протягом тривалого періоду часу без фінансової опори з боку держави.

Таблиця 2.3. – Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні в 2010 – 2020 рр.

Роки	Витрати на інновації, млн. грн	У тому числі за рахунок							
		власних коштів підприємств		коштів державного бюджету		коштів інвесторів-нерезидентів		коштів інших джерел	
		млн. грн	у % до заг. обсягу витрат на іннов.	млн. грн	у % до заг. обсягу витрат на іннов.	млн. грн	у % до заг. обсягу витрат на іннов.	млн. грн	у % до заг. обсягу витрат на іннов.
2010	8045,5	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	30,0	771,9	9,6
2011	14333,9	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2012	11480,6	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2013	9562,6	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2014	7695,9	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,7
2015	13813,7	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	23229,5	22036,0	94,9	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3
2017	9117,5	7704,1	84,5	227,3	2,5	107,8	1,2	1078,3	11,8
2018	12180,1	10742,0	88,2	639,1	5,2	107,0	0,9	692,0	5,7
2019	14220,9	12474,9	87,7	556,5	3,9	42,5	0,3	1147,0	8,1
2020	14406,7	12297,7	85,4	279,5	1,9	125,3	0,9	1704,2	11,8

Джерело: складено автором на основі [50]

Посилаючись на вищенаведені статистичні дані, можемо зробити висновок, що обсяги витрат на розвиток та впровадження інноваційних технологій підприємствами є досить нестабільними та варіюються від 8 млн. грн до 23 млн. грн. Окрім цього, не можемо не звернути увагу, що практично всі витрати належать до власних коштів підприємств та лише невелика частка витрат відноситься до коштів державного бюджету та інвесторів – нерезидентів. Наприклад, у 2020 році загалом було залучено близько 15 млн. грн для здійснення інноваційної діяльності підприємствами, серед яких цілих 85% - це кошти самих підприємств та решта 15% - це державні кошти та кошти інвесторів. Оскільки протягом 2010 – 2020 рр. підприємства повинні були покривати розвиток та

залучення інноваційних технологій за власний рахунок, є логічним, що кількість інноваційно активних підприємств скоротилася з 8 тис. до 2 тис. Адже не всі українські підприємства спроможні підтримувати стабільне здійснення інноваційної діяльності протягом тривалого періоду часу без фінансової опори з боку держави.

Отже, підсумовуючи дослідження питання забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств, можемо зазначити, що розвиток інноваційної діяльності є надзвичайно важливим для подальшого економічного зростання України. Сьогодні Україна належить до групи країн, які є повільними інноваторами та не характеризуються великою кількістю інноваційно активних підприємств.

Підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку можливе завдяки переорієнтації інвестиційних потоків до інноваційної сфери, адже, як нами було виявлено, обсяги витрат на розвиток та впровадження інноваційних технологій є досить нестабільними та незначними з боку держави. Окрім цього, проаналізувавши Глобальний інноваційний індекс України, можемо стверджувати, що ключовим у досягненні міжнародної конкурентоспроможності підприємств України є розвиток інфраструктури, підвищення рівня залученості людського капіталу до освоєння новітніх технологій та вивчення іноземних ринків задля обміну досвідом.

Подальший розвиток української економіки не можливий також без вдосконаленої державної політики, яка повинна полягати в визначенні та регулюванні конкуренції на національному ринку. Саме за таких умов підприємства будуть зацікавлені в тому, аби ставати більш конкурентоспроможними. Завдяки підтримці з боку держави підприємства будуть охочіше залучати інноваційні технології аби забезпечити як внутрішню конкурентоспроможність, так і зовнішню.

2.2 Оцінка результативності діючих інноваційних стратегій підприємств українських підприємств

Беззаперечно, сталий розвиток та ефективність сучасних бізнесів є неможливим без запровадження та вдосконалення інноваційних стратегій з боку підприємств. На просторах бізнесу, інновації – це рушійна сила економічного зростання компаній за нестабільних умов сьогодення. Вони вимагають швидкої адаптації до динамічних змін в соціально-економічній та політичній ситуаціях України та на міжнародному ринку. Це, в свою чергу, спричинює появу нових потреб та відповідно виробництво інноваційних продуктів, скорочення собівартості товарів, активацію інвестиційних потоків, збільшення потенціалу бізнесів, покращення іміджу компаній, освоєння нових ринків, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Саме тому, інноваційна стратегія є одним з ключових джерел здобуття конкуруючих переваг підприємствами та досягнення високого рівня результативності та ефективності від здійснення підприємницької діяльності [59]. Використовуючи інноваційні стратегії можливо виготовити конкурентоспроможні, інноваційні та широковідомі продукти та послуги в різних сферах економіки.

Ми вважаємо, що одним з показників результативності діяльності підприємств є обсяги виготовленої продукції. Ознайомившись зі статистичними даними, нами було виявлено, що кількість реалізованої інноваційної продукції, а саме товарів та послуг, складає близько 1% від загального обсягу, що є досить середнім показником (табл. 2.4).

В першу чергу, досить низька частка інноваційної продукції є наслідком невеликої кількості інноваційно активних підприємств. Проте, хочемо відзначити, що частка інноваційної продукції в 2020 році є більшою, аніж в 2018 році. Хоча попередньо нами було досліджено, що в 2018 році в Україні було 8173 підприємств, які залучають інновації, в той час як в 2020 році кількість таких підприємств скоротилась до 2281 одиниць (табл. 2.2).

Таблиця 2.4. – Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг)
за видами економічної діяльності, 2018 – 2020 рр.

	Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг)			
	млн. грн		% до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств відповідного виду економічної діяльності	
	2018	2020	2018	2020
Усього	39121,4	59509,0	0,7	1,1
Промисловість	27329,6	50485,8	0,9	1,9
Переробна промисловість	26864,2	44498,0	1,4	2,4
Металургійне виробництво	2452,4	14106,2	0,5	3,8
Виробництво харчових продуктів	4415,3	6032,1	0,9	1,1
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	315,1	5817,8	0,1	1,8
Наукові дослідження та розробки	5057,3	4084,0	33,3	25,0
Виробництво машин і устаткування	2235,8	3803,1	3,1	5,4
Виробництво електричного устаткування	1459,9	2470,3	3,5	6,8
Виробництво інших транспортних засобів	2581,6	2060,4	5,5	4,5
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2503,1	1841,2	0,1	0,1
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1314,1	1602,3	0,3	0,4
Виробництво автотранспортних засобів	1300,6	1516,2	5,1	5,1
Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	892,1	1460,1	2,4	3,5
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	1096,2	1452,6	6,1	9,3
Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції	1084,9	1384,0	1,1	1,1
Виробництво напоїв	2227,3	1039,8	3,2	1,6
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	1186,9	1030,0	1,6	1,3

Джерело: складено автором на основі [50]

В першу чергу, досить низька частка інноваційної продукції є наслідком невеликої кількості інноваційно активних підприємств. Проте, хочемо відзначити, що частка інноваційної продукції в 2020 році є більшою, аніж в 2018 році. Хоча попередньо нами було досліджено, що в 2018 році в Україні було 8173

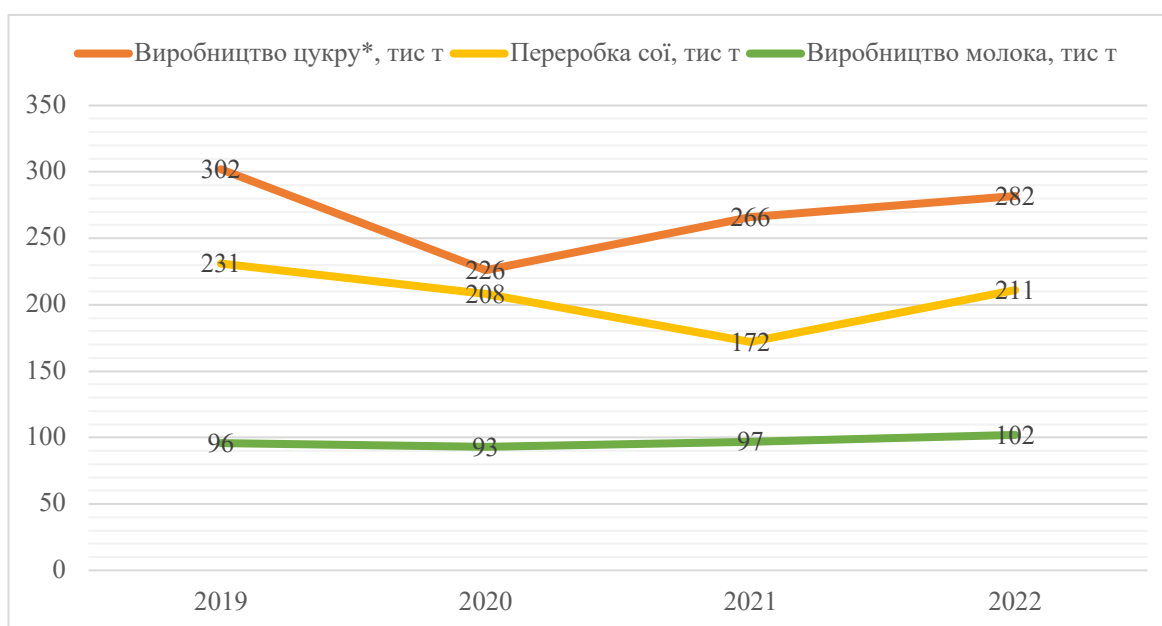
підприємств, які залучають інновації, в той час як в 2020 році кількість таких підприємств скоротилась до 2281 одиниць (табл. 2.2).

Нами було досліджено, що кількість інноваційно активних підприємств за період 2018 – 2020 рр. дорівнювала приблизно 2300 одиницям. Саме тому ми б хотіли більш детально розглянути діяльність декількох інноваційно активних підприємств з різних галузей задля аналізу впливу інноваційних стратегій на ефективність та результативність цих підприємств.

Одним з таких підприємств є компанія Астарта, яка є агропромисловим холдингом та була заснована в 1993 році. Основна діяльність компанії пов'язана з такими галузями:

- рослинництво: 220 000 га земель;
- цукрова промисловість: виробник цукру №1 в Україні, середнє річне виробництво цукру дорівнює 250 – 500 тис. тонн (рис. 2.2);
- молочне та м'ясне виробництво: середнє річне виробництво молока близько 100 тис. тонн (рис. 2.2);
- біоенергетика: містить один з найпотужніших біогазових комплексів, близько 150 тис. м³ біогазу в день;
- переробка сої: загальні обсяги переробки сягають 230 тис. тонн кожного року (рис. 2.2);
- зернова логістика.

Головною особливістю цього холдингу є те, що компанія володіє повним циклом виробництва цукру, починаючи з посіву та вирощування цукрових буряків до безпосереднього його виробництва. Цікавим є те, що ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» була однією з перших компаній, чиї акції розміщені на Варшавській фондовій біржі. Окрім цього, досліджувана компанія однією з перших приєдналась до мережі Глобального Договору ООН серед українських підприємств.



Примітка: * - без врахування 73 тис. т тростинного цукру з імпортованої сировини в 2021 році

Рис. 2.2 - Показники виробництва ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», 2019 – 2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [60]

Проаналізувавши фінансові показники ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», можемо підкреслити, виручка компанії стабільно зростає протягом 2018–2022 рр. Незважаючи на те, що в 2022 році Україна зіштовхнулася з повномасштабним вторгненням, через яке більшість інноваційних підприємств взагалі припинили функціонування, Астарта холдингу вдалось не лише підтримати поточний рівень діяльності, але ще й збільшити обсяги виручки на 4% в порівнянні з 2021 роком та дорівнювала 510 млн. євро (табл. 2.5). Окрім цього, можемо також стверджувати, що валовий прибуток вдвічі збільшився в 2022 році, порівнюючи з 2018 роком. Говорячи про міжнародну діяльність, вартість експорту компанії Астарта склала 278 млн. євро, що становить 54% від загального рівня доходу [60]. Для порівняння, в 2021 році ця частка дорівнювала 44% відповідно. Можемо зробити висновок, що компанія активно розширює міжнародну діяльність та поставляє продукцію до все більшості кількості країн, що робить цю компанію конкурентоспроможною.

Таблиця 2.5. – Фінансові показники ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», 2018 – 2022 рр.

Євро, млн	2022	2021	2020	2019	2018
Виручка	510	491	416	448	372
Валовий прибуток	207	219	122	91	95
EBITDA	155	201	113	78	68
EBITDA маржа, %	30%	41%	27%	17%	18%
Чистий прибуток	65	122	9	2	-18

Джерело: складено автором на основі [60]

Ефективні операційні та фінансові показники ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», а також конкурентоспроможність на міжнародному ринку, є результатом впровадження та активним користуванням інноваційних технологій. Керівництво компанії переконане, що розвиток агро - індустріального сектору є неможливим без сучасних ІТ технологій, які стрімко змінюють способи ведення бізнесу. В 2022 році, незважаючи на повномасштабне вторгнення, AgriChain продовжував вдосконалення існуючих моделей та розробку нових, спрощуючи при цьому складні методи ведення агробізнесу. До нових модулів, які були започатковані AgriChain, належать: AgriChain Machinery (управління технікою та обладнанням) та AgriChain Logistics (управління логістикою, стоками запасів та продуктами) [61].

Розглянувши кожен з інноваційних модулів, започаткованими AgriChain, хочемо зазначити більше деталей про кожний з них. AgriChain Machinery – це система для управління технікою та обладнанням, яке зберігає та накопичує телеметричні дані, поєднує їх зі сторонніми системами та розраховує обсяги обробленої площі та пробіг обладнання.

AgriChain Logistics – це багатофункціональна система планування та контролю перевезень всіх типів продуктів всіма існуючими видами транспорту. Головною метою цього модуля є розробка єдиної автоматичної системи, яка покриватиме весь маршрут від поля, де були зібрані товари та до безпосереднього клієнта. Результатом використання цієї системи є підвищення ефективності через оптимізацію, автоматизацію та регулювання логістичних процесів [61].

Окрім цього, компанія також працює над встановленням комплексної системи на основі штучного інтелекту, яка вивчатиме та аналізуватиме статистичні дані, зібрані протягом 30-ти років ведення бізнесу. Дата аналізуватиметься за допомогою алгоритмів, а отримані результати будуть використовуватись при прийнятті подальших управлінських рішень у логістиці [61].

Іншим прикладом успішної компанії, яка проявляє активність в інноваціях і володіє міжнародною конкурентоспроможністю, є Приватне Акціонерне Товариство «Мироносівський Хлібопродукт» (скорочено ПрАТ «МХП»). Ця компанія була заснована у 1998 році і протягом більше ніж 20 років продемонструвала вражаючу продуктивність у своїй діяльності. ПрАТ «МХП» - це один з провідних агропромислових холдингів України, а також найбільший виробник м'яса птиці на національному та європейському ринках. До основних видів діяльності даного підприємства належать такі активності:

Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами: власно вирощена свійська птиця є ключовим інгредієнтом м'ясної продукції, яка виготовляється компанією;

Розведення свійської птиці: ПрАТ «МХП» є лідируючою компанією на національному ринку свійської птиці, покриваючи майже 55% від загальних обсягів розведеної птиці;

Вирощування зернових культур (окрім рису), бобових культу та насіння олійних культур: ПрАТ «МХП» оброблює один з найбільших банків посівної площі, який дорівнює близько 370 тис. га в Сумах, Києві, Вінниці, Тернополі, Львові та інших регіонах.

Основними принципами інноваційно активної компанії ПрАТ «МХП» є, по - перше, клієнт, а саме розуміння його потреб та бажання допомогти у реалізації цих потреб (рис. 2.3). По – друге, технології, які полягають у можливості реалізувати поставлені плани, використовуючи внутрішні та зовнішні ресурси. По – третє, бізнес, головною місією якого є створення стабільних та прибуткових бізнес рішень, які будуть вартувати уваги потенційних споживачів (рис. 2.3).

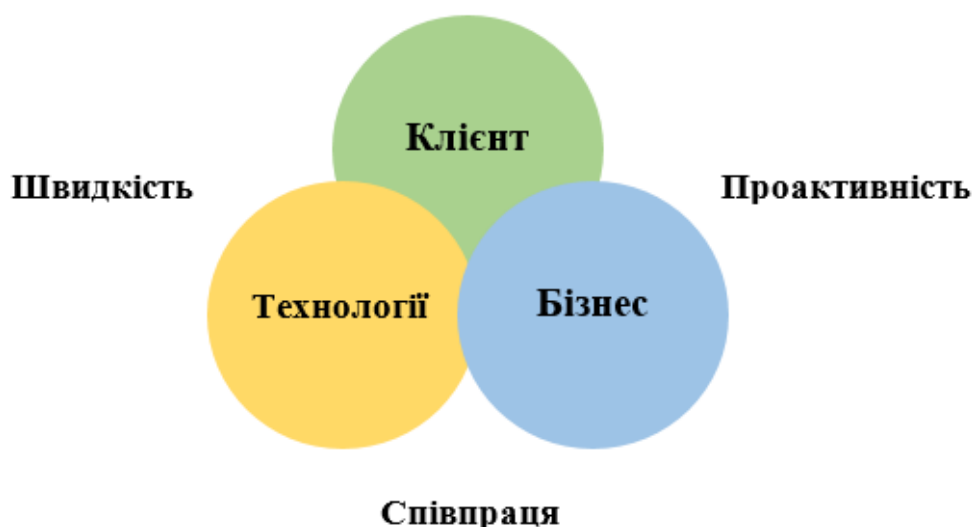


Рис. 2.3 – Основні принципи діяльності холдингу ПрАТ «МХП»

Джерело: складено автором на основі [62], [63]

Однією з найбільш ефективних інноваційних стратегій холдингу ПрАТ «МХП» є трансформація з сировинної компанії на кулінарну, починаючи з 2021 року. Головним завданням цієї стратегії є пошук нових продуктів, послуг та бізнес-моделей, які задовольнятимуть потреби не лише українців, а й населення інших країн. Саме тому холдингом ПрАТ «МХП» було започатковано 3 нові формати, до яких належать: гастростудія «Секрети шефа», магазини поруч з домом «М'ясомаркет» та крамниці «DönerMarket». Дані формати є надзвичайно популярними серед населення та протягом лише двох років досягли значного рівня конкурентоспроможності саме завдяки застосуванню інноваційних стратегій.

Постійний розвиток та інтенсивне запровадження інновацій є наступною інноваційною стратегією холдингу ПрАТ «МХП», яка полягає в оптимізації людської продуктивності, високий біо- та екологічних стандартів, охорони здоров'я та безпеки, добробут тварин, включаючи програму без використання антибіотиків [64].

Не менш важливою є інноваційна стратегія, яка пов'язана з бізнес-процесами компанії. Головною її ідеєю є постійне збільшення ефективності виробництва через модернізацію та застосування інновацій, поліпшення

контролю витрат та якості виготовленої продукції, використання найсучасніших технологій у всіх сегментах бізнесу [64].

Інноваційні стратегії також використовуються у сфері вирощування зерна, оскільки ця галузь є однією з ключових діяльностей холдингу. Головним завданням компанії є стати беззаперечним лідером на аграрному ринку України та інноватором в сфері сталого агропромислового функціонування. Окрім цього, холдинг прагне збільшити рівень прибутковості завдяки досягненню кращої результативності в секторі рослинництва, покращити стратегію управління ресурсами та забезпечити стабільність земельного банку. Досягнення цих цілей можливе лише завдяки інноваціям, використанню сучасної сільськогосподарської техніки та розвитку штучного інтелекту [64]. Не менш важливим є також застосування алгоритмів машинного навчання для аналізу, прогнозування та прийняття управлінських рішень в режимі реального часу.



Рис. 2.4 – Основні фінансові показники холдингу ПрАТ «МХП»

Джерело: складено автором на основі [65]

Використовуючи інноваційні стратегії під час здійснення виробничої діяльності, компанії вдалось перезаснувати постачальні та експортні маршрути, що дало можливість розширити експорт до більше ніж 70 іноземних країн. Це в свою чергу суттєво вплинуло на дохід холдингу, який не тільки збільшився в 2022 році, порівняно з 2021 роком, але і частка доходу від експортних операцій значно зросла (рис. 2.4). У 2022 році дохід холдингу ПрАТ «МХП» збільшився на 11% порівняно з 2021 роком, а саме з 2, 372 млн. дол США до 2, 642 млн. дол США

відповідно. Окрім цього, дохід з експортних операцій зріс на цілих 26% у 2022 році та частка доходу від експорту збільшилась з 53% у 2021 році до 61% у 2022 році (рис. 2.4). Це свідчить про те, що завдяки використанню інноваційних стратегій, компанії вдалось стати більш міжнародно конкурентоспроможною.

Проаналізувавши звіти сталого розвитку холдингу ПрАТ «МХП», нами було виявлено, що дохід компанії стабільно зростає протягом 2018 – 2022 рр., незважаючи на повномасштабне вторгнення в Україну в 2022 році (рис. 2.5). Не менш цікавим є те, що частка доходу від експортних операцій є домінуючою, порівнюючи з часткою доходу від операцій на внутрішньому ринку. Частка доходу від експортної діяльності варіюється від 53% до 61% за період 2018 – 2022 рр. (рис. 2.5).

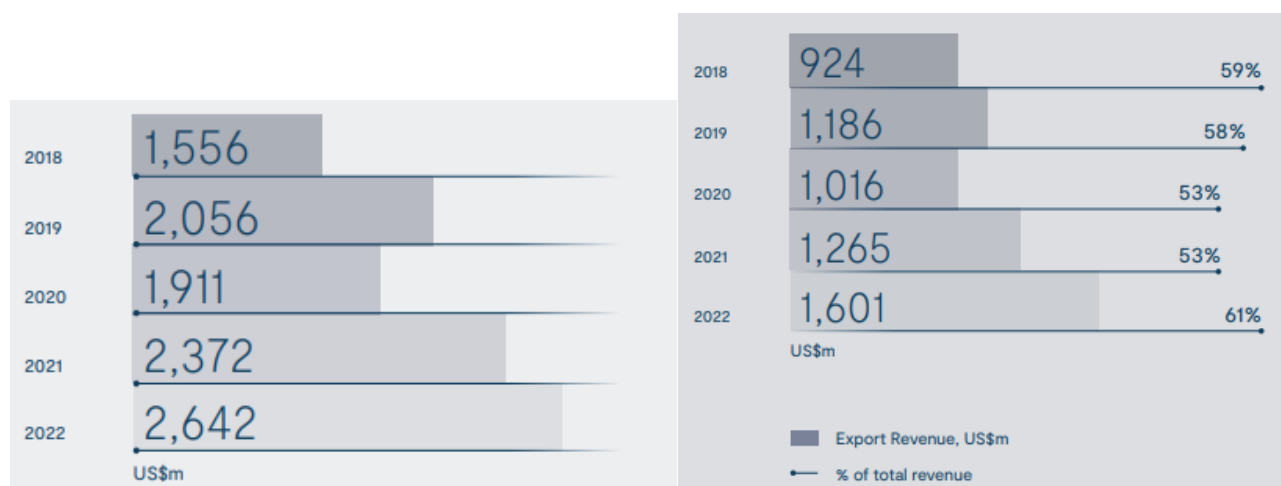


Рис. 2.5 – Загальний дохід компанії та частка доходу від експортних операцій, 2018 – 2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [65]

Вражаючи фінансові результати холдингу ПрАТ «МХП» є доказом того, що використання інноваційних стратегій є однією з ключових причин успіху компанії як на національному, так і на міжнародному ринку.

Наступною компанією, яка є інноваційно активною, є Mastercard. Mastercard – це технологічна компанія, яка здійснює діяльність в індустрії світових платежів. Головною місією компанії є об'єднання споживачів, фінансових інституцій, роздрібних торговців, урядів, діджитал партнерів, бізнесів

та інших організацій по всьому світові, надаючи їм можливість здійснювати електронно-розрахункові операції, не використовуючи при цьому готівку чи чеки [66]. Також компанія гарантує безпечність, простоту, швидкість та доступність у здійсненні платежів з будь – якої точки світу. Компанія робить платежі простішими та більш ефективними, надаючи при цьому чималий різновид платіжних рішень та послуг. Користувачі можуть обирати яке з рішень використовувати, чи Mastercard, чи Maestro або Cirrus. Саме тому, головною цінністю цієї компанії є те, що вона надає гнучкість та вибір споживачам завдяки розробці багатопрофільної комплексної платіжної мережі [66].

Проаналізувавши інновації, які запровадила компанія, ми б хотіли виділи такі: заснування концепції «розумне місто», розробка платформи цифрових гаманців, яка має назву Masterpass, а також діджитал платформа для безконтактних оплат з мобільних пристроїв. Впровадження інноваційних стратегій до операційної діяльності компанії, дало можливість Mastercard розширити власну діяльність на більше ніж 170 країн світу [67]. Завдяки власній конкурентоспроможності компанії вдалось потрапити до рейтингу ТОП - 100 найбільш технологічних країн світу 2018 року, що не може не свідчити про високий рівень інноваційно активної позиції досліджуваної компанії.

Наступною інноваційною стратегією компанії Mastercard було рішення про розробку додатків на блокчейні, які підтримуватимуть оплату цифровими валютами. Популярність цифрових валют значно виросла протягом останніх 5-ти років, а кількість споживачів, які користуються різними блокчейн – платформами безупинно зростає. Використання таких інновацій безсумнівно збільшить кількість клієнтів компанії Mastercard [67].

Не менш вражаючою інноваційною стратегією, на нашу думку, є започаткування програми, яка надаватиме розстрочку за принципом «купи зараз – сплачуй пізніше». Ця ініціатива побудована на зв'язку між кредиторами та продавцями з використанням мережі прийомів платежів Mastercard. Головною ідеєю є надання можливості споживачам здійснити покупку зараз, проте заплатити пізніше.

Керівництво Mastercard переконане, що завдяки інноваційним можливостям та сучасним технологіям, які забезпечують стійкість та гнучкість, компанії вдається задовольняти потреби клієнтів на вищому рівні. Нововведені рішення дають змогу надавати послуги більшій кількості людей, використовуючи різноманітні канали, включаючи мобільні пристрої [67]. Окрім цього, завдяки використанню інновацій Mastercard, фінансові інституції та підприємства матимуть змогу взаємодіяти з споживачам через цифрові канали, що є надзвичайно актуальним в наші часи.

Говорячи про результативність запроваджених інноваційних стратегій, ми б хотіли зазначити, що щорічний прибуток компанії Mastercard стабільно зростає протягом 2010 – 2022 рр., незважаючи на фінансову кризу 2014 – 2015 рр. та на повномасштабне вторгнення в Україну у 2022 році (рис.2.6). Відповідно до статистичних даних, щорічний прибуток 2021 року був на 23.42% вище за попередній рік, а прибуток 2021 року збільшився на 17.76%, в порівнянні з 2021 роком (рис. 2.6).

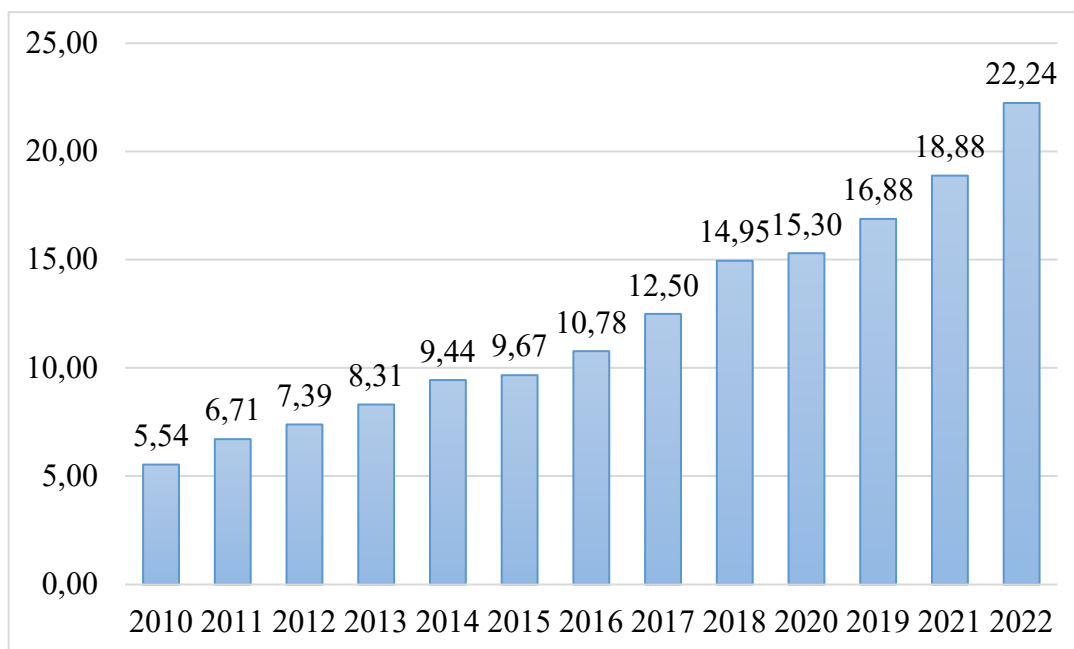


Рис. 2.6 – Щорічний прибуток компанії Mastercard, млн. дол США, 2010–2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [68]

Підсумовуючи результати дослідження взаємозв'язку між результативністю підприємств і використанням інноваційних стратегій, ми б

хотіли відзначити, що підприємствам необхідно систематично аналізувати свою операційну діяльність та використання технологій, щоб залишатися конкурентоспроможними в сучасних умовах. Впровадження нових ідей та інноваційних стратегій дозволяє підприємствам покращити якість своїх продуктів і послуг, збільшити прибуток, скоротити витрати та досягти більшої ефективності у виробничих процесах. Конкуренція в бізнес середовищі стає тільки більш посиленою, саме тому інновації та правильно підібрані інноваційні стратегії дають можливість покращити конкурентоспроможність компанії на національному та міжнародному ринках. Розглянуті нами компанії відзначаються високою інноваційною активністю та досягають значних успіхів на внутрішньому ринку, продовжуючи розширювати свою міжнародну присутність та експортуючи власну продукцію до багатьох країн світу. Завдяки використанню інноваційних технологій та чітко визначеним інноваційним стратегіям цим компаніям вдається поліпшувати як соціальні, так і фінансові показники своєї діяльності.

2.3 Адаптація українських підприємств та їх інноваційних стратегій до змін у воєнний період

Зв'язок між інноваційними стратегіями та міжнародною конкурентоспроможністю українських підприємств є фундаментальним у сучасному бізнес – середовищі. Інновації – це рушійна сила, яка стимулює підприємства виділяти фінансові ресурси на запровадження інноваційних стратегій, технологій для досягнення міжнародних конкурентних переваг. Не менш важливим є те, що застосування інноваційних стратегій свідчить про здатність підприємства адаптуватись до стрімких змін на світовому рівні та про відповідність виготовленої продукції або наданих послуг запитам споживачів, які мають тенденцію регулярно змінюватись. Окрім цього, однією з найбільших конкурентних переваг підприємств, які реалізують інноваційні стратегії, є те, що завдяки інноваціям можна суттєво покращити процес здійснення операційної діяльності. Мається на увазі, скоротити кількість витрат підприємства та

підвищити загальну ефективність. Завдяки цьому, підприємства мають змогу відповідати вимогам міжнародного ринку та встановлювати нижчі ціни, порівняно з національними виробниками певної країни.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну значним чином вплинуло на всі сфери соціально – політичного життя країни. Без сумнівів, постійні терористичні акти країни – агресора, включаючи окупацію величезних територій, мали вагомий вплив на економіку України. Втрата впевненості в майбутньому призвела до закриття чималої кількості підприємств, скорочення темпів виробництва, а подекуди виробничі потужності зазнали значних пошкоджень через постійні атаки сусіда, що місцями призвело до повної втрати технічного обладнання [69].

Вплив повномасштабного вторгнення на українські підприємства є значним та, в основному, негативним, але більшість компаній продовжують працювати та планувати майбутнє. Нами було проаналізовано ступінь впливу вторгнення на діяльність малих та середніх підприємств та розглянуто дослідження, проведене Європейським банком реконструкції та розвитку, де взяли участь близько 200 бізнесів. Посилаючись на вищезазначене дослідження, до негативних наслідків повномасштабного вторгнення стосовно здійснення бізнес – діяльності належать:

- скорочення обсягів бізнес – діяльності, зокрема зменшення кількості операційних підприємств (рис. 2.6);
- суттєва втрата доходу (рис. 2.6);
- зменшення кількості замовлень, зокрема через міграційні процеси, зниження конкурентоспроможності населення, скорочення місцевих і центральних бюджетів;
- загальне скорочення витрат: скорочення заробітних плат, призупинення надходження інвестицій;
- збільшення плинності робочих ресурсів через міграційні процеси та мобілізацію населення (рис. 2.6);

- руйнування енергетичної інфраструктури, що призвело до порушення здійснення стабільної діяльності;
- втрата обладнання та працівників підприємствами, які знаходяться на окупованих територіях та поблизу лінії фронту.

Таблиця 2.6. – Динаміка економічної активності підприємств України за період воєнних дій

57%	36%	6%	43%	22%
Підтримують довоєнну діяльність	Працюють, але зменшили обсяги виробництва	Призупинили діяльність	Рівень доходу скоротився	Рівень зайнятості зменшився

Джерело: складено автором на основі [70]

Проте, хочемо зазначити, що 57% українських підприємств підтримують довоєнний рівень здійснення бізнес – діяльності, що є досить вражаючим показником в цей складний період. Ми переконані, що це можливо, в першу чергу, завдяки адаптивності цих підприємств до сучасних умов та швидкого перегляду інноваційних стратегій, які були запроваджені компаніями в довоєнний період. Адже зараз цілі підприємств змінюються і фокус йде не на освоєння нових технологій, чи інноваційних продуктів. Головним завданням є підтримка стабільної операційної діяльності та збереження робочих місць. Це можливо завдяки [70]:

- реінвестуванню коштів в інші сфери, які є більш актуальними для населення у воєнний період;
- злиттю з більш сильними компаніями, які мають стабільний рівень доходу та не зіштовхнулись з негативними наслідками з початку повномасштабного вторгнення;
- розробці оборонних та стратегій зростання, які відповідатимуть умовам сьогодення та можливостям підприємств;

- запровадженню експортно – орієнтовних стратегій, що дозволить досягти конкурентних переваг на міжнародному рівні та суттєво розширити обсяги ведення діяльності;
- розробці інноваційно – екологічних стратегій, адже питання «екологічності» є вкрай важливим в усьому світі та дозволить підтримувати конкурентоспроможність підприємства і в мирний час.

Не зважаючи на те, що українські підприємства зіштовхнулись зі значною кількістю негативних наслідків з початку повномасштабного вторгнення, досить велика кількість компаній адаптувались та змогли знайти способи не тільки стабільно функціонувати, але й розвиватись. Про це свідчить дослідження Європейського банку реконструкції та розвитку, адже 57% підприємств підтримують довоєнну діяльність (рис. 2.6). До позитивних тенденцій, які відкрили для себе бізнеси під час воєнних дій, належать [70]:

- збільшення продажів, завдяки фокусу на міжнародний ринок та зменшення кількості конкурентів на національному ринку;
- більша активність підприємств у пошуку експортних можливостей, адже міжнародний ринок став більш лояльним до української продукції;
- перехід до виробництва продукції з високою доданою вартістю та пошук ексклюзивної продукції, яка користується попитом серед населення;
- пошук нових інноваційних стратегій, які є більш ефективними та відповідають сучасним умовам здійснення бізнес – діяльності;
- вищий рівень кооперації між українськими підприємствами.

Прикладом компанії, якій успішно вдалось адаптуватись до умов ведення бізнесу з початку повномасштабного вторгнення та успішно передивитись використовувані інноваційні стратегії, є Henkel Україна. Компанія застосовує інноваційні стратегії протягом понад двадцяти років та є дочірньою компанією міжнародної корпорації Henkel Group. Остання спеціалізується у сфері хімічної промисловості та виробництва споживчих товарів. До всесвітньо відомих брендів,

якими славиться компанія, входять Palette, Persil, Perwoll, Schauma, Silan, Taft та інші [71].

Переходячи до інноваційних стратегій Henkel Україна, нами було проаналізовано «Звіт щодо сталого розвитку» компанії за 2022 рік, який детально описує діяльність та прогрес підприємства у запровадженні стратегій стабільності. Відповідно до вищезазначеного звіту, компанії вдається досягати прогресу в багатьох сферах діяльності, зокрема зменшуючи кількість викидів вуглекислого газу та підвищуючи власну соціальну активність. До вдосконалених інноваційних стратегій, запроваджених у 2020 році, належать [71]:

- захист клімату, а саме – зменшення кількості викидів, як нами вже було зазначено;
- збільшення кількості електроенергії, яка закуповується з відновлювальних джерел (до 70%);
- скорочення використання пакувальних матеріалів, зокрема планується досягти 100% пакування для перероблювання та повторного пакування у 2025 році;
- збільшення частки переробленого пластику у виробництві. Для порівняння, у 2022 році ця частка дорівнювала лише 16%, що є досить низьким показником;
- скорочення обсягів відходів на 50%. Головною ціллю компанії є повторне використання відходів виробництва;
- захист природних ресурсів, а саме – закупівля екологічно чистої сировини.

До не менш важливих інноваційних стратегій, на які був зроблений фокус компанією Henkel Україна, варто також віднести розширення соціальної відповідальності. В перші тижні після повномасштабного вторгнення Henkel запровадив комплексну програму солідарності, головним завданням якої була безпека та підтримка працівників. Компанія одразу надала фінансову допомогу працівникам, а також допомогла з переїздом до безпечніших регіонів України та країн Європи [71].

Після розв'язання питання безпеки співробітників, компанія допомогла працівникам відновити їх ментальне здоров'я та особисту мотивацію. Для цих цілей було засновано психологічні лінії підтримки та онлайн зустрічі з покращення ментального самопочуття, які називаються «Ранкова кава». Окрім цього, компанією було започатковано зустрічі з Президентом Henkel Україна для більшої підтримки та налагодження тісної взаємодії [72].

Не менш важливим є те, що з перших днів повномасштабного вторгнення, компанією було розпочато проекти гуманітарної підтримки. Henkel була однією з перших світових компаній, яка категорично засудила акт агресії проти України з боку росії, заморозила всі інвестиційні потоки, спонсорство проектів країни – агресора та оголосила про намір вийти з ринку росії до кінця року. І компанію не зупинила навіть потенційна втрата прибутку, адже сегмент користувачів, представлений в росії, є дійсно суттєвим. Окрім цього, Henkel затвердила пакет фінансової допомоги для реалізації гуманітарних проектів України, як знак активної підтримки населення, яке постраждало [72].

Завдяки чітко налагодженим процесам операційної діяльності та стійкості, компанії Henkel Україна вдалось забезпечити покупців та партнерів стабільними поставаннями продукції, наскільки це дозволяла логістична ситуація. Два з чотирьох наявних підприємств Henkel Україна відновили діяльність навесні та продовжили інвестування у нові технології та розробку інноваційних продуктів. Підприємства сфокусувались на подальшій модернізації, в рамках глобальної інноваційної стратегії сталого розвитку, включаючи застосування енергоощадних технологій, запроваджуючи раціональне використання ресурсів та проводячи диджиталізацію бізнес – процесів [71].

Підсумовуючи питання адаптації компаній та їх інноваційних стратегій з початку повномасштабного вторгнення, хочемо зазначити, що не всі підприємства зіштовхнули з негативними наслідками, спричиненими вторгненням. Більшості компаніям вдалось адаптуватись до жахливих умов, підтримувати довоєнну діяльність та, навіть, запроваджувати вдосконалені стратегії, які сприятимуть

подальшому розвитку компаній за нових реалій. Одним з таких підприємств є Henkel.

Проаналізувавши статистичні дані компанії за третій квартал 2023 року, нами було виявлено, що продажі корпорації фіксувалися на рівні 6 млрд. євро, що свідчить про органічне зростання на 2.8%. Ми вважаємо, що такого результату вдалось досягти через зміну фокусу компанії на виробництво продукції, яка користувалась більшим попитом серед цільової аудиторії та вдосконаленій політиці ціноутворення, яка зіштовхнулась з підвищенням цін на сировину. Не зважаючи на те, що номінальні продажі компанії суттєво скоротились, а саме – на 9%, через припинення діяльності на ринку країни – агресора, компанії вдалось досягти значних фінансових результатів, а також прийняти активну участь у гуманітарних проектах та надати фінансову допомогу постраждалим від повномасштабного вторгнення [71].

Органічне зростання продажів у третьому кварталі 2023 року було помітне у регіонах Північної Америки, Європи та Латинської Америки. Проте, варто відзначити, що скорочення продажів спостерігалось в Азіатсько – Тихоокеанському регіоні. Ключовою з причин такої тенденції може бути напружена ринкова ситуація, яка спостерігалась в Китаї.

РОЗДІЛ 3.

ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

3.1 Формування міжнародних інноваційних стратегій в підвищенні конкурентоспроможності підприємства

Як нами вже було визначено в попередніх розділах, однією з ключових умов формування конкурентоспроможної стратегічної перспективи підприємств, в першу чергу, є здійснення інноваційної діяльності. Запровадження інновацій є одним з найбільш дієвих способів збільшення конкурентоспроможності товарів та підтримки високих темпів розвитку та прибутковості. Проте, в той самий час, цей вирішальний фактор, а саме - формування інноваційних стратегій задля підвищення конкурентоспроможності підприємств, не використовується в повній мірі в Україні. Ми вважаємо, що це пов'язано, в основному, з нестабільною політичною ситуацією в країні, яка полягає у повномасштабному вторгненні росії в Україну 24 лютого 2022 року. До несприятливих факторів здійснення інноваційної діяльності, які сповільнюють темпи формування інноваційних стратегій, також варто віднести брак коштів та ресурсів, необхідних для запровадження інновацій, неохоче прагнення виробників впроваджувати нові розробки та руйнування значної кількості підприємств у різних галузях економіки, що призвело до закриття цих підприємств.

Головною проблемою більшості українських підприємств є те, що їх методи організації виробництва не побудовані на інноваційних стратегіях, що є перешкодою у підвищенні їх рівня конкурентоспроможності на міжнародному рівні. В результаті чого постає необхідність в пошуку та впровадженні вдосконалених інноваційних методів та підходів сучасної організації виробництва, які будуть сприяти подальшому розвитку підприємств [73].

Аналіз конкурентоспроможності будь – якого підприємства полягає у оцінці рівня розвитку відповідного підприємства у конкретному напрямку діяльності. Як відомо, здійснення оцінки конкурентної позиції можливе за допомогою двох підходів, а саме: структурного та функціонального. Розглядаючи більш детально структурний підхід, то в даному випадку оцінка формується на основі аналізу позиції конкретного підприємства, враховуючи рівень монополізації галузі. З нашої точки зору, функціональний підхід є більш результативним та точним, адже полягає у врахуванні показників ефективності виробництва цього підприємства. За функціональним підходом ключовим є аналіз фінансового стану протягом досліджуваного періоду, зазвичай це період 10-ти років, рівень збуту підприємством та наскільки виготовлена продукція є більш конкурентоспроможною на національному та міжнародному ринках [73].

Зосередивши увагу на функціональному підході, варто зазначити, що оцінка конкурентоспроможності підприємства може бути здійснена наступними методами: матричними, індексними, графічними та аналітичними [73].

Розглянувши детально всі вищенаведені методи, ми б хотіли зазначити декілька слів про матричні методи, адже вони є найбільш широкоживаними та, на нашу думку, є найбільш ефективними у оцінці рівня конкурентоспроможності. Завдяки цим методам можливо проаналізувати рівень розвитку конкуренції у динаміці, тобто за певний проміжок часу. Недоліком даного методу є описовий характер, через який не можливо в повній мірі врахувати фінансові показники діяльності підприємства. Проте, посилаючись на статистику використання даного методу, нами було виявлено, що саме завдяки матричним методам можливо запропонувати найбільш підходящу конкурентну стратегію, яка відповідатиме конкурентно – інноваційному потенціалу підприємства. До прикладів матричних моделей оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств можна віднести [73]:

- Матриця McKinsey;
- Матриця конкурентних стратегій М. Портера;
- Матриця А. Томсона і Р. Стрікланда;
- SWOT – аналіз;

- SPACE – аналіз;
- STEP – аналіз.

Проаналізувавши результативність діючих інноваційних стратегій українських підприємств, на прикладі ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП», нами було зроблено фокус на агропромисловий комплекс України (скорочено АПК). Саме тому ми б хотіли більш детально зазначити позитивні та негативні сторони поточного стану АПК нашої країни, використовуючи матричний метод, а також дослідити потенційні можливості та існуючі загрози за допомогою SWOT – аналізу (табл. 3.1).

Таблиця 3.1. – SWOT – аналіз агропромислового комплексу України

Внутрішні переваги	Внутрішні недоліки
• Збільшення попиту на продукти харчування; • Збільшення населення планети; • Освоєння нових ринків агропромисловою продукцією України; • Активізація тенденції урбанізації населення планети в результаті процесів глобалізації.	• Високий рівень конкуренції з іншими державами, які спеціалізуються на сільському господарстві та є постійними експортерами харчової продукції. • Значна підтримка національних виробників розвиненими країнами, що перешкоджає експорту.
Зовнішні можливості	Зовнішні загрози
• Вигідне географічне положення: велика к-сть сільськогосподарських земель, розвинуті експортні можливості; • Плідні ґрунти; • Благосприятливий клімат.	• Скорочення врожайності; • Виснаження ґрунтів; • Низький рівень підтримки агропромислових підприємств з боку держави; • Брак кваліфікованих працівників; • Відсутність політичної стабільності протягом останніх 10-ти років; • Низький рівень інвестицій з боку інших країн; • Застарілі технології через відсутність інноваційних методів виробництва та запровадження інноваційних стратегій.

Джерело: удосконалено автором на основі джерел [73].

Досліджуючи дані, отримані в результаті формування SWOT – аналізу агропромислового комплексу України, можемо зробити висновок, що Україна має

надзвичайно великий потенціал до подальшого освоєння нових ринків та здобуття більш конкурентоспроможної позиції на світовій арені. Проте, варто зазначити, що внутрішні недоліки є досить вирішальними та стримують потенціал нашої країни, впливаючи на конкурентоспроможність всього АПК. Відсутність інноваційних методів виробництва та запроваджених інноваційних стратегій впливає на поточний стан здійснення бізнес – діяльності підприємствами та гальмує використання існуючих переваг. Саме тому ми переконані, що формування міжнародних інноваційних стратегій є ключовим завданням в підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Переходячи до інноваційно – активних українських підприємств ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП», які було нами розглянуто в другому розділі, ми б хотіли зробити порівняльний аналіз цих двох підприємств та розгляну їх сильні, слабкі сторони. Ці два підприємства є інноваційно – активними, проте стратегії, які вони використовують, суттєво відрізняються [61, 65].

До сильних сторін ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» належать наявність досвідченого персоналу, доведена стабільність на ринку агро - промислової продукції, високий ступінь корпоративної соціальної відповідальності компанії, а також досить високий технічний рівень забезпечення, що дозволяє компанії займати видатну позицію на ринку, входячи до топ - 5 агрохолдингів України [61]. Проте, варто зазначити, що до слабких сторін компанії належать залежність від змін світових цін, від змін клімату, а також послаблення ефективності діяльності протягом останніх трьох років, що є результатом неохочого запровадження інноваційних стратегій, порівнюючи з рештою конкурентів на агро – промисловому ринку [61].

Для проведення аналогії між діяльністю двох конкурентів, а саме ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП», нами було зроблено SWOT – аналіз двох компаній для визначення сильних та слабких сторін ПрАТ «МХП». До сильних сторін ми б хотіли віднести [65]:

- Лідерська позиція на ринку курятину та зерновому ринку;

- Доведена стійкість до нових ринкових викликів, включаючи повномасштабне вторгнення росії до України;
- Розроблена ефективна бізнес – модель;
- Значна прибутковість компанії від продажів виготовленої продукції, що пов'язано з високим рівнем інноваційного та автоматизованого виробництва;
- Чіткий підхід до формування стратегій;
- Наявність великої кількості споживачів завдяки стабільній маркетинговій інноваційній стратегії, яка розширює цільову аудиторію компанії.

Проте, не можемо не зазначити декілька слів про слабкі сторони компанії, до яких ми віднесли занадто великі розміри виробництва, які перевищують можливості компанії, відсутність стратегії щодо збереження існуючих ресурсів та неактивна залученість компанії в соціальній сфері [65].

Провівши аналогію між сильними та слабкими сторонами ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП», безумовно, ми можемо стверджувати, що ці компанії є інноваційно активними, про що свідчить запроваджена політика та їх позиції на ринку. Проте з іншого боку, ми бачимо чималі можливості для досягнення світової конкурентоспроможності цих компанії завдяки вдосконаленню існуючих інноваційних стратегій [61, 65].

З нашої точки зору, керівництво ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» має приділити значну увагу та ресурси на запровадження інноваційної маркетингової стратегії, адже на прикладі ПрАТ «МХП», це чудова можливість аби розширити цільову аудиторію на вітчизняному рівні та завоювати нові експортні ринки. Підтвердженням цьому є той факт, що близько 40% виробленої продукції компанії направлені на експортну діяльність [65]. За останніми статистичними даними, зараз ПрАТ «МХП» експортує до більше ніж 80 країн світу, де 33% - це країни ЄС, 32% - до Північної Африки та Близького Сходу, решту до СНД та країн Азії. Важливим є те, що попри високу конкурентоспроможність на світовому ринку, компанія продовжує не тільки розширювати обсяги торгівлі в

вищезазначених країнах, але й шукає нові можливості для експорту. Окрім цього, маркетингова інноваційна стратегія ПрАТ «МХП» містить в собі наступні складові [65]:

1. Постійний контроль здійснених витрат на виробництво;
2. Відкриття сучасних підприємств, повністю оснащених необхідним технологічним обладнанням;
3. Здійснення підтримки та просування торгових марок, а саме через запуск рекламної компанії, що дозволяє розширювати цільову аудиторію, бути на слуху у споживачів продукції та гарантувати високу впізнаваність;
4. Розширення асортименту продукції та запровадження нових ініціатив, які покривають потреби споживачів;
5. Розвиток франчайзингової мережі, що дозволяє збільшувати продажі.

Тобто, можемо з впевненістю стверджувати, що інноваційна маркетингова стратегія ПрАТ «МХП» є чітко побудованою, ефективною та допомагає компанії підтримувати високий рівень конкурентоспроможності на вітчизняному та світових ринках.

Говорячи про поточний стан інноваційної маркетингової стратегії ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», хочемо відзначити, що компанія не приділяє значної сфери цій стороні діяльності та робить більший фокус на корпоративно – соціальній сфері [61]. Безумовно, ми погоджуємось, що вклад в соціальну сферу, який проявляється, в першу чергу, в підтримці й працівників, й українського населення після повномасштабного вторгнення росії в Україну, є надзвичайно важливим, проте не варто знецінювати роль маркетингової сфери, як спосіб просування.

Проаналізувавши соціальні мережі компанії, адже це маркетингове обличчя, яке надає впізнаваності серед споживачів, варто відзначити, що компанія не спеціалізується на створенні контенту та побудові маркетингових стратегій [61]. На нашу думку, в контексті маркетингової сфери ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» повинна провести детальний аналіз власної цільової аудиторії, розглянувши

їх потреби, переваги та звички споживання. Прикладом, як повинен бізнес реагувати та підлаштовуватись під потреби споживачів, є компанія ПрАТ «МХП». Компанією було здійснено глибокий аналіз цільової аудиторії, в результаті якого ПрАТ «МХП» розробили інноваційний маркетинговий продукт – Kulinator, що є кулінарним чат - ботом на основі штучного інтелекту [65]. Ключова група споживачів ПрАТ «МХП» заявили, що не хочуть витратити час на приготування їжі, адже цей час вони можуть провести з родиною, друзями або на зайнятті власними хобі. Чат – бот Kulinator може запропонувати меню на вечерю, в залежності від тих продуктів, які є в наявності. Врахувавши побажання споживачів, чат – бот може пропонувати як прості рецепти, що будуть направлені на кулінарів - початківців, так і цікаві, складні рецепти, які будуть орієнтовані на споживачів, що хочуть спробувати щось нове та незвичне. Для того, аби Kulinator став персональним асистентом у процесі приготування необхідно зареєструватись до чат – боту. Окрім цього, Kulinator містить детальну інформацію про продукти, які виготовляються ПрАТ «МХП», що підсилює впізнаваність цього бренду та допомагає налагоджувати контакт з цільовою аудиторією через користування чат – ботом.

Для того, аби покращити інноваційну маркетингову стратегію ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», компанії необхідно вдосконалити існуючий веб – сайт, забезпечивши зручний та інформативний інтерфейс, щоб у користувачів не було труднощів у користуванні інтерфейсом. Не менш важливим є використання соціальних мереж, адже це один з дієвих способів залучення аудиторії та взаємодії з нею. Для порівняння, сторінка компанії ПрАТ «МХП» в Інстаграм є більш розвиненою та привабливою для користувачів, адже чітко простежується підібраний контент, підхід до організації сторінки та висвітлення найбільш важливого контенту для споживачів за допомогою «хайлайтс (збережених історій)» (рис. 3.1).

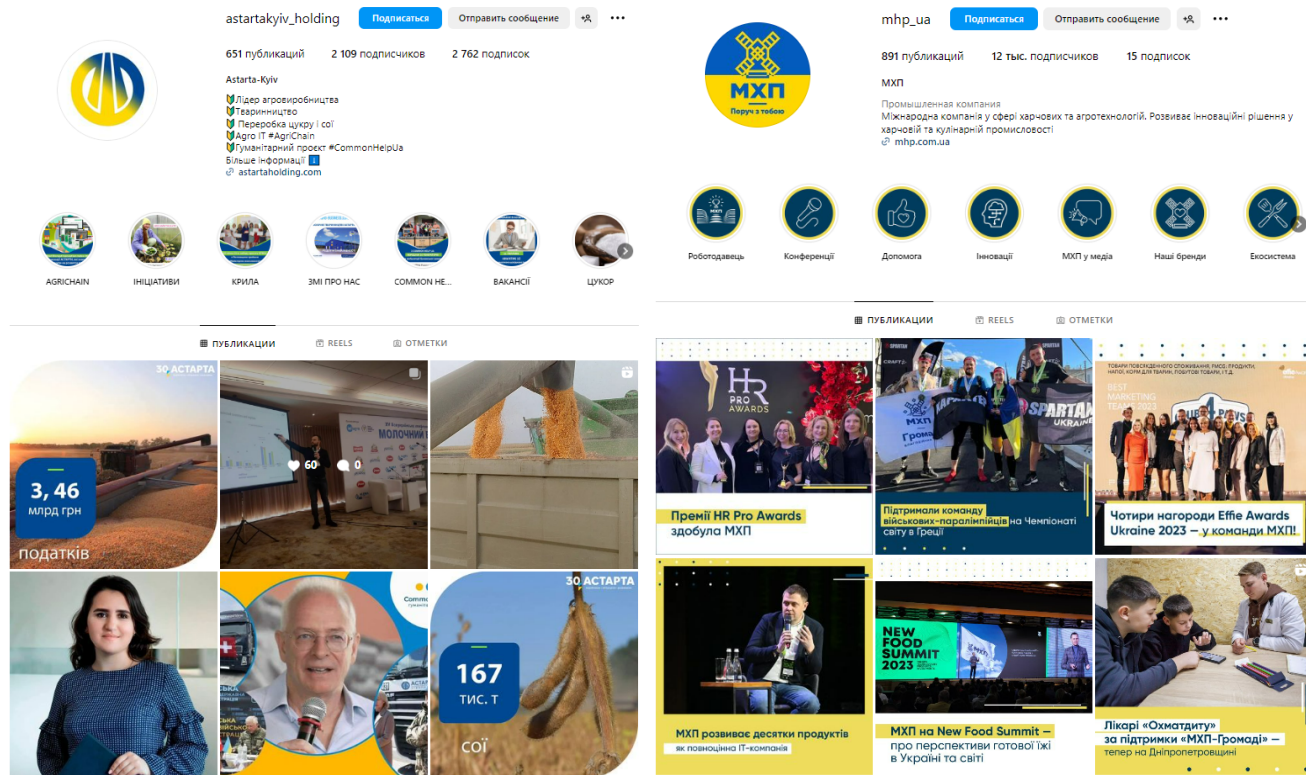


Рис. 3.1 – Порівняння сторінок ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП» в соціальній мережі Інстаграм

Джерело: сформовано автором [74, 75]

Для того аби покращити інноваційну маркетингову стратегію ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» необхідно не лише мати присутність в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, TikTok та інші, необхідно створювати цікавий та інформативний контент, який відповідатиме потребам цільової аудиторії та призведе до збільшення кількості підписників та зростанню активності на сторінці. Наприклад, порівнюючи кількість підписників обох компаній, варто відзначити, що ПрАТ «МХП» має набагато більше підписників, ураховуючи, що кількість підписок на сторінці цієї компанії є суттєво меншою, в порівнянні з кількістю підписок ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» (рис. 3.1). Ми вважаємо, що така тенденція є результатом формату контенту, який присутній на сторінці. Адже на сторінці ПрАТ «МХП» є не лише контент, який описує діяльність компанії, а й численні розіграші, висвітлення досягнень, представлення нових інноваційних технологій, приклади соціальної допомоги та інше (рис. 3.1). Саме тому інтерес споживачів ПрАТ «МХП» є більш явний, адже це проявляється в кількості

вподобань, коментарів під контекстом, що дозволяє компанії підтримувати онлайн присутність ефективно.

Наступною рекомендацією, як покращити інноваційну маркетингову стратегію ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ», є розвиток стратегічних партнерств з релевантними гравцями на ринку для розширення аудиторію та проведення обміну аудиторією, а також посилення впливу на ринку.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» та ПрАТ «МХП», нами було складено детальний SWOT – аналіз, що належить до матричних моделей оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. Окрім цього, нами було розглянуто поточний стан агропромислового комплексу України та сформовано поточні можливості для розвитку та розширення діяльності на світовий рівень. Завдяки детальному розгляду діяльностей обох компаній, нами було проведено аналогію, що дозволило сформулювати необхідні кроки задля досягнення вищого рівня конкурентоспроможності на світовому ринку. Інноваційна маркетингова стратегія та конкурентоспроможність підприємств є тісно пов'язаними, адже інновації у сфері маркетингу – це один з найефективніших способів досягнення конкурентних переваг. Завдяки правильно впровадженій інноваційній маркетинговій стратегії можливо створювати унікальні продукти, які будуть користуватись попитом серед цільової аудиторії та покривати потреби споживачів.

Інноваційна маркетингова стратегія ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» повинна визначати унікальну пропозицію для споживачів та залучати, утримувати клієнтів. Окрім цього, ефективна стратегія в сфері маркетингу повинна бути сфокусована на вдосконаленні корпоративного образу, що можливо, в першу чергу, завдяки організованій та стабільній діяльності в соціальних мережах. Узгоджене використання інновацій у маркетинговій сфері допоможе компанії не лише досягти високого рівня конкурентоспроможності на світовому ринку, а й бути лідером, за яким слідуватимуть решта підприємств. Поточний стан інноваційної маркетингової стратегії ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» є досить незадовільним, саме тому завдяки запропонованим нами способами необхідно

розпочати з вивчення цільової аудиторії, покращення онлайн присутності, активній участі у партнерствах та створенні якісного контенту. В результаті, ми впевнені, що компанії вдасться охопити більше користувачів, які стануть в подальшому цільовою аудиторією.

3.2 Вибір оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах макроекономічної нестабільності

Макроекономічна нестабільність призводить до стану невизначеності, який спостерігається, як в Україні, так і на світовому рівні протягом останніх декількох років. Пандемія COVID-19 змусила бізнеси пристосуватись до нових умов діяльності завдяки адаптації їх стратегій розвитку до численного ряду обмежень. Не дивлячись на суттєве послаблення глобальної пандемії та здобуту гнучкість підприємств у здійсненні діяльності, світ і надалі зіштовхується з певним рядом викликів. До них належать: глобальні інфляційні занепокоєння; кардинальна зміна клімату, яка призводить до появи екстремальних погодних умов, такі як землетруси, повені та інші; фінансова нестабільність, спричинена інфляцією; постійне коливання відсоткових ставок та посилення геополітичної напруженості, що призводить до повномасштабних вторгнень. З іншого боку, навіть при таких викликах, зафіксовано збільшення обсягу вкладених інвестицій, оскільки суспільство має прагнення боротися зі змінами клімату та підвищувати корпоративну стійкість. Значна частина цих інвестицій спрямована на впровадження інноваційних стратегій, застосування передових технологій та оптимізацію виробничих процесів з метою підвищення конкурентоспроможності на національних та світових ринках. Це, в свою чергу, може призвести до зростання прибутковості підприємств, що, безперечно, позитивно вплине на економіку країни, де ці підприємства діють.

Стрімкий прогрес у галузі науки та технологій призвів до того, що ми є свідками посилення тенденції світового економічного зростання. На сучасному етапі, досягнення сталого економічного розвитку стали важливою темою для

багатьох країн, як розвинених, так і тих, які ще тільки виходять на шлях розвитку. Сталість економіки можлива лише за умови її гармонійних складових, а саме: економічної, соціальної та екологічної систем [76, 77]. Одним із ключових факторів досягнення сталого економічного зростання для країн є підвищення конкурентоспроможності підприємств на національних та світових ринках. Як вже було відзначено в попередніх розділах, ефективно підібрані інноваційні стратегії стають запорукою успіху підприємств і визначають, чи зможе підприємство витримати існуючий рівень конкуренції.

Переходячи до безпосереднього аналізу інноваційних стратегій, які можуть використовувати підприємства для здобуття вищого рівня конкурентоспроможності, ми б хотіли наголосити на тому, що тактики, які сприяють стабільному процвітання бізнесу, також змінюються з часом та залежать від поточної ситуації на ринку. Відповідно до цього, ми вважаємо за необхідне більш детально розглянути передові тенденції, які впливатимуть на бізнес – середовище у 2024 році. Безумовно, ми підтримуємо думку, що в першу чергу, успіх підприємств у постійно – змінному бізнес – середовищі залежить від того, чи стратегії підприємств випереджають сучасні тенденції. Не менш важливим є те, наскільки сильно підприємства вміють адаптуватись до поточних умов здійснення діяльності [78].

До тенденцій, які будуть простежуватись у 2024 році, ми б хотіли віднести наступні [78]:

1. Стабільність як фундаментальний підхід: стабільність стане важливим компонентом корпоративної стратегії, а не додатковим елементом, як це було протягом останніх років. Екологічні, соціальні та управлінські принципи все більше впроваджуватимуться бізнесами у власну діяльність. Для потенційних інвесторів питання сталого розвитку є надзвичайно важливим, адже це є певним гарантом, що їх інвестиція буде успішною та ефективною.

2. Прискорення цифрової трансформації: не зважаючи на те, що пандемія та конфлікти посилили цей процес, тенденція повинна і надалі зберегтись протягом наступного року. До цифрової трансформації, ми б хотіли також

віднести й інновації. Для того аби покращити досвід клієнтів, пришвидшити процеси та здобути конкурентні переваги, підприємствам необхідно і надалі виділяти значну частину інвестицій для залучення передових технологій, таких як блокчейн, штучний інтелект (ШІ) та інтернет речей. Запровадження цифрових платформ та інструментів стане не лише перевагою на національному рівні, а й вдосконалим інноваційні стратегії підприємств.

3. Оптимізація віддаленої та гібридної робочої сили: формати гібридної та віддаленої роботи залишатимуться актуальними ще тривалий час, саме тому більшість підприємств вже адаптувались до цих змін та продовжують вдосконалювати робочий простір своїх співробітників, не зважаючи на їх відсутність в фізичних офісах. Компанії повинні застосовувати інноваційні стратегії також у соціальній частині здійснення бізнес – діяльності. Інноваційні стратегії повинні бути направлені на вдосконалення методів керівництва та мотивації працівників. Окрім цього, тенденція переходу на віддалений та гібридний формати є значною перевагою для компаній, адже керівництво може максимально використовувати переваги робочих талантів на світовому рівні. Варто також зазначити, що технології для віддаленої роботи залишатимуться і надалі актуальними, окрім цього вони будуть вдосконалюватись, зосереджуючись на безпеці даних співробітників, ефективній співпраці та зручній комунікації.

4. Стійкість та диверсифікація ланцюгів постачання: наслідки пандемії COVID-19 та події останніх років виявили слабкості в міжнародних ланцюгах постачання, адже багато з підприємств не могли продовжувати здійснення операційної діяльності, адже не були готові до закриття кордонів та введення ряду обмежень на експорт/імпорт. Для того, аби підготуватись до майбутніх потрясінь в бізнес – середовищі, компанії приділятимуть значну увагу стійкості та диверсифікації ланцюгів постачання. Це може бути реалізовано через пошук альтернативних постачальників, запровадженні локалізованого виробництва та виділення частки інвестицій на управління потенційними ризиками.

5. Безпека та конфіденційність даних: з кожним роком цінність даних споживачів тільки зростає, саме тому компанії повинні зосередитись на

впровадженні посилених заходів забезпечення конфіденційності та безпеки персональних даних. Це, в свою чергу, допоможе завоювати та утримувати довіру споживачів, а також уникнути витратних порушень безпеки.

6. Персоналізація та кастомізація: персоналізований досвід стає все більшим пріоритетом для користувачів, коли йде мова про вибір бізнесу з яким співпрацювати. Компанії активно використовують всі можливості та інструменти штучного інтелекту для того, аби налаштувати персоналізовані маркетингові повідомлення, товари та послуги, які відповідатимуть індивідуальним побажанням кожного з клієнтів. Ми вважаємо, що це є надзвичайно важливим, адже сприятиме задоволенню клієнтів отриманими товарами або послугами та підвищить їх лояльність.

7. Популярність віртуальних заходів: запровадження віртуальних заходів компаніями набирає все більших обертів з початком COVID-19. Використання цифрових технологій змінило формати проведення подій, що спричинило широке розповсюдження віртуальних заходів. І це є надзвичайно зручно, як для компаній та їх працівників, так і для клієнтів, адже можна залишатись вдома, використовуючи нові бізнес – стратегії для подальшого розвитку.

Підсумовуючи вищенаведені тренди, нами було визначено, що бізнес - середовище чекає радикальна трансформація. Тенденції цифрової трансформації, сталого розвитку, оптимізації віддаленої роботи та захисту конфіденційності даних наголошують на тому, наскільки важливо для бізнесу залишатись гнучким, інноваційним та орієнтованим на потреби споживачів.

Проаналізувавши тренди бізнес – стратегій, які спостерігатимуться у 2024 році, ми б хотіли зазначити, що для того аби успішно розвиватись в умовах стрімких змін, підприємства повинні бути готові адаптуватися до нових реалій та пристосовуватись до вищезазначених змін. Ми вважаємо, що для досягнення успіху бізнес – стратегія повинна залишатись адаптивною, гнучкою, креативною та направлена на потреби клієнтів.

Переходячи до більш практичної частини питання вибору оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку в умовах

макроекономічної нестабільності, нами було сформовано матрицю пропозицій щодо вдосконалення існуючих інноваційних стратегій найбільш інноваційних підприємств України. Окрім цього, нами було сформовано короткий опис профілю кожної з компаній, адже не всі вищезазначені підприємства були детально розглянуті нами під час проведення дослідження. До них належать: Астарта, ОККО, МХП, Vitmark, Kernel та Galicia.

Ці підприємства є лідерами у сферах сільського господарства, машинобудуванні, енергетиці та виробництві продукції. Не менш важливим є те, що підприємства є також експортно – орієнтованими, адже значна частина їх виготовленої продукції направлена на експорт. Це в свою чергу свідчить про те, що підприємства є конкурентоспроможними не лише на національному ринку, а ще й на світовому. Саме тому необхідно визначити способи, як покращити їх існуючі інноваційні стратегії, аби в майбутньому можна було досягти більше конкурентних переваг, порівняно з виробниками аналогічної продукції на ринках.

Компанія ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» активно інвестує в сучасні агротехнології [61]. Для керівництва компанії великого значення набуває автоматизація виробничих процесів, оскільки це є необхідним елементом для збільшення масштабів виробництва та подальшого освоєння світових ринків. Окрім цього, інноваційна стратегія компанії направлена на використання екологічно чистих методів обробки землі, що свідчить про бажання компанії відповідати сучасним екологічним стандартам [61]. В наші часи питання екології набуло широкого розповсюдження, оскільки все більше підприємств переходять на екологічно чисті способи виробництва, обробки та упакування продукції. До того ж значна частина населення підтримує тренд екологічності, саме тому для цієї частини суспільства важливим є те, що компанія спрямовує власні зусилля на покращення якості повітря, скорочення кількості викидів та раціональне використання ресурсів (рис. 3.2).

Ми вважаємо, що інноваційна стратегія ТОВ ФІРМА «Астарта-Київ» може бути вдосконалена завдяки посиленню інвестицій у дослідження та розробки у сфері агротехнологій. Наприклад, питання біотехнологій для сталого виробництва

набирає все більшої актуальності та може допомогти компанії стати новатором в цій сфері. Також ми б хотіли порадити активний розвиток різних партнерств з науково – дослідними інститутами (рис. 3.2). Ми переконані, що це дозволить розробити ефективні інноваційні рішення у сільському господарстві завдяки об'єднанню зусиль двома могутніми інституціями.

Астарта Профіль: провідна аграрна компанія (вирощування зернових, цукрового буряка, виробництво молочних продуктів). Пропозиції: дослідження та розробка передових агротехнологій	ОККО Профіль: одна з провідних мереж АЗС в Україні, яка пропонує широкий спектр нафтопродуктів. Пропозиції: використання цифрових технологій для підвищення ефективності здійснюваних операцій	МХП Профіль: провідний виробник курячого м'яса в Україні. Пропозиції: впровадження екологічних і енерго-ефективних технологій у виробничих процесах.
Vitmark Профіль: провідний виробник широкого асортименту соків, нектарів та дитячого харчування. Пропозиції: розробка нових продуктів.	Kernel Профіль: провідна аграрна компанія, що займається вирощуванням і переробкою зернових. Пропозиції: впровадження передових технологій в агропромисловому комплексі.	Galicia Профіль: провідний виробник натуральних соків та морсів, який відомий натуральною якістю. Пропозиції: розширення наявного асортименту.

Рис. 3.2 – Матриця вдосконалення інноваційних стратегій інноваційно – активних підприємств України

Джерело: сформовано автором на основі джерел [61, 65, 79, 80, 81, 82]

Під час детального аналізу інноваційної діяльності компанії ОККО, нами було визначено, що ОККО активно впроваджує цифрові технології в обслуговуванні клієнтів, що є конкурентною перевагою компанії на національному ринку [79]. Окрім цього, поточна інноваційна стратегія компанія направлена на використання інноваційних рішень для підвищення ефективності логістики та процесів складування. З нашої точки зору, завдяки чітко розробленим інноваційним стратегіям, компанії вдається не лише підвищувати продуктивність з року в рік, а й бути передовим учасником ринку, який здатний пристосовуватись до трендів бізнес – середовища та підлаштовуватись під швидко змінні потреби споживачів. Ми вважаємо, що компанії потрібно більше сконцентруватись на існуючих інноваційних стратегіях задля їх вдосконалення. Наприклад, розробити системи управління запасами використовуючи інструменти штучного інтелекту. В результаті компанії вдасться досягти високого рівня прозорості в постачанні, що є важливим критерієм для розширення діяльності на світовому ринку (рис. 3.2).

ПрАТ «МХП» є компанією, яка вже здобула чимало досягнень на національному ринку, адже є найбільшим виробником курячого м'яса в Україні. Завдяки інноваційно – стратегічному підході, компанії вдалось вийти на світові ринку та експортувати значну частину виготовленої продукції, що свідчить про попит продукції ПрАТ «МХП» на закордонному ринку та високу конкурентоспроможність компанії, в порівнянні з національними виробниками тих ринків. Головним завданням ПрАТ «МХП» є впровадження передових технологій у виробництві та дотримання стандартів екологічної безпеки [65]. Проаналізувавши більш детально компанію та визначивши її слабкі й сильні сторони, ми вважаємо, що удосконалення інноваційних стратегій можливе завдяки розвитку екологічно чистих та енергоефективних технологій у виробництві. На нашу думку, удосконалення інноваційних стратегій ПрАТ «МХП» можливе також завдяки розробці нової лінійки продукції з вищими стандартами якості та безпеки. Проте тут також варто враховувати цінову

політику цільової аудиторії, аби не створити продукт, який не буде в попиті серед споживачів (рис. 3.2).

Наступною компанією, яка є інноваційно – активною та про яку ми б хотіли зазначити декілька слів, є Vitmark. Vitmark славиться виробництвом та реалізацією якісних напоїв та продуктів харчування [81]. Компанія розробила широку лінійку продукції, яка містить в собі фруктові соки, напої, та інші продукти харчування для споживачів різних вікових груп. Головним завданням компанії є виробництво продукції високої якості та лише з натуральних інгредієнтів. Інноваційна стратегія компанії полягає в тому, що у виробництві продукції залучені лише натуральні інгредієнти, що проходять численні перевірки перед використанням [81]. Окрім цього, компанія постійно розробляє нову продукцію та модернізує виробничі лінії. Ми вважаємо, що існуючі інноваційні стратегії компанії Vitmark можуть бути вдосконалені завдяки збільшенню інвестицій у дослідження та розробку нових продуктів. Наприклад, дієтичні продукти набувають все більшої актуальності та популярності серед населення. Саме тому компанії необхідно зробити акцент на виготовленні органічних та дієтичних напоїв, адже це суттєво розширить цільову аудиторію компанії. Це призведе не тільки до збільшення обсягів продажів, а й до розширення діяльності компанії на світовому ринку. З нашої точки зору, компанії також необхідно виділити частину інвестицій на розробку упакування, яке дозволить зберегти свіжість продукції та подовжить термін зберігання (рис. 3.2).

До інноваційно – активних компаній також хочемо віднести Kernel. Це одна з провідних українських компаній, яка спеціалізується у сфері аграрного бізнесу. Компанія здійснює діяльність не лише на національному ринку, а також й експортує виготовлену продукцію, таку як соняшникова олія, макаронні вироби, кетчупи та іншу продукцію [82]. Головною конкурентною перевагою компанії є те, що Kernel приймає участь у всіх етапах виробництва: починаючи від вирощування сільськогосподарських культур та закінчуючи виробництвом готових продуктів. Kernel, як і більшість успішних компаній України, які орієнтовані на закордонний ринок, інвестує в автоматизацію процесів. Компанії

вдалось розробити сучасні способи обробки землі та розробку інтегрованих логістичних рішень. З нашої точки зору, компанії необхідно і надалі вдосконалювати автоматизовані способи виробництва [82]. Окрім цього, для того, аби інноваційні стратегії компанії були більш ефективними, ми переконані, що підприємству необхідно використовувати передові технології у сільському господарстві. Наприклад, це можуть бути системи точного землеробства та сучасні методи управління водними ресурсами (рис. 3.2). Ці інновації дозволять спростити та пришвидшити початкові етапи виробництва продукції, завдяки чому можливо виготовляти більші обсяги продукції та задовольняти потреби все більше споживачів. Це є головною умовою масштабування та розширення на нові ринки.

Останньою інноваційно – активною компанією, яка здійснює діяльність як на національному, так і на світовому ринках, є Galicia. Компанія належить до складу TBF Group та вже протягом більше 20-ти років є провідним лідером у виробництві соків на українському ринку та у Східній Європі [80]. Конкурентною перевагою цієї компанії є розташування виробничих потужностей не тільки в Україні, а й у Молдові. Ми вважаємо, що особливістю Galicia є запровадження новинки виробництва, адже компанія спеціалізується на соках прямого віджиму. Розглянувши інноваційну діяльність Galicia, нами було визначено, що компанія стабільно впроваджує новітні технології та обладнання. Головною задачею компанії є оптимальне використання природних ресурсів та збереження навколишнього середовища. До поточних інноваційних стратегій компанії ми б хотіли віднести наступні: використання високотехнологічних ліній, розробка чотириступеневої системи очищення води, запровадження замкненого циклу виробництва та забезпечення ідеальних умов зберігання продукції без коливань температури [80]. Саме завдяки чітко розробленим та запровадженим інноваційним стратегіям компанії вдалось досягти чималих успіхів на національному ринку та оперувати на закордонному ринку вже близько 10-ти років. Говорячи про можливі способи вдосконалення інноваційних стратегій, ми вважаємо, що компанії необхідно розширювати асортимент продукції шляхом

розробки нових смаків та комбінацій, адже компанія має достатньо потужностей для цього та значний попит серед споживачів (рис. 3.2). Окрім цього, з нашої точки зору, необхідно виділяти певну частину інвестицій в розробку новітніх технологій для збереження природних властивостей соків. Адже один з поточних трендів продукції, який спостерігається серед споживачів, це натуральність та висока якість продуктів, що споживаються.

Підсумовуючи дослідження питання вибору оптимальних інноваційних стратегій міжнародного конкурентного розвитку, ми б хотіли наголосити, що це є надзвичайно важливе завдання, особливо в умовах макроекономічної нестабільності. Ми переконані, що підприємства можуть стати більш конкурентоспроможними, порівнюючи з конкурентами, за умови, що їх інноваційні стратегії відповідатимуть розглянутим нами трендами бізнес – середовища 2024 року. Адже успішними стають ті підприємства, які не лише змогли адаптуватись до трендів та поточних умов ринку, а й змогли випередити потенційні тренди та стати новаторами в певній сфері чи галузі.

Окрім цього, провівши аналіз поточної інноваційної діяльності найбільш інноваційно – активних підприємств України, нами було сформовано чіткі пропозиції задля вдосконалення існуючих інноваційних стратегій цих підприємств. До стратегій, які можуть бути розглянуті для забезпечення успішного конкурентного позиціонування на національному та закордонному ринках, належать: диверсифікація продуктів та ринків, цифрова трансформація, стратегії сталого розвитку, стратегії гнучкості, оптимізації виробництва та співпраця з іншими інноваційними підприємствами, як з цієї галузі, так і з суміжних.

З нашої точки зору, вищенаведені способи вдосконалення існуючих інноваційних стратегій дозволять компаніям адаптуватися до постійних змін бізнес – середовища, зберігати конкурентоспроможність та оптимізувати бізнес – процеси в умовах макроекономічної нестабільності та невизначеності. Окрім цього, ми вважаємо, що підприємствам потрібно проводити детальний аналіз макроекономічних тенденцій для врахування цих факторів у виборі оптимальних

стратегій. Адже кожна країна функціонування підприємств має власні макроекономічні тенденції, які суттєво впливають на обсяги виробництва, темпи та результати компаній. Звичайно необхідно також враховувати геополітичні фактори та регулятивні вимоги у виборі інноваційних стратегій, адже це є ключовою умовою, якщо підприємство націлене на закордонний ринок.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши роль інноваційних стратегій у процесі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств, нами було розглянуто соціально – економічну сутність інноваційного розвитку та різновид інноваційних стратегій. Одним з ключових факторів, який на пряму впливає на динаміку та швидкість розвитку національної інноваційної системи, є ступінь впровадження інноваційної інфраструктури країною. Говорячи про інноваційну інфраструктуру, ми маємо на увазі застосування інноваційних стратегій, новітніх технологій та інше.

Відповідно до проведеного дослідження, інноваційна стратегія – це заздалегідь визначений план, головним завданням якого є безпосередній розподіл наявних ресурсів, в залежності від інновацій, що застосовуються для досягнення певних цілей підприємства. Нами було розглянуто особливості впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах та проаналізовано статистику, відповідно до якої рівень впровадження інновацій є вкрай низьким, порівнюючи зі світовими показниками. Не можемо не зазначити, що нами було проведено паралель між інноваційними стратегіями та конкурентним розвитком підприємств на міжнародному ринку. Роль інноваційних стратегій у конкурентному розвитку підприємств на міжнародному ринку полягає в ключовому впливі на їхню здатність забезпечувати успішну конкуренцію та утримувати стійкі позиції у світовому бізнес – середовищі. Інновації дозволяють підприємствам створювати та впроваджувати нові ідеї, продукти, технології та стратегії, що сприяє покращенню їхньої конкурентоспроможності.

Проаналізувавши забезпечення міжнародної конкурентоспроможності інноваційно активних підприємств України, нами було розглянуто Звіт про Глобальну Конкурентоспроможність за 2021 – 2022 рр. та виявлено, що Україна посідає 57 місце серед 132 країн. Це свідчить про те, що країна проявляє недостатню активність у запровадженні інноваційних технологій до виробничих процесів. Проте, ми хочемо зазначити, що порівнюючи з показниками за 2017 –

2018 рр., спостерігається значний прогрес, адже Україні вдалось підняти на 24 позиції у 2022 році. Провівши оцінку результативності діючих інноваційних стратегій підприємств України, нами було виявлено, що обсяг реалізованої інноваційної продукції за 2020 рік був вищим, незважаючи на те, що кількість інноваційно – активних підприємств скоротилась майже в 4 рази.

Розглянувши діяльність двох інноваційно – активних підприємств ТОВ ФІРМА «Астарта – Київ» та ПрАТ «МХП» та проаналізувавши їх фінансові показники, ми виявили, що компаніям вдається з року в рік покращувати фінансові результати, такі як виручка та валовий прибуток. Ми вважаємо, що головною причиною стабільного зростання виручки підприємств є активне застосування інноваційних стратегій та технологій. Навіть незважаючи на повномасштабне вторгнення, компаніям вдалось продовжити вдосконалення існуючих моделей виробництва, спрощуючи та оптимізуючи при цьому складні методи ведення бізнесу.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво вплинуло на всі сфери функціонування підприємств, саме тому нами було проаналізовано ступінь адаптації інноваційних стратегій національних підприємств до змін у воєнний період. Підприємства зіштовхнулись з чисельною кількістю труднощів, таких як втрата доходу, руйнування енергетичної інфраструктури, втрата обладнання, скорочення обсягів виробництва через зменшення попиту та інші. Проте, варто також відзначити, що більшості українських підприємств вдалось адаптуватись до сучасних труднощів та підтримати довоєнну діяльність. Це є наслідком адаптивності цих підприємств до сучасних умов ведення бізнесу та швидкого перегляду їх інноваційних стратегій.

Переходячи до питання формування міжнародних інноваційних стратегій в підвищенні конкурентоспроможності підприємств, нами було визначено, що розробка та впровадження інновацій дозволяють підприємствам здобувати конкурентні переваги, привертати увагу міжнародних клієнтів та визначати своє унікальне місце в глобальному бізнес – середовищі. Здійснивши SWOT – аналіз двох найбільших інноваційно – активних підприємств України, нами було

розглянуто їх сильні та слабкі сторони, на основі яких сформовано пропозиції щодо вдосконалення їх інноваційних стратегій.

З нашої точки зору, підприємствам необхідно регулярно проводити детальний аналіз їх діяльності задля визначення потенційних зон вдосконалення, особливо за умов макроекономічної нестабільності. Адже вибір оптимальних інноваційних стратегій напряму пов'язаний з міжнародним конкурентним розвитком. До макроекономічної нестабільності можна віднести не лише наслідки після пандемії Covid – 19 та повномасштабного вторгнення, а й глобальні інфляційні занепокоєння, фінансову нестабільність, кардинальну зміну клімату та геополітичну напруженість. Саме тому інноваційні стратегії підприємств повинні бути гнучкими та адаптивними.

Нами було розглянуто тренди бізнес – середовища, які будуть спостерігатись протягом наступного року та на основі цих трендів складено матрицю. До них належать: прискорення цифрової трансформації, оптимізація віддаленої, гібридної робочої сили, безпека особистих даних, персоналізація та популярність віртуальних заходів. Враховуючи вищенаведені тренди, нами було сформовано пропозиції щодо існуючих інноваційних стратегій наступних підприємств: Астарта, ОККО, МХП, Vitmark, Kernel та Galicia. Ми переконані, що запровадивши запропоновані нами вдосконалення українським підприємствам вдасться адаптуватися до постійно – змінного бізнес – середовища, посилити конкурентоспроможність на світовому рівні та оптимізувати процеси виробництва в умовах макроекономічної нестабільності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богів Я.С. (2012) Фактори, які впливають на ефективність бізнес-планування інноваційних проєктів підприємств// Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України, №36., С. 145-155, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pprbsu_2012_36_18 (Дата звернення: 20.09.23)
2. Голей Ю.М., 2015. Стан та проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств України. Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Менеджмент інновацій, Т.23, Вип. 4, с. 35-42
3. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк – Бердадіна О.Ф., Сковчиляс С.М. – Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. С. 21-25.
4. Григорук, П.М., 2018. Характеристика сучасного стану інноваційного розвитку України. International Journal of Innovative Technologies in Economy, №2, с. 11-19.
5. Грішнова, О.А., Полив'яна, Н.М., 2017. Управління людським капіталом у контексті реалізації інноваційної стратегії підприємства. Україна: аспекти праці, №3, с. 37-42.
6. Давимука, С.А. та Федулова, Л.І., 2016. Регіональні інноваційні екосистеми: напрями розбудови в умовах європейської інтеграції: монографія. Львів: ДУ «Ін-т регіон. дослідж. ім. М. І. Долішнього НАН України».
7. Касич, А.О. та Канунікова, К.О., 2016. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення. Інвестиції: практика та досвід. №22, с. 21-24
8. Cooke I. Introduction to Innovation and Technology Transfer / Cooke Ian, Mayers P. – Boston : Artech House, Inc., 1996, 235 p.
9. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. Х.: «ІНЖЕК», 2004. 264 с.

10. Юринець З. В. Інноваційна стратегія розвитку переробних підприємств України : монографія / З. В. Юринець, Б. М. Максимів. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 203 с.
11. Минко Л. М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2015. Т. 21, № 1. С. 86-92.
12. Гребешкова О.М., Горбатько А.О. Конкурентна позиція підприємства: ідентифікація за чотирьохпроекційним підходом. Економіка та підприємництво. 2017. Вип. 39. С. 125-144.
13. Чухно А. А. Модернізація економіки та економічна теорія / А. А. Чухно // Економіка України. – 2012. – № 9. – С. 4-12.
14. Онишко С. В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку : монографія / С. В. Онишко. – Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2004. – 434 с.
15. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність підприємства. Фінанси України. 2001. № 2. С.119-125.
16. Ridley, T., Lee Yee-Cheong and J. Calestours, 2006. Infrastructure, innovation and development. International Journal of Technology and the implementation Globalization, 2(3-4): pp: 268-278.
17. Rosenfeld, S.A., 1997. Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. Planning Studies, 5(1): pp: 3-23.
18. Barancheev, V.P., A.E. Royko, I.V. Stepanov and I.V. Krayushkin, 2002. Life cycles and mechanism innovation development. Science and Industry of Russia, pp: 10.
19. Glazkova, Y.S., 2011. Formation mechanism of innovative development of the industrial enterprise: PhD thesis. Chelyabinsk, pp: 144.
20. Svechnikova, V.V., 2010. Organizational-economic mechanism of development of innovative corporate structures: PhD thesis. Ekaterinburg, pp: 200.
21. Hough, J., Strickland, A.J., Gamble, J.E., Thompson, A.A. 2008. Crafting and Executing Strategy, South African Edition, McGraw-Hill.
22. Chandler, A.D. 1962. Strategy and Structure: Chapters in the history of industrial enterprise, MIT Press.

23. Mintzberg, H. 1987. The Strategy Concept I: 5 P's for Strategy, California Management Review, Fall, pp 11–24.
24. Dodgson, M., Gann, D., Salter, A. 2008. The management of technological innovation: strategy and practice, 2nd Edition, Oxford University Press.
25. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність підприємства. Фінанси України. 2001. № 2. С.119-125.
26. Dodgson, M., Gann, D. and Salter, A. (2008) The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice. Oxford University Press, Oxford, 373 p.
27. Loch, C., Kavadias, S. (2015). Innovation Strategy. The European Business Review.
28. Innovation management. – London : The Chartered Institute of Management Accountants, 2007.
29. Шершньова З.Є., Оборська С.В., Ратушний Ю.М. Стратегічне управління: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2001. 160-162 с., 232 с.
30. Beaver, G. (2002). Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development, Pearson Education Ltd, United Kingdom.
31. Jong, J. P. J. & Vermeulen, P. A. M. (2006). “Determinants of Product Innovation in Small Firms: A Comparison across Industries,” International Small Business Journal, 24 (6), pp: 587-609.
32. Sandvik, I. L. & Sandvik, K. (2003). “The Impact of Market Orientation on Product Innovativeness and Business Performance,” International Journal of Research in Marketing, 20 (4), pp: 255-376.
33. Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance,” Academy of Management Journal, 21 (1), pp: 135- 72.
34. Bakar, L. J. A. & Ahmad, H. (2010). “Assessing the Relationship between Firm Resources and Product Innovation Performance,” Business Process Management Journal, 16(3), pp: 420-435.

35. Oral, M. & Kettani, M. (2009). Modelling Firm competitiveness for strategy formulation
36. Szerb, L. & Ulbert, J. (2009). The Examination of the Competitiveness in the Hungarian SME sector: A firm level Analysis. *Acta Polytechnica Hungarica* 6(3)
37. Ramasamy, H. (1995). Productivity in the Age of Competitiveness: Focus on Manufacturing in Singapore. APO Monograph Series, 16, Asian Productivity Organisation.
38. Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York, NY: Free Press
39. Lall, S. (2001). Competitiveness, technology and skills, (Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing)
40. Pedraza, M.J. (2014). How to evaluate Competitiveness: Which Economic indicators to use.
41. Schumpeter, J. (1939). Business cycles: A theoretical, Historical and Statistical Analysis of the capitalist process, Vol.2, New York: Mc Graw-Hill.
42. Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle, Cambridge mass: Harvard University press.
43. OECD (2005). The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and interpreting Innovation data: Oslo manual, 3rd edition. Paris: OECD
44. WIPO (2022). Global Innovation Index 2022. URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf> (Accessed: 12.10.23)
45. WIPO (2018). Global Innovation Index 2018. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (Accessed: 12.10.23)
46. WIPO (2019). Global Innovation Index 2019. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (Accessed: 12.10.23)
47. WIPO (2020). Global Innovation Index 2020. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf (Accessed: 12.10.23)

48. WIPO (2021). Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (Accessed: 20.10.23)
49. Official site of the State Statistics Service of Ukraine (2019). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 29 October 2019)
50. Наукова та інноваційна діяльність // Державна служба статистики України, 2018, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.11.23)
51. Левченко Ю.Г. Активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах кризи, URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6813/108.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, с.106-111
52. Source: Eurostat, URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/INN_CIS11_BAS/bookmark/table?lang=en&bookmarkId=7e5ef642-5ec0-4a2c-a814-680c6220eeed (дата звернення: 15.11.23)
53. WIPO (2021). Global Innovation Index – Estonia, URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/ee.pdf (дата звернення: 20.11.23)
54. Gods, Ya.S. (2012), “Factors that affect the effectiveness of business planning other innovative projects of enterprises”, Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine, vol. 36, pp: 145-155.
55. Zakic N., Jovanovic A., Stamatovic M. External and internal factors affecting the product and business process innovation. Economics and Organization. 2008. № 5 (1). С. 17-29.
56. Микитюк П. П., Інноваційна діяльність: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
57. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник. Київ.: Либідь, 2006. 480 с.
58. Лаврова Ю.В. Економіка підприємства та маркетинг : Конспект лекцій. Харків : ХНАДУ, 2012. 133 с
59. Pisano, G. P. (2015). You Need an Innovation Strategy. Harvard Business Review, pp: 44–54

60. Офіційний сайт підприємства «Астарта-Київ»: веб сайт. URL: <https://astartaholding.com/> (дата звернення 31.11.2021)
61. Astarta Sustainability – Report (2022) – Ukraine, URL: https://astartaholding.com/wp-content/uploads/2023/04/astarta_sustainability-report_2022.pdf (дата звернення 31.11.2021)
62. Головний сайт ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». URL: <https://www.mhp.com.ua/uk/home> (дата звернення 31.11.2021)
63. База даних ПрАТ «Миронівський хлібопродукт». URL: <http://smida.gov.ua/db/participant/25412361> (дата звернення 31.11.2021)
64. Інновації МХП – Інновації задля сталого розвитку. Нефінансовий звіт. URL: <https://www.mhp.com.ua/library/file/nfr-ukr-final.pdf> (дата звернення 31.11.2021)
65. Миронівський хлібопродукт – Звіт про сталий розвиток 2022. URL: <https://api.next.mhp.com.ua/images/72d18/51ce4/e8b86743c78a4.pdf> (дата звернення 31.11.2021)
66. Головний сайт Mastercard. URL: <https://www.mastercard.us/en-us/vision/who-we-are.html> (дата звернення 31.11.2021)
67. Mastercard – Звіт про сталий розвиток 2022. URL: <file:///C:/Users/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D1%8E%D0%BD%D1%8F/Downloads/mastercard-esg-sustainabilty-report-2022.pdf> (дата звернення 05.12.2021)
68. Mastercard – Фінансовий щорічний звіт 2022. URL: https://s25.q4cdn.com/479285134/files/doc_financials/2022/AR/MA.12.31.2022-10-K-as-filed.pdf (дата звернення 05.12.2021)
69. Chaliuk, Y.,& Chaliuk, Y. (2022). Global Socio-Economic Implications of The Russia-Ukraine War. Economy and Society. <https://ssrn.com/abstract=4102451> (дата звернення 05.12.2021)
70. European Bank for Reconstruction and Development – Challenges and Needs of SMEs in War Time – Report (2022) – Ukraine, URL: <https://www.merezha.ua/reports/2023/Challenges-and-Needs-of-SMEs-in-War-Time-en.pdf> (дата звернення 05.12.2021)

71. Henkel Group Sustainability – Report (2022) – Ukraine, URL: <https://www.henkel.com/resource/blob/1804852/5055ed4c7729a3a6ae50c6169fc8f303/data/2022-annual-report.pdf> (дата звернення 10.12.2021)
72. Офіційний сайт ТОВ «Хенкель Україна». URL: <https://www.henkel.ua> (дата звернення 10.12.2021)
73. . Рябик Г. Є., Яворська О. Б. Стратегія управління конкурентоздатністю підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 24. С. 61–66.
74. Official Instagram page - Astarta Holding – Ukraine, URL: https://www.instagram.com/astartakyiv_holding/ (дата звернення 10.12.2021)
75. Official Instagram page – MHP UA – Ukraine, URL: https://www.instagram.com/mhp_ua/ (дата звернення 10.12.2021)
76. Spangenberg, J.H. Economic sustainability of the economy: concepts and indicators. Int. J. Sustain. Dev. 2005, 8, 47–64.
77. Anand, S.; Sen, A. Human development and economic sustainability. World Dev. 2000, 28, 2029–2049.
78. The Strategy Institute – Adapting to the Future: Business Strategy Trends for 2024, URL: <https://www.thestrategyinstitute.org/insights/adapting-to-the-future-business-strategy-trends-for-2024> (дата звернення 12.12.2021)
79. Головний сайт ОККО. URL: <https://www.okko.ua/contact-offices> (дата звернення 12.12.2021)
80. Головний сайт TBF Group. URL: <https://tbf-grp.com/diyalnist/> (дата звернення 12.12.2021)
81. Офіційний сайт компанії СП «Вітмарк-Україна» ТОВ. URL: <https://vitmark.com/> (дата звернення 12.12.2021)
82. Kernel Sustainability – Report (2022) – Ukraine, URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2022/11/FY2022_Kernel_Annual_Report.pdf#page=43 (дата звернення 12.12.2021)

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагиатною Internet-системою UNICHECK



Ім'я користувача:
Міжнародної економіки Москалюк Наталія

ID перевірки:
1016045112

Дата перевірки:
04.01.2024 14:08:59 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
04.01.2024 14:10:45 EET

ID користувача:
100005722

Назва документа: КМР_Брусенцева_К.В_Інноваційні стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприє...

Кількість сторінок: 80 Кількість слів: 18176 Кількість символів: 147427 Розмір файлу: 1.61 MB ID файлу: 1015742969

5.47% Схожість

Найбільша схожість: 1.07% з Інтернет-джерелом (<http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/12165/1/%d0%a2%d1%8..>)

4.91% Джерела з Інтернету

387

Сторінка 82

4.47% Джерела з Бібліотеки

419

Сторінка 87

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

1

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

«МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ»

**КИЇВ
КНЕУ-2023**

УДК 339.9:338.246.88](477)(06)

Організаційний комітет:

Бурмака Микола Олексійович - к.е.н., доцент
 Вінська Оксана Йосипівна – к.е.н., доцент
 Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор
 Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент
 Максименко Анна Вікторівна - к.е.н., доцент
 Олійник Вікторія Володимирівна - к.е.н., доцент
 Поплюйко Андрій Миколайович – к.е.н., доцент
 Прісяк Сергій Олександрович – старший викладач
 Сандул Марія Станіславівна - к.е.н., доцент
 Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент
 Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор
 Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент
 Циганкова Тетяна Михайлівна - д.е.н., професор
 Черняцька Тетяна Володимирівна - к.е.н., доцент

(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
 Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

«Міжнародний вимір відновлення економіки України»: зб. матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-конф.[Електронний ресурс], 23 листопада 2023 р., м. Київ. – Київ: КНЕУ, 2023. – с.

ISBN

У збірнику подано тези доповідей студентів факультету міжнародної економіки і менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана УДК 339.9:338.246.88](477)(06)

ЗМІСТ

Коган В.Ю.	7
Пріоритетні напрями економічного розвитку міжнародної торгівлі України	
Кузнєцов О. А.	10
Взаємозв'язки України з країнами Центральної Європи в рамках субрегіональних економічних організацій	
Самура О.О.	13
Стан та тенденції розвитку світового ринку франчайзингу	
Сінчук П.С.	16
Механізми функціонування офшорних зон в світовій економіці	
Астахов О.А.	19
Теоретичні аспекти управління фондовим портфелем	
Шаповалова Д.П.	20
Особливості розвитку столичних мегаполісів	
Іванов І.О.	23
Необхідність трансформації фінансової звітності українських підприємств в умовах сьогодення	
Канінська А.М.	26
Розвиток та становлення столичних мегаполісів	
Щибря Д.С.	28
Аналіз інвестиційної привабливості міжнародної корпорації	
Грищенко Ю.Ю.	32
Кількісні та якісні методи оцінки фінансового ризику	
Швед М.-Т.І.	36
Сучасний стан методів регулювання платіжного балансу України	
Базилевська Ю.В.	39
Економічне партнерство України та США у контексті реформування та повоєнного відновлення економіки України	
Басараб Е.С.	42
Альтернативні сценарії формування сучасної валютної системи	
Брусенцева К.В.	45
Підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств України	
Грачов В.О.	49
Трансформаційні зміни валютної системи України в умовах повоєнного відновлення	
Довженко М.О.	50
Детермінанти відновлення економіки України в умовах фінансової кризи	
Івженко О.О.	54
Сучасна міграційна криза: тенденції, особливості та виклики	
Кіршов К.В.	57
Міжнародний вимір відновлення економіки України	
Кобрин І.А.	60
Вплив зеленого розвитку на конкурентоспроможність мегаполісів та їх стійкість у майбутньому	
Комісаренко А.Г.	64
Вплив криптовалют на фінансову стабільність та розвиток економіки України	
Костенко В.В.	67
Інтелектуальний ресурс глобального економічного розвитку	
Котис М.Я.	70

ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Глобалізаційні процеси та інноваційні способи світового економічного розвитку 21-го століття є вирішальними факторами, які визначають та формулюють подальший розвиток національних економік та їх інноваційних стратегій. Безумовно, основною умовою прискорення соціально – економічного розвитку будь – якої країни, різноманітних галузей економіки та підприємств є необхідність в інтенсивному залученні інноваційних пропозицій під час здійснення виробничої діяльності. Створення таких умов забезпечує запровадження інноваційного процесу, кінцевою метою якого є представлення пріоритетних та прикладних досліджень, нових, вдосконалених пропозицій під час здійснення виробничої діяльності. Створення таких умов забезпечує запровадження інноваційного процесу, кінцевою метою якого є представлення пріоритетних та прикладних досліджень, нових, вдосконалених технологій, форм організації праці та управління, які базуються на досягненнях науково – технологічного процесу.

Сьогодні існує численна кількість вітчизняних і зарубіжних робіт науковців та вчених, які розглядають теоретичну сторону досліджуваного питання, чітко визначають поняття «інновацій», «інноваційної стратегії» та «конкурентоспроможності». Посилаючись на світову економічну літературу, можемо стверджувати, що «інновації» трактуються як перетворення потенціалу науково – технічного прогресу в реальний, який втілений у нових продуктах і технологіях [1, с. 36]. Водночас, приєднуємося до думки, що інновації – це «цілеспрямовані зміни, які свідомо впроваджуються країною/ підприємство в процесі відтворення для кращого задоволення наявної або формування нової суспільної потреби» [2]. Окрім цього, існує зв'язок між інноваціями, які використовуються підприємством та рівнем конкурентоспроможності цього підприємства на національному та зарубіжному ринках.

До не менш важливих внутрішніх факторів, які сприяють здійснення інноваційної діяльності підприємствами належать: потреба у забезпеченні прибутковості підприємства; спроможність компанії генерувати нові потоки доходу через запровадження інноваційних продуктів; фундаментальні зміни в структурі та природі потреб споживачів [3, с. 146].

З іншого боку, до зовнішніх факторів, які сприяють використання інноваційних стратегій підприємствами належать: глобалізаційні процеси, якими вже було зазначено; ефективна система управління ризиками; зростаючий рівень інноваційного потенціалу зарубіжних підприємств; часті зміни в регулюванні виробничої діяльності підприємств; економічний розвиток країн світу [3, с. 146].

Україна належить до переліку країн, які є повільними інноваторами, в той час, як Швейцарія, Швеція, Данія, Нідерланди, Фінляндія, Великобританія, Люксембург, Німеччина, Бельгія та Ірландія є інноваційними лідерами [4]. Висновок про те, що Україна належить до країн, які демонструють недостатню активність в провадженні сучасних технологій базується на тому, що індекс глобальної конкурентоспроможності країни є відносно середнім, порівнюючи з іншими країнами. Проте, спостерігається чітка тенденція в покращенні становища України, адже за період 2018 – 2022 рр. країна піднялася на 24 пункти вище за даним індексом, а саме з 81 місця у 2018 році на 57 місце у 2022 році [5, 6]. Це свідчить про більшу залученість України в інноваційні процеси.

Незважаючи на те, що країна займає кращі позиції за індексом глобальної конкурентоспроможності, не можемо не зазначити, що кількість інноваційно активних підприємств суттєво скоротилась в Україні, а саме в 4 рази [7]. Ми вважаємо, що країна має значний потенціал у запровадженні інноваційних стратегій, проте є ряд факторів, що перешкоджають ефективному впровадженню інноваційних підходів. До таких належать: занадто високі витрати на розробку та впровадження інноваційних технологій; відсутність фінансової підтримки з боку держави; часті зміни в законодавстві, що стосуються сфери інновацій та інші [8].

Отже, необхідність запровадження інновацій та інноваційних стратегій, як підприємствами, так і економіками в цілому, є дуже важливою. Інновації вважаються фактором, який забезпечує конкурентоспроможність товарів, послуг, ефективність використання ресурсів під час виробництва, збільшення адаптивності підприємств до умов середовища, розширення можливостей підприємств на світових ринках та створення умов довготривалої економічної стабільності. Інноваційний фактор є одним з ключових умов забезпечення економічного розвитку підприємств. Запроваджуючи інноваційні стратегії, можна досягти значної ефективності у діяльності

підприємств та досягти стратегічних цілей. Сьогодні існує ряд факторів, які стримують підприємства від запровадження ними інновацій, саме тому надзвичайно важливим є покращення умов ведення бізнесу, а в подальшому, під час повоєнної відбудови, і інвестиційного клімату України. Стимулювання інноваційно – інтенсивної діяльності національних підприємств має бути одним з найвищих пріоритетів уряду країни для посилення позиції національної економіки на міжнародному ринку.

Список літератури:

1. Левченко Ю.Г. Активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах кризи. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6813/108.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, с. 36 (дата звернення: 05.11.2023)
2. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк – Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / Микитюк П.П. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015, с. 21-25. (дата звернення: 05.11.2023)
3. Богів Я.С. Фактори, які впливають на ефективність бізнес-планування інноваційних проектів підприємств. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*, 2012, №36, с. 145-155, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pprbsu_2012_36_18. (дата звернення: 05.11.2023)
4. European Innovation Scoreboard 2020. Methodology Report. Available at: URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/41862> (дата звернення: 05.11.2023)
5. WEF (2022). The Global Competitiveness Report 2021–2022. World Economic Forum, Geneva. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 07.11.2023)
6. WEF (2018). The Global Competitiveness Report 2017–2018. World Economic Forum, Geneva. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 07.11.2023)
7. Наукова та інноваційна діяльність. Державна служба статистики України, 2018, URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 05.11.2023)
8. Gods, Ya.S. (2012), "Factors that affect the effectiveness of business planning other innovative projects of enterprises", *Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine*, vol. 36, pp. 145-155. (дата звернення: 05.11.2023)