

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Кафедра підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Виконав: студент 4 курсу,
Групи ПТБД-41
Спеціальності 076 Підприємництво та
торгівля

Горюк Ілля Іванович

Науковий керівник
д.е.н., професор, завідувач кафедри
підприємництва, торгівлі та прикладної
економіки

Пилипів Надія Іванівна

Рецензент
д.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і
оподаткування

Максимів Юлія Василівна

Івано-Франківськ – 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття та суть конкурентоспроможності підприємства.....	6
1.2. Інноваційна діяльність, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	14
1.3. Сучасний стан інноваційної діяльності в підприємстві.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НАДІЯ).....	30
2.1. Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства «Надія»	30
2.2. Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємництва	34
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА РАХУНОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	41
3.1. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємництва в Україні	41
3.2. Рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності за рахунок інноваційної діяльності підприємства.....	50
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах стрімких змін зовнішнього середовища. Сучасна економіка вимагає від підприємств гнучкості, динамічності та здатності швидко адаптуватися до нових викликів ринку. Інновації виступають ключовим фактором, який дозволяє підприємствам зміцнювати свої конкурентні позиції та розвивати унікальні переваги. Забезпечення стабільного зростання конкурентоспроможності потребує безперервного вдосконалення виробничих процесів, запровадження нових технологій та оновлення асортименту продукції. Успішне впровадження інновацій дозволяє підприємствам не лише збільшити прибутковість, а й формувати довгострокові конкурентні переваги. Конкурентоспроможність підприємства дедалі більше асоціюється не тільки з рівнем прибутковості, але й із здатністю стратегічно інвестувати у майбутнє. Збереження і зміцнення ринкових позицій вимагає пріоритетного розвитку інноваційної діяльності. Керівники підприємств повинні розглядати інновації як інструмент досягнення стійкого успіху, навіть якщо це потребує короткострокових фінансових витрат. В сучасних умовах постійного загострення конкурентної боротьби інновації стають запорукою довготривалої ефективності бізнесу. Тому дослідження механізмів впровадження інноваційних рішень має особливе практичне значення для підприємств, орієнтованих на розвиток і зростання.

Об'єкт дослідження – поняття та суть конкурентоспроможності підприємства.

Предмет дослідження – аналіз особливостей впливу інновацій та конкурентоспроможності підприємства на прикладі готельного підприємства «Надія».

Мета дослідження – дослідити роль інновацій у формуванні та підвищенні конкурентоспроможності підприємства, виявити механізми впровадження інноваційних рішень та оцінити їхній вплив на ефективність діяльності підприємства в умовах ринкової економіки.

Завдання дослідження:

- розкрити поняття та суть конкурентоспроможності підприємства;
- розглянути інноваційну діяльність, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- з'ясувати сучасний стан інноваційної діяльності в підприємництва;
- розкрити організаційно-економічну характеристику готельного підприємства «Надія»;
- здійснити аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємництва (на прикладі готельного підприємства «Надія»);
- розглянути проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємництва в Україні;
- розписати рекомендації щодо удосконалення рівня конкурентоспроможності за рахунок інноваційної діяльності підприємства.

Теоретичною основою дослідження стали праці як зарубіжних, так і вітчизняних учених, які вивчали проблеми конкуренції та конкурентоспроможності. У світовій науковій літературі питання формування конкурентних переваг розглядали такі відомі економісти, як Адам Сміт, Девід Рікардо, Майкл Портер, Альфред Маршалл, Ізраель Кірцнер та інші. Вони досліджували механізми функціонування ринку, ролі інновацій та ефективності підприємств у конкурентному середовищі. Їхні підходи стали базою для подальших розробок у сфері економічної теорії. В українській науці також накопичено значний досвід у вивченні конкурентоспроможності. Серед

дослідників варто відзначити праці Г. Азоева, А. Мокроносова, Е. Душенькіної, та інших. Вони аналізували підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств та шляхи її підвищення. Отже, проблема конкурентоспроможності добре розроблена в літературі, що створює надійну основу для подальших досліджень.

Методи дослідження: Для вирішення поставлених завдань було застосовано поєднання теоретичних та емпіричних методів. Це включало аналіз наукових джерел, класифікацію і систематизацію зібраної інформації. Отримані дані були узагальнені для формулювання висновків та рекомендацій.

Структура роботи складається зі вступу, 3 розділів, 7 підрозділів, висновків, списку використаних джерел з 56 найменувань. Роботу викладено на 65 сторінках друкованого тексту, що містить 10 таблиць, 1 рисунок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття та суть конкурентоспроможності підприємства

Поняття конкурентоспроможності підприємства є ключовим у сучасній економічній науці, проте залишається досить складним для однозначного тлумачення. Через відсутність єдиної дефініції цього явища сформувалося багато підходів до його розуміння та оцінки. Водночас важливість забезпечення високого рівня конкурентоспроможності для сталого розвитку підприємства зумовлює необхідність її глибокого дослідження. Конкурентоспроможність зазвичай розглядається як здатність підприємства ефективно функціонувати в умовах ринкової конкуренції, забезпечуючи собі стабільну перевагу. Йдеться про спроможність створювати товари або послуги, які мають вищу привабливість для споживача порівняно з аналогічною продукцією інших виробників. Ця привабливість може формуватись як за рахунок ціни, так і за рахунок нецінових характеристик — якості, унікальності, інноваційності чи сервісного обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства можна також інтерпретувати як його здатність утримувати позиції на ринку, розширювати частку продажів та формувати позитивний імідж. Вона проявляється у можливості оперативно реагувати на зміни ринкових умов і при цьому залишатися прибутковим. Переваги підприємства можуть проявлятися як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність є динамічним явищем, яке постійно трансформується під впливом інновацій, технологій та змін у споживчому попиті. Саме тому її оцінка та підвищення є стратегічним завданням для будь-якого сучасного підприємства [1,с.165].

Конкурентоспроможність є однією з ключових категорій економічної науки, що широко застосовується як у теоретичних дослідженнях, так і в практичній діяльності підприємств. У перекладі з латини цей термін означає

суперництво або боротьбу за перевагу, що відображає суть економічної конкуренції. У сучасних умовах глобалізації та швидких змін на ринку питання конкурентоспроможності набуває особливої актуальності. Попри широку поширеність цього поняття, досі не існує єдиного підходу до його визначення. Різні дослідники вкладають у нього різний зміст залежно від обраної дослідницької парадигми. Одні вчені розглядають конкурентоспроможність підприємства через призму характеристик продукції — її якості, ціни, дизайну чи функціональності. Інші акцентують увагу на ефективності виробничого процесу, рівні технологічного розвитку або наявності стратегічного управління. Окремі автори підкреслюють важливість здатності підприємства адаптуватися до змін та швидко впроваджувати інновації. Також конкурентоспроможність часто пов'язується зі здатністю підприємства займати стійкі позиції на ринку та боротися з конкурентами. Таким чином, це поняття є багатовимірним і охоплює як внутрішні ресурси підприємства, так і зовнішнє конкурентне середовище [3,с.33].

Сутність конкурентоспроможності підприємства розкривається через низку теоретичних підходів, серед яких особливе місце займає концепція М. Портера. У своїй теорії конкурентних переваг він стверджував, що конкурентоспроможність слід аналізувати в межах груп компаній однієї галузі, порівнюючи їхні ринкові позиції. Портер визначав її як здатність компанії зберігати перевагу над конкурентами та діяти на ринку нарівні з ними. Однак це визначення є дещо обмеженим, оскільки не враховує основної мети бізнесу — досягнення більшого прибутку порівняно з іншими учасниками ринку. Т.В. Швед розширив розуміння цього поняття, підкресливши його багаторівневу природу: конкурентоспроможність може проявлятися на рівні продукту, підприємства, галузі та навіть держави. Він наголошував на впливі економічних, соціальних та політичних чинників на формування конкурентних

переваг [5,с.163]. Дослідник І.З. Должанський розглядає цей показник як комплексне поєднання рівнів конкурентоспроможності товару, виробника й галузі в цілому. Він вважає, що країна є конкурентоспроможною тоді, коли здатна виробляти продукцію, яка відповідає міжнародним потребам[16].

В.Р. Гуцуляк розглядає конкурентоспроможність як відносний показник, що відображає здатність підприємства краще задовольняти потреби споживача та ефективніше використовувати ресурси, ніж конкуренти [16,с.144]. Т.В. Швед також акцентує на тому, що оцінка конкурентоспроможності повинна охоплювати всі функціональні аспекти діяльності підприємства — від виробництва до маркетингу та інновацій. Підприємство визнається конкурентоспроможним, якщо воно здатне ефективно реалізовувати стратегію, зберігати свої ринкові позиції та отримувати прибуток у довгостроковій перспективі. Це передбачає можливість модернізації виробництва, підвищення якості продукції та стимулювання персоналу [42,с.405]. Г. Азоев трактує конкурентоспроможність як здатність раціонально управляти ресурсами в умовах конкуренції. На його думку, випуск конкурентоспроможної продукції — це не лише результат стратегічних рішень, а й показник ефективного корпоративного управління. Особливу увагу він приділяє фінансовій складовій, вважаючи її основою всіх інших аспектів конкурентоспроможності [1]. У підсумку, поняття конкурентоспроможності є багатогранним і охоплює стратегічні, виробничі, управлінські та фінансові аспекти діяльності підприємства.

На думку Н.О. Новікова, конкурентоспроможність підприємства виражається у здатності здійснювати ефективну та прибуткову господарську діяльність в умовах ринкової конкуренції. Вона є інтегральним показником стійкості підприємства, що відображає ефективність використання фінансових, виробничих, науково-технічних і трудових ресурсів. Однією з ключових ознак

конкурентоспроможного підприємства є його здатність формувати прибуток, достатній для простого або розширеного відтворення. Такий прибуток також дозволяє забезпечувати належний рівень мотивації праці та підвищувати якість продукції. Конкурентоспроможність не обмежується лише перерозподілом коштів, а включає вміння бізнесу адаптуватися до змін ринку. Згідно з дослідженням Європейського форуму з проблем управління, вона передбачає здатність розробляти й просувати на ринок продукцію, яка є привабливішою для споживача, ніж у конкурентів. При цьому важливе значення мають як цінові, так і нецінові характеристики товарів [32,с.64].

Слід відзначити що С.М. Бондаренко трактує конкурентоспроможність як динамічну здатність бізнесу до адаптації в мінливому зовнішньому середовищі. Науковці виділяють три основні напрями у визначенні конкурентоспроможності. Перший — це ефективність виробництва, здатність реалізовувати конкурентні переваги та залучати споживача якісною продукцією. Другий напрям акцентує на забезпеченні господарської діяльності та досягненні синергетичного ефекту від раціонального використання ресурсів. Важливим є також уміння керувати як власними, так і залученими фінансовими засобами. У цьому контексті фінанси підприємства повинні забезпечувати безперервність виробництва. Третій напрям пов'язаний із характеристикою раціонального використання ресурсів, де підприємство має працювати ефективніше за своїх конкурентів [10].

Отже, конкурентоспроможність є багатогранним поняттям, що включає економічні, управлінські та інноваційні компоненти. Вона визначає здатність підприємства не тільки виживати, а й розвиватися у складних ринкових умовах.

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» має комплексний, динамічний і відносний характер. Вона відображає здатність підприємства успішно функціонувати в умовах ринкової конкуренції, забезпечуючи сталий

розвиток. Її властивості охоплюють адаптивність, результативність і здатність до інновацій (рис.1.1).

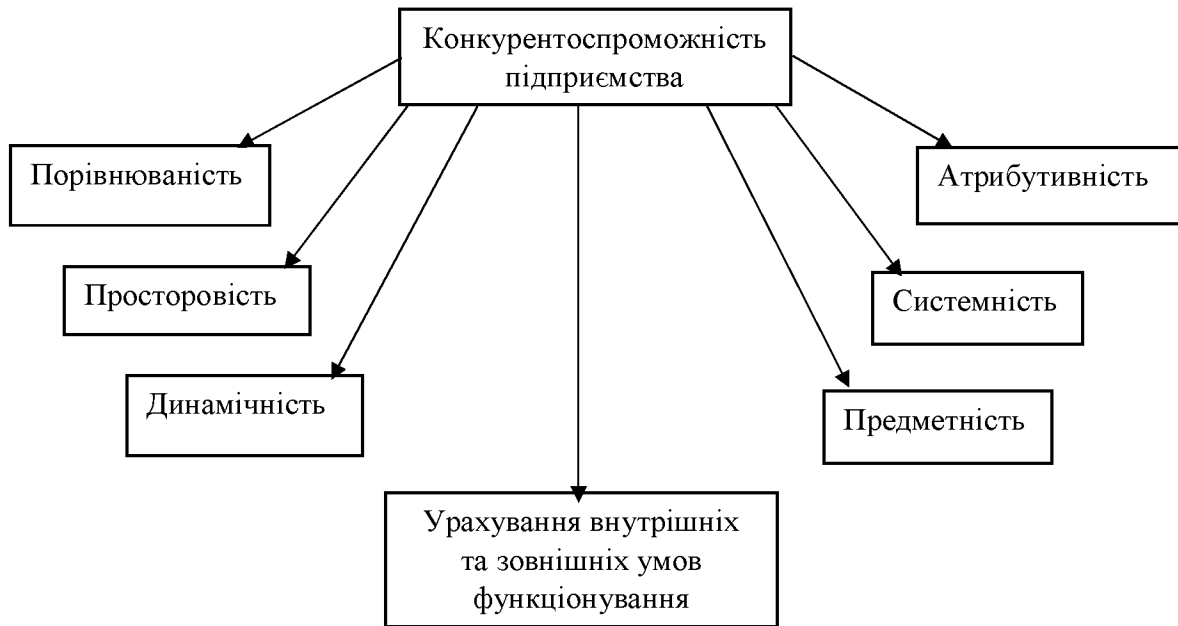


Рис. 1.1. Властивості категорії «конкурентоспроможність підприємства» [12]

Властивості категорії «конкурентоспроможність підприємства» відображають її складність і багатовимірність як економічного поняття. Порівнюваність означає, що рівень конкурентоспроможності підприємства завжди оцінюється у зіставленні з іншими ринковими суб'єктами, тобто вона має відносний характер. Просторовість вказує на те, що конкурентоспроможність може проявлятися в межах локального, національного чи міжнародного ринку. Динамічність свідчить про змінність цього показника залежно від впливу зовнішніх і внутрішніх чинників, тому конкурентоспроможність не є сталою, а потребує постійної підтримки.

Атрибутивність означає, що конкурентоспроможність є невід'ємною властивістю підприємства як суб'єкта господарювання, яка формується на основі його внутрішнього потенціалу. Системність відображає взаємозв'язок усіх складових підприємства – ресурсних, організаційних, фінансових, управлінських, які разом забезпечують його конкурентні переваги. Предметність цієї категорії підкреслює її зв'язок з конкретними характеристиками підприємства: якістю продукції, цінами, рівнем обслуговування, іміджем тощо.

Крім того, конкурентоспроможність підприємства неможливо розглядати ізольовано від внутрішніх (структура управління, інновації, кваліфікація персоналу) та зовнішніх умов функціонування (конкурентне середовище, економічна ситуація, споживчий попит, державна політика). Її оцінювання має здійснюватися комплексно, з урахуванням усіх складових і рівнів. Таким чином, категорія «конкурентоспроможність підприємства» поєднує стратегічний і операційний рівень аналізу. Вона є ключовою умовою довгострокового успіху на ринку та вимагає постійного вдосконалення. Зміна будь-якої складової в системі може суттєво вплинути на рівень конкурентоспроможності. Саме тому підприємства повинні не лише слідкувати за ринковими тенденціями, а й активно адаптувати свої стратегії [13,с.66].

Конкурентоспроможність підприємства залежить від його здатності оперативно й ефективно реагувати на дії конкурентів, що сприяє збереженню або підвищенню його ринкового статусу. Така реакція має забезпечувати стійкість позицій підприємства на ринку. Конкуренція виступає стимулом, який спонукає виробників постійно вдосконалювати якість товарів і послуг, щоб уникнути витіснення з ринку. Ринок, у свою чергу, об'єктивно оцінює результати цих зусиль, визначаючи рівень конкурентоспроможності

підприємства. Отже, конкурентне середовище сприяє інноваціям і підвищенню стандартів діяльності компаній.

У сучасних умовах господарювання підвищення конкурентоспроможності підприємства потребує ґрунтовного наукового підходу та стратегічного бачення. Для цього необхідно враховувати сукупність факторів, що формують основу ефективного функціонування бізнесу. Визначення базових умов конкурентоспроможності дає змогу систематизувати основні напрямки управлінського впливу на розвиток підприємства.

Таблиця 1.1

Базові умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства

№	Умова забезпечення конкурентоспроможності	Зміст
1	Застосування науково-дослідних підходів	Використання стратегічного менеджменту на основі досліджень
2	Опанування сучасних методів досліджень і розробок	Програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо
3	Комплексний розвиток технологій, економіки та управління	Узгоджене вдосконалення усіх складових діяльності підприємства
4	Встановлення взаємозв'язку між управлінськими функціями	Координація дій на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта
5	Впровадження системи підтримки конкурентоспроможності	Розробка заходів для стабільності та гнучкості підприємства

Джерело: Складено автором на основі [25].

Ринкова конкурентоспроможність визначається як здатність підприємства пропонувати товари чи послуги за конкурентоспроможною ціною, поєднуючи це з високою якістю, що забезпечує прибутковість. Вона оцінюється не лише на рівні виробництва, але й через попит і пропозицію на ринку. Конкурентоспроможність є багатогранним поняттям, яке включає якості товарів, підприємств та навіть держав, і в науці існують різні підходи до її

визначення. З точки зору ринкової економіки, конкурентоспроможність тісно пов'язана з товаром, оскільки саме його оцінка споживачем є основною умовою ринкового попиту.

Ефективність підприємства прямо залежить від конкурентоспроможності його товарів, адже це впливає на конкурентні позиції на ринку. Конкурентоспроможність підприємства також характеризує його здатність успішно діяти на ринку, враховуючи галузеві особливості. Наприклад, сільськогосподарські підприємства мають специфічні умови для забезпечення конкурентоспроможності, зокрема через природні фактори, такі як клімат і географічне положення. В умовах ринку підприємства постійно змагаються за доступ до ресурсів, ринків та ефективність виробництва. Конкуренція є основою економічних відносин, а забезпечення конкурентоспроможності є необхідною умовою для успішної боротьби за ці ресурси [27,с.108].

Отже, слід відзначити що теоретично конкурентоспроможність визначається як здатність підприємства реалізувати свій потенціал, що приносить прибуток та сприяє його розширеному відтворенню. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності необхідна систематична робота по вдосконаленню всіх компонентів виробничо-господарського циклу. Це включає виробництво, управління, фінанси та маркетинг. Конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як систему, яка визначається рівнем реалізації його потенціалу та здатністю утримувати конкурентну перевагу впродовж тривалого часу. Конкурентоспроможність є не тільки результативністю, але й швидкістю адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища.

1.2. Інноваційна діяльність, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства

Інноваційна діяльність відіграє ключову роль у забезпеченні та зміцненні конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного ринкового середовища. Впровадження нових технологій, удосконалення виробничих процесів і створення нових продуктів дозволяють підприємствам підвищувати ефективність, знижувати витрати та швидше реагувати на потреби споживачів. Інновації сприяють формуванню стійких конкурентних переваг, які важко повторити чи скопіювати. В умовах глобалізації та посилення конкуренції здатність до інновацій стає вирішальним чинником виживання та розвитку підприємств. Тому дослідження інноваційної діяльності як чинника підвищення конкурентоспроможності є надзвичайно актуальним у сучасній економіці [28].

Інноваційна діяльність становить важливий напрям розвитку підприємства, оскільки сприяє створенню та впровадженню нових рішень, що відповідають актуальним вимогам ринку. Інновація трактується як процес створення якісно нового продукту, послуги або технології, здатних забезпечити підвищення конкурентоспроможності підприємства. Така діяльність є результатом інтелектуальної праці, уяви, наукових відкриттів, технічних винаходів і раціоналізаторських підходів. Її характерною особливістю є націленість на ринкову комерціалізацію інновацій, що дозволяє задовольняти змінні потреби споживачів. Поширення вдосконаленої продукції на ринку є яскравим прикладом реалізації інноваційного потенціалу [29,с.9].

Інноваційна діяльність охоплює аналіз існуючих бізнес-проблем, впровадження інноваційного процесу та організаційне забезпечення його функціонування. Успішна реалізація інновацій вимагає орієнтації на довгострокову стратегію розвитку підприємства, де якість продукції та її конкурентоспроможність мають пріоритетне значення. Для цього потрібно

узгоджувати інтереси компанії з цілями виробництва ефективних та інноваційних товарів і послуг. Особливе значення має усвідомлення ризику морального старіння продукції, що спонукає підприємства до регулярної переоцінки своїх технологій та організаційних рішень [31].

Атестація технологій, продукції й умов праці щонайменше кожні три роки дозволяє адекватно реагувати на зміни ринку. У цьому контексті інноваційні підрозділи компаній відіграють провідну роль, адже саме вони генерують нові ідеї для досягнення поставлених стратегічних цілей. На основі цих ідей приймаються управлінські та технічні рішення, спрямовані на трансформацію ідей у конкретний інноваційний результат. Ключовою мотивацією для управлінців є усвідомлення необхідності інновацій, особливо у ситуаціях, коли існуючий продукт втрачає свою актуальність.

Інноваційна діяльність вимагає глибоких знань, креативності та високого рівня професійної майстерності. Вона є складовою прогресивного розвитку виробничо-економічних систем, що перебувають у постійному русі. Інновації стимулюють появу якісно нових змін, які сприяють як підвищенню ефективності виробництва, так і розвитку суспільства загалом. Цей процес охоплює повний цикл — від формування ідеї до впровадження готового продукту або технології у практичну діяльність. Завдяки цьому інновації не лише покращують економічні показники, але й впливають на соціальні аспекти, підвищуючи рівень добробуту населення. Інноваційна діяльність є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах постійних змін і викликів сучасного ринку [36,с.86]. Інновації відіграють провідну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного розвитку ринкової економіки.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства залежить від кількох ключових умов. По-перше, необхідно постійно здобувати

нові знання про ефективні стратегії конкурентної боротьби, щоб залишатися актуальним на ринку. По-друге, створення конкурентних переваг досягається шляхом впровадження інновацій і нових технологій, а також використання отриманих знань та інформації. Важливим є адаптація цих інновацій до внутрішніх процесів підприємства, що забезпечує їхню ефективну інтеграцію. Водночас підприємство має працювати над утриманням своїх конкурентних переваг, оскільки конкуренти можуть швидко відтворити будь-які досягнення. Це вимагає постійного вдосконалення продуктів, послуг і бізнес-процесів. Конкурентоспроможність залежить від здатності підприємства бути інноваційним і гнучким у динамічному ринковому середовищі.

Сучасна економічна наука класифікує інновації за напрямками впровадження та функціонального впливу на діяльність підприємства. У практиці господарювання найбільше поширення мають інновації, пов'язані з удосконаленням продукції, технологій, ринків, постачання й управління. Така класифікація дає змогу системно підходити до стратегічного планування інноваційної діяльності.

Таблиця 1.2

Типи інновацій у сучасній економічній теорії

Тип інновацій	Зміст
Продуктова інновація	Це створення нового або значно вдосконаленого товару, який відрізняється за функціональністю або дизайном. Вона забезпечує вихід на нові ринки та задоволення змінених споживчих потреб.
Технологічна інновація	Впровадження нових або суттєво покращених виробничих процесів чи обладнання. Це дозволяє зменшити витрати, підвищити якість продукції та прискорити виробничі цикли.
Ринкова інновація	Даний вихід підприємства на нові ринки збуту або створення абсолютно нових ринкових сегментів. Вона сприяє розширенню клієнтської бази та диверсифікації доходів.

Продовження таблиці 1.2.

Маркетингова інновація	Передбачає оновлення методів просування товарів, виявлення нових джерел постачання та вдосконалення логістичних ланцюгів. Це дозволяє покращити позиціонування продукції на ринку.
Управлінська інновація	Полягає у зміні структури управління, стилю керівництва або процесів прийняття рішень. Вона підвищує гнучкість організації та здатність швидко реагувати на зовнішні виклики.

Джерело: Складено автором на основі [37].

Слід відзначити що запропонована класифікація інновацій відображає ключові напрями їх реалізації у діяльності підприємств. Кожен тип інновацій має свою специфіку та сфери впливу, які разом формують загальну стратегію розвитку організації. Системний підхід до впровадження інновацій дозволяє забезпечити стійкість бізнесу на конкурентному ринку.

Отже, інновації є не просто нововведеннями, а потужним інструментом формування довгострокових переваг підприємства.

Інноваційна діяльність виступає ключовим чинником формування сталих конкурентних переваг у провідних секторах економіки. Компанії, що прагнуть лідерства на ринку, активно впроваджують нові технології, управлінські підходи та організаційні практики, забезпечуючи тим самим підвищення ефективності. Проте отримані переваги мають тенденцію до втрати актуальності без постійного вдосконалення, що потребує безперервного інноваційного оновлення. У сучасному глобалізованому економічному середовищі інноваційність розглядається як головна ознака конкурентоспроможності підприємства. Вона виявляється у здатності системно розвиватися, адаптуватися до змін та оновлювати виробничо-господарські процеси [44].

Інновації охоплюють широке коло практик, зокрема використання науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу для досягнення стратегічних результатів. Йдеться не лише про створення нових продуктів, а й про переосмислення технологій, організації праці, логістики та маркетингу. Важливою складовою інноваційної діяльності є соціальні інновації, що орієнтовані на зміну поведінкових моделей персоналу задля досягнення корпоративних цілей. Саме інтеграція всіх форм інновацій забезпечує ефективне функціонування підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Такий підхід створює передумови для переходу до шостого технологічного укладу, що включає інформаційні, біо-, нано- та космічні технології [20,с.53].

Інноваційна економіка здатна забезпечити як внутрішній розвиток підприємств, так і їхню конкурентоспроможність на глобальному ринку. Водночас швидкий темп інновацій у контексті глобалізації спричиняє низку викликів. Зокрема, скорочується технологічний розрив між розвиненими компаніями та тими, що відстають, водночас посилюється монополізація інноваційних ринків. Поширення нових товарів супроводжується зростанням споживчого розшарування та нерівномірним розподілом доходів. Також загострюються екологічні, соціальні та етичні проблеми, що, однак, частково можуть бути пом'якшені за рахунок самих інноваційних рішень.

Попри ці виклики, інновації залишаються основою економічного зростання та індикатором добробуту суспільства. Перехід до інноваційної моделі розвитку став основним напрямом державної політики багатьох країн, що прагнуть якісних змін у соціально-економічній сфері. Рівень освіченості, здатність до ефективної інтеграції науково-технічних досягнень та інтелектуального капіталу визначають міжнародний статус держави. Для досягнення конкурентних позицій бізнес має активно інвестувати у створення

нових знань і технологій. Розвиток внутрішньої конкуренції та ринкових стимулів сприяє підвищенню інноваційної активності [19,с.19].

Ключем до стійкого лідерства є не лише досягнення інновацій, а й здатність до їх безперервного вдосконалення. Відповідно, підприємства повинні бути відкритими до змін, гнучкими у прийнятті рішень та готовими до ризику. Створення сприятливого середовища для інновацій включає підтримку високотехнологічних галузей, розвиток нових підприємств і стимулювання підприємництва. В умовах динамічного розвитку знань лише інновації здатні забезпечити довгострокову конкурентоспроможність. Їх реалізація дозволяє підприємствам не лише зберігати позиції на ринку, а й виступати активними учасниками глобальної економіки [11,с.227].

У сучасних умовах економічного розвитку інноваційна діяльність виступає стратегічним чинником забезпечення конкурентоспроможності держави та бізнесу. Ефективне регулювання цієї сфери є необхідною умовою для формування сталого інноваційного середовища. Регулювання здійснюється за допомогою комплексу державних інструментів, серед яких податкова, амортизаційна, кредитна політика та антимонопольні заходи. Лише за умови наявності позитивного ефекту від впровадження інновацій вони можуть бути рекомендовані для застосування у виробництві.

Таблиця 1.3.

Основні інструменти державного регулювання інноваційної діяльності

№	Інструмент регулювання	Характеристика
1	Податкова політика	Передбачає податкові пільги та стимули для інноваційних проєктів
2	Амортизаційна політика	Прискорена амортизація стимулює оновлення основних засобів
3	Фінансова підтримка (дотації, субсидії)	Направлена на розвиток окремих регіонів та галузей

Продовження таблиці 1.3.

4	Кредитна політика	Забезпечення пільгових кредитів для інноваційних підприємств
5	Державні норми та стандарти	Регулюють якість, безпеку та відповідність інноваційних продуктів
6	Антимонопольне регулювання	Запобігання зловживанню монопольним становищем
7	Регулювання об'єктів інноваційного інвестування	Визначає пріоритетні сфери для інвестування
8	Регулювання інвестицій	Сприяє залученню внутрішніх і зовнішніх інвесторів

Джерело: Складено автором на основі [6].

Регулювання інноваційної діяльності охоплює широкий спектр інструментів, що забезпечують стимулювання науково-технічного прогресу. Основними напрямками впливу є фінансова підтримка, податкові стимули та стандартизація. Системний підхід до регуляторної політики сприяє створенню сприятливого середовища для інновацій. Реалізація таких інструментів дозволяє підвищити ефективність інноваційних процесів як на рівні підприємств, так і в масштабах національної економіки.

Інновації відіграють ключову роль у формуванні конкурентоспроможності підприємств на сучасному етапі економічного розвитку. Їх можна поділити на два основні типи: зростаючі та радикальні. Зростаючі інновації спрямовані на поступове вдосконалення вже наявних продуктів, технологій і бізнес-процесів. Вони мають кумулятивний ефект, забезпечуючи сталість покращень і стабільне зростання конкурентоспроможності. На відміну від них, радикальні інновації є проривними та мають трансформаційний характер. Вони спричиняють значні зміни у виробничих процесах, товарах або послугах, що часто стає поштовхом до появи нових галузей. Радикальні нововведення формують нові ринкові правила гри, забезпечуючи довготривалі конкурентні переваги. Інноваційна

діяльність є ключовим фактором трансформації виробничих систем сучасних підприємств, охоплюючи широкий спектр змін. Вона не обмежується лише технологічними вдосконаленнями, а включає організаційні, економічні та управлінські аспекти. Впровадження інновацій сприяє підвищенню ефективності роботи підприємства шляхом оптимізації процесів. Це дозволяє знижувати витрати на виробництво, що є важливим для забезпечення конкурентоспроможності. Покращення якості продукції та послуг завдяки інноваціям відповідає зростаючим вимогам ринку. Такий підхід забезпечує адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища [7,с.132].

Інновації також створюють нові можливості для мотивації персоналу. Вони сприяють формуванню сучасних підходів до стимулювання працівників, підвищуючи їхню залученість. Організаційні зміни, викликані інноваціями, оптимізують управлінські процеси, роблячи їх більш гнучкими та ефективними. Розвиток інфраструктури підприємства є ще одним важливим результатом інноваційної діяльності. Це включає модернізацію обладнання, впровадження нових технологій та вдосконалення логістичних систем. Такі зміни підвищують загальну продуктивність і стійкість бізнесу. У конкурентному середовищі інновації стають основою для зміцнення ринкових позицій підприємства. Вони дозволяють компанії оперативно реагувати на зміни в потребах клієнтів і ринкових трендах. Гнучкість, яку забезпечують інновації, допомагає бізнесу залишатися лідером у своїй галузі. Впровадження інноваційних рішень сприяє створенню унікальних пропозицій, що вирізняють компанію серед конкурентів. Таким чином, інноваційна діяльність є рушійною силою сталого розвитку та успіху підприємства [9,с.29].

Таким чином, інноваційна діяльність є не лише засобом модернізації, а й джерелом стратегічної стабільності. Вона дозволяє підприємствам випереджати конкурентів і забезпечувати сталість економічного зростання. Інновації є

фундаментальним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств. В сучасних умовах саме інновації визначають перспективність і життєздатність підприємства в конкурентному середовищі.

1.3. Сучасний стан інноваційної діяльності в підприємництві

Сучасний стан інноваційної діяльності в підприємництві характеризується зростаючим значенням нових технологій, знань і управлінських підходів для забезпечення конкурентоспроможності. В умовах глобалізації та цифровізації економіки інновації стають вирішальним фактором ефективного розвитку бізнесу. Підприємства, що активно впроваджують інноваційні рішення, здатні швидше адаптуватися до змін ринкових умов і забезпечувати стійке економічне зростання. Інноваційна активність виступає індикатором економічної динаміки, рівня технічного прогресу та здатності підприємств до самовідновлення. Водночас в Україні інноваційна діяльність у підприємництві потребує посиленої державної підтримки, вдосконалення інституційної бази та залучення інвестицій у науково-технічну сферу.

Інновації є ключовою рушійною силою економічного розвитку держави, тому варто почати з аналізу місця українського бізнесу в Глобальному інноваційному індексі. Глобальний індекс інновацій (GII) публікує Всесвітня організація інтелектуальної власності (WOIP), спеціалізоване агентство ООН. Метою GII є надання рейтингу інновацій та детального аналізу з посиланням на близько 130 країн. Слід відзначити що у 2024 році Україна посіла 60-те місце у Глобальному інноваційному індексі (GII), що на п'ять позицій нижче порівняно з 2023 роком. Цей індекс, укладений Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (WOIP), оцінює інноваційний потенціал та результати понад 130 країн світу за близько 80 індикаторами, включаючи інституції, людський капітал, інфраструктуру, розвиток ринку, складність бізнесу, знання та технологічні результати, а також творчі результати.

Таблиця 1.4.

Позиція України у Глобальному інноваційному індексі (2020–2024)

Рік	Місце України в ГІІ	Індекс інноваційності
2020	45	36.32
2021	49	35.60
2022	57	31.00
2023	55	32.80
2024	60	29.50

Джерело: Складено автором на основі [48]

Аналіз динаміки позицій України у Глобальному інноваційному індексі свідчить про коливання інноваційного потенціалу країни протягом останнього десятиліття. Незважаючи на певні покращення в окремі роки, загальна тенденція демонструє необхідність посилення інноваційної політики та підтримки науково-технічного розвитку. Особливо важливо зосередитися на вдосконаленні інституційного середовища, розвитку інфраструктури та залученні інвестицій у дослідження та розробки. Тільки через системний підхід до інноваційного розвитку Україна зможе зміцнити свої позиції у світовому рейтингу та забезпечити стійке економічне зростання.

За останні десять років Глобальний індекс інновацій (ГІІ) став важливим орієнтиром для країн, які прагнуть розвивати власну інноваційну політику. Він широко використовується урядами як практичний інструмент для оцінки інноваційного потенціалу та формування ефективних стратегій розвитку. ГІІ оцінює рівень інноваційного розвитку держав за низкою показників, зокрема інституційною стабільністю, рівнем освіти, науковими дослідженнями, станом інфраструктури, доступом до фінансування та інвестицій. Також враховуються рівень співпраці в інноваційній сфері, здатність створювати та поширювати знання, а також творчі досягнення. Структура індексу включає два основні

субіндекси: інноваційного внеску та інноваційного результату. Крім того, GII складається із семи головних розділів, кожен з яких деталізується трьома окремими критеріями. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити як ресурси для інновацій, так і їх практичні результати.

Інноваційна діяльність є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності національної економіки, оскільки вона сприяє модернізації виробництва, зростанню продуктивності праці та виходу на нові ринки. В умовах глобалізації та цифрової трансформації саме інновації дозволяють підприємствам залишатися актуальними та адаптивними до змін. В Україні впровадження інновацій у бізнесі відбувається в надзвичайно складному контексті: економічна криза, наслідки пандемії COVID-19, повномасштабна війна з Росією, нестача інвестицій та інституційна нестабільність створюють серйозні бар'єри. У багатьох випадках компанії вимушені відкладати впровадження нових технологій через фінансові труднощі, ризики безпеки та втрату ринків збуту. Попри це, частина підприємств демонструє стійкість і прагнення до технологічного розвитку, орієнтуючись на внутрішні ресурси, адаптацію продуктів і залучення партнерських програм. Зокрема, спостерігається зростання ролі міжнародної технічної допомоги, донорських грантів і участі українських компаній у транснаціональних проєктах з інноваційного розвитку.

Таблиця нижче ілюструє динаміку ключових індикаторів інноваційної активності за останні п'ять років. Аналіз ґрунтується на ключових кількісних індикаторах, що характеризують рівень інноваційної активності бізнесу в Україні. Частка підприємств, що впроваджують інновації, свідчить про загальну зацікавленість у розвитку нових продуктів, процесів або послуг. Обсяг реалізованої інноваційної продукції відображає економічну ефективність впроваджених розробок і їх вплив на ринок. Кількість отриманих патентів та

позиція в Глобальному інноваційному індексі дозволяють оцінити національний потенціал у сфері науково-технічного прогресу та порівняти Україну з іншими країнами.

Таблиця 1.5.

Впровадження інновацій в українському бізнесі (2020–2024)

Рік	Частка підприємств, що впроваджували інновації (%)	Частка інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації (%)	Кількість патентів (всього)	Місце України в Глобальному інноваційному індексі	Основні джерела фінансування інновацій
2020	13,8%	~1,6%	3 709	45	Власні кошти підприємств (95%)
2021	12,6%	~1,5%	3 481	49	Власні + частково банківські кредити
2022	10,1%	~1,2%	2 980	57	Власні кошти, держпідтримка мінімальна
2023	10,8%	~1,3%	3 050	55	Гранти міжнародних партнерів зростають
2024	11,5%	~1,5%	3 200	60	Donor funds + Private R&D investments

Джерело: Складено автором на основі [17,47,48,49,54,55,56]

Аналіз даних за 2020–2024 роки свідчить про нестабільну динаміку інноваційної активності українського бізнесу. Найвищу частку підприємств, що впроваджували інновації, зафіксовано у 2020 році — 13,8%, після чого спостерігається поступове зниження. Однією з основних причин такої тенденції

є обмежене фінансування, особливо з боку держави, що змушує підприємства покладатися переважно на власні ресурси. Війна та економічна нестабільність 2022 року суттєво вплинули на темпи впровадження нових технологій і розробок. Водночас, зростання кількості міжнародних грантів та донорських програм у 2023–2024 роках відкриває нові можливості для інноваційного прориву. Показник інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації залишається низьким — не перевищує 1,6%, що вказує на слабку комерціалізацію розробок. Кількість патентів також не демонструє стрімкого зростання, однак зберігається на стабільному рівні. Отже, інноваційна система України потребує глибоких реформ і стратегічної підтримки, щоб стати основою довгострокового економічного розвитку.

Також слід відзначити що інновації в бізнесі є важливим чинником для підвищення конкурентоспроможності компаній, що дозволяє їм адаптуватися до змінюваних умов ринку. В Україні спостерігається зростання інвестицій в різноманітні інноваційні напрямки, що включають цифровізацію, науково-дослідницьку діяльність, екологічні ініціативи та інші. Це свідчить про прагнення українських підприємств використовувати новітні технології для поліпшення ефективності бізнес-процесів, покращення продуктів та послуг, а також адаптації до глобальних викликів. Зростання інноваційних витрат є важливим фактором економічного розвитку та залучення нових інвестицій. Оскільки Україна активно інтегрується в світову економіку, інновації в бізнесі стають необхідною складовою для сталого розвитку та підвищення рівня життя населення.

Таблиця 1.6.

Тенденції розвитку інноваційних витрат в українському бізнесі

Тенденція	Опис	Очікувані результати	Приклади
Зростання витрат на цифровізацію	Підвищення інвестицій у технології, автоматизацію та цифрові платформи.	Підвищення ефективності бізнес-процесів, зниження витрат на операції.	Запровадження електронних декларацій через портал "Дія", система розумного міста в Києві.
Інвестиції в R&D (дослідження і розробки)	Збільшення фінансування на науково-дослідницьку діяльність та інноваційні продукти.	Виведення нових продуктів на ринок, конкурентні переваги.	Інвестиції "ПриватБанку" в нові фінансові технології, підтримка стартапів через "UNIT.City".
Інвестування в навчання та розвиток кадрів	Фокус на підготовку персоналу до роботи з новими технологіями та бізнес-моделями.	Підвищення кваліфікації працівників, покращення продуктивності.	Програми підвищення кваліфікації в "Київській школі економіки", "Інституті бізнесу та інновацій".
Зростання витрат на інноваційний маркетинг	Витрати на новітні методи просування продукції через інтернет-канали, соціальні мережі.	Залучення нових клієнтів, покращення іміджу компанії.	Використання таргетованої реклами в соціальних мережах компанією "Rozetka".
Екологічні інновації	Вкладення в технології, що забезпечують стійкий розвиток і зниження негативного впливу на навколишнє середовище.	Покращення екологічної ситуації, підвищення репутації серед споживачів.	Інвестиції в сонячні та вітрові станції компанії "Ukrenergo".
Збільшення витрат на кібербезпеку	Інвестиції в захист даних та інформаційних систем від кіберзагроз.	Зниження ризиків кіберзлочинності, захист конфіденційних даних.	Ініціативи "Українського кіберсервісу" щодо покращення кібербезпеки та тренування кадрів.

Продовження таблиці 1.6.

Підтримка стартапів і інноваційних екосистем	Співпраця з малими підприємствами та стартапами для розвитку нових технологій.	Стимулювання інноваційного розвитку, нові можливості для бізнесу.	Підтримка стартапів через "UNIT.City" та фінансування перспективних компаній через "Ukrainian Startup Fund".
--	--	---	--

Джерело: Складено автором на основі [41].

Розвиток інноваційних витрат в українському бізнесі є важливим чинником для підтримки конкурентоспроможності на глобальному ринку. Підвищення інвестицій у цифровізацію, дослідження та розробки, екологічні ініціативи та кібербезпеку сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів, розвитку нових продуктів і послуг, а також забезпеченню сталого розвитку підприємств. Інвестування в навчання та розвиток кадрів стає ключовим для підготовки робочої сили до викликів сучасного ринку праці. Зростання витрат на інноваційний маркетинг і підтримка стартапів відкриває нові можливості для залучення клієнтів і стимулювання розвитку бізнесу. З огляду на ці тенденції, українські підприємства мають значний потенціал для адаптації до змінюваних економічних умов і досягнення високих результатів у глобальному масштабі [20].

Таким чином, сучасний стан інноваційної діяльності в українському бізнесі свідчить про поступовий розвиток інноваційних процесів, хоча існують значні виклики, такі як обмежене фінансування та економічна нестабільність. Динаміка Глобального інноваційного індексу демонструє коливання позицій України, що вказує на необхідність удосконалення інституційної підтримки та інвестування в науково-технічний прогрес. Однак, зростання підтримки стартапів та інноваційних екосистем, а також активне використання цифрових технологій вказує на позитивні зрушення. Останні роки показали активне залучення міжнародних грантів і підтримку інноваційних проектів, що відкриває нові можливості для розвитку бізнесу. Для забезпечення стабільного

інноваційного прогресу Україна потребує системних реформ, фокусуючись на інтеграції новітніх технологій і розвитку людського капіталу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «НАДІЯ»)

2.1. Організаційно-економічна характеристика готельного підприємства «Надія»

У сучасних умовах функціонування підприємств туристично-готельної галузі важливою передумовою підвищення конкурентоспроможності є наявність чітко сформованої організаційно-економічної моделі функціонування, яка відповідає викликам ринку та сприяє ефективному використанню наявних ресурсів. Саме тому аналіз організаційно-економічної характеристики підприємства виступає ключовим етапом у дослідженні його конкурентних переваг та можливостей інноваційного розвитку. Як об'єкт дослідження обрано готельне підприємство «Надія», що є одним з провідних представників готельного бізнесу в Івано-Франківській області та і загалом на заході України [15].

Готельний комплекс «Надія» функціонує на ринку готельно-ресторанних послуг понад 30 років та належить до числа провідних підприємств індустрії гостинності Прикарпаття. Даний готельний комплекс належить до багатoproфільних підприємств, що забезпечують не лише класичний готельний сервіс, а й широкий спектр супутніх послуг, включаючи ресторанне обслуговування, конференц-сервіс, туристичний супровід, реалізацію продукції власного виробництва, а також організацію дозвілля. Така багатовекторність дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища, оптимізуючи бізнес-модель з урахуванням сучасних викликів.

Готель «Надія» було засновано у 1990 році як об'єкт державної власності, однак у процесі трансформації економіки та переходу до ринкових умов функціонування він пройшов етап приватизації і наразі функціонує як

товариство з обмеженою відповідальністю. Така форма власності надала підприємству більшу гнучкість в управлінні, можливість залучення інвестицій та впровадження сучасних управлінських технологій [33].

Загалом підприємство функціонує понад три десятиліття, будучи не лише свідком, а й активним учасником трансформації українського туристичного ринку. Протягом цього часу готель «Надія» пройшов шлях від регіонального об'єкта гостинності до одного з найбільш впізнаваних брендів готельної сфери Західної України. Його постійне прагнення до вдосконалення, оновлення матеріально-технічної бази, запровадження інноваційних технологій та утвердження якісних стандартів обслуговування стали основою сталого розвитку підприємства.

Готель розташований у центральній частині Івано-Франківська, що є важливим стратегічним фактором для формування стабільного клієнтського потоку. Розташування біля ключових транспортних артерій, адміністративних установ, закладів культури й освіти значно підвищує привабливість об'єкта для різних категорій споживачів – від туристів до бізнес-клієнтів. та спеціалізована крамниця-кафе «Делікатес», де реалізується власна продукція.

Підприємство має у своєму розпорядженні понад 240 номерів різної категорії комфортності, зокрема одномісні, двомісні, сімейні номери, люкси. У кожному номері є базовий набір зручностей: санвузол, телевізор, кондиціонер, доступ до бездротового інтернету. Крім номерного фонду, до складу готелю входять ресторанні заклади, конференц-зали, салон краси, продуктовий маркет, служба прокату автомобілів, екскурсійне бюро та інші підрозділи, що забезпечують комплексне обслуговування клієнтів на високому рівні [33].

Організаційна структура підприємства побудована за функціональним принципом, що передбачає розподіл обов'язків за ключовими напрямками діяльності: адміністративне управління, готельний сервіс, ресторанне

обслуговування, виробництво продукції, технічна підтримка, маркетинг і зв'язки з громадськістю, управління персоналом, IT-інфраструктура тощо. Такий підхід забезпечує гнучкість у прийнятті рішень, чіткість у розподілі відповідальності та ефективну взаємодію між підрозділами [23].

Особливу увагу в діяльності підприємства приділено кадровій політиці. Кадрова політика підприємства спрямована на підвищення кваліфікації персоналу, стимулювання ініціативи та підвищення мотивації. На постійній основі організовуються навчальні програми, тренінги, проходження курсів англійської мови та етикету обслуговування. Високий рівень обслуговування клієнтів значною мірою обумовлений саме професійною підготовкою персоналу, що є конкурентною перевагою готелю на ринку [24].

Економічна стійкість підприємства базується на диверсифікованості джерел доходів, раціональному використанні ресурсів та системному контролю за витратами. Крім основної діяльності — реалізації готельно-ресторанних послуг, значну частку прибутків становить реалізація продукції власного виробництва, що позитивно впливає на фінансові показники. Таблиця нижче показує, що за у роботі підприємства простежується позитивна динаміка основних показників: доходів, чистого прибутку, рентабельності та рівня заповнюваності номерного фонду.

Таблиця 2.1.

Основні економічні показники діяльності готельного комплексу «Надія»

Показник	2022	2023	2024
Дохід від основної діяльності	70 024 700 ₴	89 579 600 ₴	109 020 900 ₴
Чистий прибуток	1 439 300 ₴	267 200 ₴	3 992 300 ₴
Рівень рентабельності	13 %	12.9 %	13.7 %
Середньорічна кількість працівників	124 особ.	120 особ.	131 особ.

Продовження таблиці 2.1

Кількість обслуговуваних клієнтів	104.3 тис. осіб	111.8 тис. осіб	118.2 тис. осіб
Рівень заповнюваності номерного фонду	70 %	73%	75%

Джерело: Складено автором на основі [38]

Участь готелю «Надія» у міжнародних конкурсах та отримання престижних нагород (зокрема, International Hospitality Awards у 2016, 2018, 2021 роках у номінації «Найкращий бізнес-готель Європи 3*») підтверджує високий рівень організації обслуговування, дотримання стандартів якості, клієнтоорієнтованість та інноваційність. Також високий середній рейтинг на міжнародних платформах онлайн-бронювання, таких як Booking.com, TripAdvisor та Google Reviews, свідчить про сталість позитивної репутації [14]..

Крім того, готель активно впроваджує принципи сталого розвитку: сортування сміття, економне споживання ресурсів, пропаганда локального туризму, співпраця з місцевими виробниками продукції для ресторанного комплексу. Участь у соціальних проектах та підтримка місцевої громади також є важливою складовою стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність готелю полягає у прийомі іноземних туристів та співпраці з міжнародними туристичними операторами. Частка іноземних клієнтів у структурі споживачів щорічно зростає. Це зумовлено як розвитком туристичної привабливості регіону, так і зусиллями підприємства щодо просування своїх послуг на міжнародному ринку через онлайн-платформи, партнерські програми та участь у виставках.

Загалом, організаційно-економічна характеристика готельного підприємства «Надія» свідчить про його стійке становище на ринку, високий рівень адаптивності до змін зовнішнього середовища, стратегічне бачення розвитку та здатність до інноваційного оновлення. Саме ці фактори формують

основу його конкурентоспроможності в умовах сучасної економіки знань та глобальної конкуренції.

2.2. Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємництва

Інновації є ключовим елементом успішної діяльності компаній у різних галузях економіки, сприяючи підвищенню їхньої прибутковості та конкурентоспроможності. Сучасні геополітичні виклики, нестабільність і високий рівень конкуренції змушують бізнеси оперативно адаптувати свої підходи до управління. Це вимагає переходу до нової парадигми мислення, спрямованої на розробку та впровадження інноваційних продуктів наступного покоління. Така здатність до змін є важливим показником готовності компаній відповідати на сучасні виклики. Інноваційні рішення дозволяють бізнесу не лише виживати, а й процвітати в умовах невизначеності. Вони стають основою для створення стійких конкурентних переваг. Компанії, які активно впроваджують інновації, отримують можливість зміцнювати свої ринкові позиції [40,с.88].

Для досягнення конкурентної переваги необхідно розвивати ключові компетенції у сфері діяльності компанії. Знання та досвід у конкретній галузі дозволяють створювати сучасні, якісні та конкурентоспроможні продукти. Інновації мають стати невід'ємною частиною всіх аспектів управління компанією. Вони повинні впливати на кожен елемент системи, від розробки до реалізації стратегій. Такий підхід забезпечує довгострокову перевагу над конкурентами. Стратегія, побудована на інноваціях, допомагає бізнесу оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища. Це дозволяє не лише утримувати, а й розширювати ринкові позиції [34,с.86].

Інноваційні продукти та процеси відіграють вирішальну роль у підвищенні конкурентоспроможності. Інновація, за своєю суттю, — це зміна,

що сприяє зниженню витрат і покращенню якості товарів чи послуг. У турбулентних ринкових умовах компанії, які впроваджують інноваційні рішення, значно випереджають конкурентів. Вони пропонують клієнтам привабливіший асортимент, що сприяє залученню нових споживачів. Це, у свою чергу, зміцнює позиції компанії на ринку. Впровадження інновацій дозволяє бізнесу не лише відповідати на поточні виклики, а й задавати нові стандарти в галузі. Компанії, які обирають інноваційний шлях розвитку, стають лідерами, кидаючи виклик своїм конкурентам. Такий підхід забезпечує не лише короткострокові вигоди, а й довгострокову стабільність. Інновації дозволяють бізнесу гнучко адаптуватися до змін, що є критично важливим у сучасному світі. Вони сприяють створенню унікальних пропозицій, які вирізняють компанію серед інших. Завдяки цьому бізнес може не лише утримувати наявних клієнтів, а й залучати нових. Успішна реалізація інноваційної стратегії забезпечує стійке зростання та процвітання. Таким чином, інновації стають основою для досягнення лідерства на ринку та забезпечення довгострокового успіху [26,с.44].

Впровадження новітніх технологій та процесів дозволяє компаніям адаптуватися до змін ринку, підвищувати ефективність та розширювати експортні можливості. Аналіз галузевих показників свідчить про тісний зв'язок між рівнем інноваційної активності та фінансовими результатами підприємств. Нижче наведено табл.2.2., яка ілюструє цей взаємозв'язок у розрізі основних галузей української економіки за період 2020–2024 років.

Таблиця 2.2.

Рівень впровадження інновацій та показники конкурентоспроможності
підприємств за галузями (2020–2024)

Галузь	Частка інноваційно активних підприємств, %	Частка експорту продукції, %	Рентабельність, %	Інвестиції в НДДКР, млн грн	Місце в галузевому рейтингу конкурентоспроможності
	2020	2021	2022	2023	2024
Сільське господарство	10.5	12.3	59.2	61.5	18.4
Промисловість (переробна)	12.6	14.1	10.7	12.0	6.5
Інформаційні технології	18.4	20.0	15.4	17.0	15.2
Професійна, наукова та технічна діяльність	14.9	16.2	8.3	9.5	17.6
Оптова та роздрібна торгівля	12.0	13.5	5.5	6.8	16.3

Джерело: Складено автором на основі [17,50,53].

Аналіз таблиці демонструє, що галузі з вищою часткою інноваційно-активних підприємств, такі як ІТ та професійна, наукова і технічна діяльність, мають вищі показники рентабельності та експорту. Сільське господарство, незважаючи на нижчий рівень інноваційної активності, лідирує за часткою експорту, що свідчить про потенціал для подальшого зростання через

впровадження інновацій. Інвестиції в наукові дослідження та розробки (НДДКР) також корелюють з підвищенням конкурентоспроможності підприємств. Таким чином, стимулювання інноваційної діяльності є важливим напрямком для підвищення ефективності та позицій українських підприємств на міжнародному ринку.

Підприємства, які прагнуть відповідати мінливим потребам клієнтів, активно впроваджують інноваційні продукти та технології. Дані зміни, помітні для споживачів, стають основою для створення конкурентних переваг. Інновації, що відповідають очікуванням клієнтів, значно підвищують шанси компаній зміцнити свої позиції на ринку. Дослідження потреб споживачів відіграють ключову роль у визначенні напрямків розвитку нових продуктів. Поєднання інноваційних і маркетингових стратегій забезпечує швидке та ефективне впровадження новинок. Синхронізація цих стратегій дозволяє скоротити час, необхідний для виведення інновацій на ринок. Такий підхід підвищує шанси компанії на успіх [50].

Інновації впливають на конкурентоспроможність через два основні аспекти: покращення якості продуктів або послуг і зниження витрат. Ці фактори дозволяють пропонувати клієнтам продукцію вищої якості за доступною ціною. Не завжди інновації одночасно охоплюють обидва аспекти. Наприклад, покращення якості за вищої вартості може бути більш помітним для клієнтів, ніж підвищення ціни. Споживачі отримують якісніший продукт за розумну суму, що робить його привабливішим. Покращені функціональні характеристики товару виправдовують додаткові витрати. Таким чином, інноваційні продукти зміцнюють ринкові позиції компанії.

Зниження витрат, таких як виробничі чи адміністративні, дозволяє компаніям зменшувати ціни на продукцію. Це робить товари більш конкурентоспроможними без втрати якості. Як результат, зростає ринкова

частка продукту та доходи компанії. Покращення конкурентоспроможності сприяє легшому доступу до фінансування. Отриманий прибуток можна спрямовувати на інноваційні розробки, дослідження або підвищення заробітної плати. Такий підхід сприяє позитивному сприйняттю компанії на ринку [53].

Інноваційна діяльність не лише зміцнює позиції компанії, а й позитивно впливає на економіку загалом. Збільшення прибутків компаній сприяє зростанню податкових надходжень. Це, у свою чергу, стимулює грошовий обіг у країні. Підвищення конкурентоспроможності також створює попит на нових працівників і сировину. Компанії, які інвестують у довгостроковий розвиток, створюють умови для впровадження інновацій. Це дозволяє краще задовольняти потреби клієнтів. У результаті формується цикл, який сприяє як розвитку бізнесу, так і економічному зростанню [50].

Інноваційна діяльність є ключовим фактором забезпечення конкурентних переваг бізнесу на сучасному ринку. Динамічний розвиток компаній залежить від їхньої здатності впроваджувати інновації, створювати нові продукти, послуги, вдосконалювати виробничі процеси та технології, а також трансформувати організаційні структури. Інновації охоплюють не лише технологічні аспекти, а й зміни у взаємодії з іншими учасниками ринку та реорганізацію соціальних аспектів діяльності компанії. Впровадження інновацій є основою конкурентоспроможності, оскільки без інвестицій у розвиток компанії втрачають ринкові позиції та прибутковість. Конкурентну перевагу можна отримати через розробку власних інновацій або адаптацію вже існуючих рішень.

Конкретизуючи, наведемо у приклад готельне підприємство «Надія», яке впродовж останніх років активно впроваджує інноваційні рішення, що сприяє збереженню та зміцненню його конкурентоспроможності в регіоні.

Інноваційна діяльність готелю охоплює низку напрямів, серед яких особливе місце посідає цифровізація процесів обслуговування клієнтів. Так, було впроваджено сучасну CRM-систему для автоматизованого бронювання номерів та обліку запитів гостей. Це дозволяє персоналу оперативно реагувати на потреби споживачів, підвищуючи якість сервісу.

Крім того, готель «Надія» активно використовує маркетингові інновації. Підприємство реалізувало стратегію персоналізованих пропозицій, що базується на аналізі поведінки клієнтів. Це дало змогу збільшити частку постійних клієнтів. Запровадження гнучкої системи знижок, акційних пакетів та інтеграція з платформами бронювання (Booking, Airbnb тощо) суттєво вплинуло на приріст прибутковості [33].

Ще одним важливим кроком стала модернізація матеріально-технічної бази, що включає встановлення енергоощадного обладнання, систем «розумний номер» та екологічно безпечних технологій. Завдяки цьому вдалося скоротити витрати на комунальні послуги на 18% та підвищити енергоефективність об'єкта.

Також важливо відзначити активну участь підприємства у міжнародних проєктах — готель став партнером програми енергоефективності GIZ та ініціативи «Зелені готелі України». Це забезпечує підприємству додаткові фінансові ресурси, а також підвищує його імідж серед екотуристів.

Інноваційна діяльність готельного підприємства «Надія» є прикладом успішної стратегії підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг. Застосування сучасних цифрових інструментів, енергоефективних технологій та маркетингових інновацій сприяє не лише економічному зростанню підприємства, але й формуванню його позитивного іміджу. Отриманий досвід може бути рекомендований для запозичення іншими підприємствами готельно-ресторанного бізнесу.

Таким чином, інноваційна діяльність є рушійною силою економічного розвитку, сприяючи не лише зростанню компаній, а й загальному добробуту суспільства. Комплексний підхід до оцінки інновацій забезпечує їхню ефективність і стійкість у довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА РАХУНОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємництва в Україні

Підвищення конкурентоспроможності підприємництва є однією з ключових умов стабільного економічного розвитку України. В умовах глобалізації та посилення міжнародної конкуренції українські підприємства стикаються з низкою викликів, що ускладнюють їх адаптацію до ринкових змін. Особливо гостро ці проблеми проявляються в контексті нестабільної економічної ситуації, воєнних дій та обмеженого доступу до інвестицій і сучасних технологій. Виявлення та аналіз основних перешкод на шляху до підвищення конкурентоспроможності дозволяє окреслити ефективні напрями державної підтримки та внутрішніх стратегічних змін. Сьогодні український бізнес змушений функціонувати в умовах постійної нестабільності, що ускладнює ведення підприємницької діяльності. Через економічну кризу, воєнні загрози та коливання на ринках багатьом компаніям важко зберегти стабільність і ефективність роботи. Проте, незважаючи на ці виклики, конкуренція між суб'єктами господарювання залишається високою. У такій ситуації підприємства повинні бути не просто активними на ринку, а конкурентоспроможними, щоб зберегти свою нішу, залучити клієнтів і забезпечити розвиток [4,с.36].

Щоб досягти конкурентних переваг, компаніям недостатньо лише виготовляти якісний товар чи надавати відповідні послуги. Не менш важливо впроваджувати сучасні управлінські підходи, розвивати внутрішню організаційну культуру та мати професійно підготовлений персонал. Працівники мають бути мотивованими, добре навчати свої функції й розуміти

значення своєї праці для загального результату. Кваліфіковані кадри та ефективне керівництво є складовими успішної конкурентної стратегії.

Однак, коли мова йде про саме поняття конкурентоспроможності бізнесу, виникає чимало проблем уже на етапі його визначення. У науковій та практичній літературі спостерігається безліч трактувань цього терміна. Одні автори акцентують увагу на здатності підприємства протистояти зовнішнім ринковим загрозам, інші – на потенціалі до інновацій та адаптації. Часто конкурентоспроможність асоціюється із здатністю підприємства забезпечувати стабільний прибуток або задовольняти потреби споживача краще за інших.

Дане розмаїття підходів ускладнює вироблення єдиного, чіткого розуміння сутності конкурентоспроможності. Як наслідок, це ускладнює розробку державних стратегій підтримки підприємництва, а також внутрішніх стратегічних планів самих підприємств. Крім того, існує невизначеність щодо критеріїв оцінки рівня конкурентоспроможності: одні підприємства орієнтуються на частку ринку, інші — на рівень прибутковості чи експорту [8,с.7-8].

У практичній площині це призводить до того, що багато компаній не мають чітких орієнтирів для підвищення своєї конкурентоспроможності. Відсутність уніфікованих стандартів і методик оцінки конкурентних позицій робить порівняння між підприємствами різних галузей або навіть усередині однієї галузі досить складним. Крім того, підприємства не завжди усвідомлюють, які саме фактори найбільше впливають на їх конкурентні можливості: ціна, інновації, якість обслуговування чи логістика [21,с.395].

Отже, можна стверджувати, що поняття конкурентоспроможності залишається багатоаспектним і недостатньо структурованим у вітчизняному економічному дискурсі. Це потребує подальшого теоретичного осмислення та формування універсального підходу до його визначення. Лише за умови чіткого

розуміння суті конкурентоспроможності можна ефективно визначати стратегічні цілі підприємства, розробляти заходи з її підвищення і досягати успіху в умовах жорсткої ринкової боротьби. Тому систематизація підходів до тлумачення цього поняття є надзвичайно актуальним завданням як для науки, так і для практики.

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

Таблиця 3.1.

Проблеми у визначенні конкурентоспроможності

Проблема	Причини виникнення	Рекомендації по вирішенню / попередженню
1. Складність і структурність визначення	Використання поняття конкурентоспроможності до багатьох взаємопов'язаних економічних категорій, що мають різні рівні деталізації.	Необхідне застосування комплексного підходу до дослідження; розгляд взаємозв'язків між ключовими складовими категоріями.
2. Розмитість термінології	Відсутність уніфікованого визначення у науковій та практичній літературі; наявність багатьох підходів, що інколи суперечать один одному.	Проведення глибших міждисциплінарних досліджень з метою створення єдиної термінологічної бази та класифікації понять.
3. Невизначеність чинників та показників оцінки	Відсутність затверджених на рівні держави або галузей методик оцінювання конкурентоспроможності; надмірна кількість потенційних індикаторів.	Розробка системного підходу до створення уніфікованих методик, що враховують специфіку галузей і ринкових умов.
4. Обмеженість практичного використання	Недостатня інтеграція наукових підходів до конкурентоспроможності в реальні бізнес-процеси; нерозуміння поняття на рівні малого та середнього бізнесу.	Впровадження освітніх програм, бізнес-тренінгів та консультацій для підприємців щодо значення й застосування цього поняття.

Джерело: Складено автором на основі [22].

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

Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом упровадження інновацій є складним і багатогранним завданням, яке потребує індивідуального підходу. Навіть для компаній, що діють на одному ринку з подібними цілями, стандартне рішення є недоцільним через унікальність їхніх умов. Концепція посилення конкурентних позицій залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів, стратегічних цілей та особливостей кожного підприємства. Вона може включати різноманітні елементи, зокрема організаційно-управлінські, технологічні, маркетингові, фінансові та інвестиційні складові. Ці компоненти формують комплексний підхід до забезпечення стійкої конкурентоспроможності.

Основними перешкодами для ефективного розвитку конкурентних переваг українських підприємств є технологічна відсталість і несприятливий бізнес-клімат у країні. Технологічна відсталість обмежує здатність компаній упроваджувати сучасні рішення, що відповідають світовим стандартам. Негативний бізнес-клімат, зокрема бюрократичні бар'єри та недостатня підтримка інновацій, ускладнює розвиток підприємств. Національні фактори відіграють визначальну роль у формуванні конкурентної моделі України. Природно-ресурсний потенціал сприяє розвитку таких галузей, як чорна металургія та хімічна промисловість [30,с.186].

Географічне розташування України створює передумови для розвитку транспортних і експортних послуг. Родючі земельні ресурси забезпечують сприятливі умови для сільськогосподарського сектору. Проте низька конкурентоспроможність українських компаній призводить до обмеженого розвитку високотехнологічних галузей. Зокрема, в Україні слабо розвинені такі сектори, як інформаційні технології, виробництво складних медичних приладів і наукового обладнання. Також відсутнє виробництво сучасних легкових автомобілів, що негативно впливає на експортний потенціал країни. Отже, для підвищення конкурентоспроможності необхідні цілеспрямовані зусилля з модернізації технологій, покращення бізнес-середовища та підтримки інноваційних галузей.

Недостатнє впровадження інноваційних технологій суттєво обмежує конкурентоспроможність продукції українських підприємств. Багато видів товарів, зокрема радіоелектроніка, побутова техніка, сільськогосподарська та дорожньо-будівельна техніка, значно поступаються іноземним аналогам за якістю та технологічними характеристиками. Використання застарілих, високозатратних технологій, успадкованих від радянської економіки, призводить до підвищеної ресурсоемності виробництва. Це ускладнює зниження собівартості продукції, що, у свою чергу, перешкоджає розвитку інноваційних рішень. Відсутність сучасних технологій гальмує прогрес не лише в окремих галузях, а й в економіці загалом. Конкуренція на міжнародних ринках стає дедалі складнішою через технологічну відсталість [35,с.172].

Однією з ключових проблем є дефіцит кваліфікованих кадрів. Низький рівень заробітної плати відлякує молодих спеціалістів від роботи в цих секторах. Водночас значна частина досвідчених працівників досягла пенсійного віку, що створює кадровий вакуум. Втрата кваліфікованих фахівців через звільнення або вихід на пенсію ускладнює забезпечення належної якості роботи.

Підприємства стикаються з труднощами у залученні нових працівників, здатних замінити досвідчених колег. Це негативно позначається на продуктивності та інноваційному потенціалі компаній.

Сучасна українська економіка перебуває в стані рецесії, що потребує негайного стимулу для відновлення та розвитку. Потужний імпульс може бути забезпечений лише через активне впровадження інновацій у приватному секторі. Однак чинна система податкових стимулів в Україні не сприяє цьому процесу. Комплекс податкових пільг не створює належних умов для розвитку економіки, а подекуди навіть погіршує ситуацію. Розширення пільг без належного контролю може призвести до їх повного скасування, що ще більше ускладнить інноваційний розвиток. Інноваційна діяльність є визначальним фактором для перспективного розвитку економік і окремих секторів. Високий рівень інновацій створює значні переваги, ускладнюючи конкуренцію для країн, які не інвестують у технологічний прогрес. Останнє десятиліття показало, що розвинені країни активно збільшують обсяги та розширюють перелік податкових пільг для компаній, які займаються інноваційною діяльністю. Такий підхід стимулює технологічний розвиток і зміцнює конкурентоспроможність на глобальному ринку. Україні необхідно адаптувати подібні практики, щоб подолати технологічну відсталість і кадрові проблеми. Лише комплексний підхід до стимулювання інновацій може забезпечити вихід економіки з кризи та її стійке зростання [43,с.114].

Сучасні країни, які дотримуються принципів ринкової економіки та забезпечують рівні умови для всіх учасників ринку, активно застосовують різноманітні фіскальні інструменти для стимулювання інноваційної діяльності. Зокрема, 26 із 34 країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) надають податкову підтримку компаніям, що займаються інноваціями. Ця практика також поширена серед країн, які не входять до ОЕСР,

таких як Бразилія, Китай, Індія, Сінгапур і Південно-Африканська Республіка. Податкові пільги дозволяють значно зменшити фінансове навантаження на компанії, які інвестують у розробку інноваційних продуктів і технологій. У 1990-х роках державна підтримка часто обмежувалася лише звільненням від податків на інвестиції в інновації. Нині ж тенденція до розширення фіскальних стимулів набула глобального характеру, що сприяє активному розвитку інноваційних проєктів. У багатьох країнах податкова підтримка дозволяє компенсувати значну частину витрат на інновації. Наприклад, у низці держав інвестори можуть відшкодувати 20–25% витрат, в Іспанії – до 35%, а у Франції – навіть до 42,5%. Особливу увагу приділяють малим і середнім підприємствам, які відіграють важливу соціальну роль. Такі компанії часто отримують додаткові податкові пільги, що посилює їхню здатність до інноваційної діяльності. Це сприяє не лише економічному зростанню, а й створенню нових робочих місць. Державна підтримка в таких країнах формує сприятливе середовище для технологічного прогресу [45,с.57-58].

Натомість в Україні та інших країнах із низьким рівнем підтримки інновацій ситуація є протилежною. Інноваційна діяльність не лише не стимулюється фіскальними інструментами, а й часто обкладається додатковими податками. У таких країнах, як Швеція, Швейцарія, Фінляндія, Ізраїль і Німеччина, відсутність податкових пільг компенсується значними прямими бюджетними трансфертами на підтримку інноваційних проєктів. В Україні цей механізм практично не функціонує, що суттєво обмежує розвиток інноваційного сектору. Відсутність належної державної підтримки гальмує створення конкурентоспроможної інноваційної продукції. Формування пропозиції інноваційних товарів, технологій і знань може бути ефективно стимульовано державою через непрямі методи. До таких методів належать фіскальна політика, фінансово-кредитні інструменти, страхування ризиків і амортизаційні

механізми. Ці складові інноваційної політики дозволяють створювати сприятливі умови для компаній, які прагнуть розробляти нові продукти. Комплексний підхід до підтримки інновацій сприяє підвищенню конкурентоспроможності економіки. Україні необхідно адаптувати подібні практики, щоб подолати відставання в інноваційній сфері. Лише за умови створення ефективної системи стимулів можливе забезпечення сталого економічного розвитку та зміцнення позицій на глобальному ринку [36].

Для зниження ризиків, пов'язаних із фінансуванням інноваційної діяльності, необхідно розвивати систему страхування інновацій. Одним із ключових заходів є запровадження механізмів державного страхування інноваційних кредитів, що сприяє зниженню фінансових бар'єрів для компаній. Важливим також є страхування вкладів населення, призначених для кредитування інноваційних проєктів, що підвищує довіру до таких ініціатив. Створення спеціалізованої державної або державно-приватної страхової компанії може забезпечити ефективне страхування ризиків, пов'язаних із інноваційною діяльністю. Це сприятиме стабільності та залученню інвестицій у новаторські проєкти. Спеціальні правила амортизації відіграють важливу роль у створенні сприятливого середовища для інновацій. Стимулююча функція амортизації посилюється завдяки прискореному нарахуванню для компаній, які впроваджують техніко-технологічні інновації. Норми прискореної амортизації, що варіюються від 10 до 50%, дозволяють підприємствам швидше оновлювати виробниче обладнання. У деяких країнах, таких як Франція, Італія, Велика Британія та Німеччина, амортизація обладнання в перший рік експлуатації може становити від 40 до 100% його вартості. Такий підхід стимулює компанії інвестувати в сучасні технології. Захист інтелектуальної власності є фундаментальним елементом інноваційної діяльності, оскільки забезпечує інноваторам можливість отримувати економічні вигоди від своїх розробок [22].

Ефективність патентної системи значною мірою визначає стимулюючу або стримуючу роль захисту інтелектуальної власності. Наприклад, у США 200-річна історія патентного законодавства забезпечує надійний захист авторських прав на науково-технічні розробки. Це дозволяє власникам отримувати винагороду за використання їхніх винаходів, що мотивує подальші інновації. Для стимулювання попиту на інноваційні продукти розвинені країни застосовують нормативні обмеження. Такі обмеження можуть стосуватися умов експлуатації пристроїв або використання певних технологій і поширюються як на виробників, так і на споживачів. Дані заходи часто є частиною амортизаційної політики, що не передбачає додаткового оподаткування [20,с.56].

Зовнішня підтримка інноваційної діяльності неможлива без активної участі держави та міжнародних організацій. В Україні уряд здійснив низку заходів для регулювання та стимулювання інноваційної діяльності бізнесу. Було створено механізми державного фінансування інноваційних проєктів і розвинено інфраструктуру для їх реалізації. Проте ключовою проблемою залишається недостатня взаємодія між розробниками інновацій і їхніми споживачами. Низька мотивація до розробки та фінансування інновацій зумовлена обмеженою прозорістю цього процесу. Подолання інформаційної непроникності та вдосконалення відносин між учасниками інноваційного процесу є критично важливими для підвищення ефективності інноваційної діяльності в Україні [16,с.146].

Отже, низька конкурентоспроможність українського підприємництва зумовлена технологічною відсталістю, недостатньою кваліфікацією кадрів і несприятливим бізнес-кліматом. Відсутність ефективних податкових стимулів і обмежене фінансування інновацій гальмують розвиток високотехнологічних

галузей. Недостатня взаємодія між розробниками та споживачами інновацій ускладнює впровадження новітніх рішень.

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

У сучасних умовах нестабільного економічного середовища та високої конкуренції підприємствам важливо не лише утримувати свої позиції на ринку, але й постійно шукати шляхи для підвищення конкурентоспроможності. Одним із найефективніших інструментів для цього є впровадження інновацій, які дозволяють покращити якість продукції, оптимізувати виробничі процеси та задовольнити зростаючі потреби споживачів. Інноваційна діяльність сприяє створенню унікальних конкурентних переваг, підвищує гнучкість бізнесу та його здатність швидко адаптуватися до змін. Проте для досягнення стабільного ефекту важливо не лише впроваджувати нововведення, а й здійснювати системну роботу над управлінням інноваціями. У цьому контексті необхідним є формування чітких стратегічних рекомендацій, які сприятимуть посиленню позицій підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як довготривалий і системний процес, що передбачає пошук та реалізацію ефективних управлінських рішень у всіх сферах його функціонування. Цей процес має ґрунтуватися на стратегічному баченні розвитку бізнесу з обов'язковим урахуванням змін у зовнішньому середовищі та фінансовому стані компанії. Своєчасне коригування управлінських підходів дозволяє підприємству залишатися стійким до ризиків та адаптивним до нових викликів. Одним із ключових чинників забезпечення стійкої конкурентної позиції виступає інноваційна діяльність, яка створює додаткову цінність та покращує якість продукції або послуг. Важливу роль у цьому процесі відіграє рівень

корпоративного управління, зокрема ефективне використання ресурсів. За однакових стартових умов підприємство, що забезпечує раціональнішу організацію ресурсів, матиме перевагу на ринку. Основою цього є постійне впровадження нових рішень і вдосконалення внутрішніх процесів. Як приклад, ресурсна ефективність економіки більшості розвинених країн демонструє низьку залежність від природних ресурсів, що спонукає до економії та інновацій. Це є результатом постійного пошуку шляхів мінімізації витрат і зниження залежності від критичного імпорту. У таких умовах компанії розглядають ресурсну економію як джерело стратегічної переваги. Окрім цього, важливим фактором є часовий горизонт досягнутої вигоди. Чим довше підприємство утримує свою конкурентну перевагу, тим вищою є його загальна конкурентоспроможність. Таким чином, поєднання інноваційності, ефективного управління ресурсами та стратегічного бачення є запорукою стабільного розвитку підприємства в умовах ринкової конкуренції [8, с. 10].

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності в умовах жорсткої ринкової конкуренції підприємство повинно володіти комплексом знань, включаючи достовірну, актуальну інформацію, та вміти ефективно її застосовувати. Знання мають трансформуватися у практичні рішення, які приносять максимальну вигоду. Ключовим чинником є людський капітал: компетентність, навички, креативність і поінформованість працівників безпосередньо впливають на конкурентоспроможність компанії. У контексті інформаційного виміру конкурентоспроможності можна виокремити такі характеристики, як динамічність, яка відображає зміну позиції компанії в ринковому середовищі з часом. Релевантність означає відповідність конкурентних переваг умовам зовнішнього середовища. Інформованість полягає у володінні знаннями про сучасні технологічні тенденції, що визначають рівень технічного розвитку підприємства. Відносність конкурентоспроможності

проявляється через порівняння діяльності компаній у межах одного ринку. Конкуренція на товарному ринку тісно пов'язана з якістю, інноваційністю продукції та ефективністю економічних механізмів, які забезпечують стабільну ринкову перевагу. Значний вплив мають науково-технічні досягнення, інновації у збуті та розширення товарного асортименту. Важливу роль відіграє також адаптація до змін у попиті та споживчих уподобаннях. Позиція компанії на міжнародному ринку посилюється за умов державної підтримки у вигляді податкових пільг, експортних субсидій та інформаційного супроводу. Сучасні умови вимагають від підприємств постійного оновлення продукції та впровадження інновацій для збереження та покращення конкурентної позиції. Без цього компанія не зможе утримати ринкову частку та залишатися актуальною для споживача. Інноваційна діяльність стає критичним елементом стратегії розвитку, що забезпечує довготривалу конкурентну перевагу [13,с.68].

Одним із ключових етапів підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства є формування результативної маркетингової стратегії, що покликана забезпечити досягнення поставлених цілей з урахуванням ринкових умов, споживчих потреб та потенціалу компанії. Стратегічний маркетинг виступає логічною системою дій, яка забезпечує узгодженість між цілями підприємства та засобами їх досягнення. Він включає визначення цільових ринків, формування комплексу маркетингових інструментів (product, price, place, promotion) і оптимізацію рівня витрат на маркетинг. Основними елементами маркетингової стратегії виступають стратегічні рішення щодо інноваційного продукту, ціноутворення, просування та збуту. Вона також передбачає врахування сильних і слабких сторін конкурентів для зайняття вигідної позиції на ринку. Збутова політика охоплює як формування ефективних каналів дистрибуції, так і організацію фізичного переміщення товарів – транспортування, зберігання та логістику. Успіх інноваційної

продукції значною мірою залежить від правильної цінової стратегії: від преміального ціноутворення до моделей, орієнтованих на масовий сегмент. Особливу складність викликає встановлення ціни на інновації через відсутність ринкових аналогів. Водночас виробництво інноваційних товарів потребує модернізації обладнання, що може мати суттєві фінансові наслідки. Конкурентоспроможність також залежить від ефективності корпоративних комунікацій. Система внутрішньої комунікації повинна бути швидкою, прозорою та максимально інформативною. Це потребує технічного оснащення персоналу та створення централізованої бази даних. Зовнішня комунікаційна стратегія повинна охоплювати комплекс маркетингових інструментів, спрямованих на формування позитивного іміджу бренду, стимулювання попиту й підтримку продажів. Її ефективність залежить від творчих рішень, які враховують особливості цільової аудиторії, канали комунікації, структуру бюджету та контент рекламних повідомлень. Формування такої стратегії вимагає системного підходу та глибокого розуміння ринкових тенденцій, що в сукупності сприяє підвищенню конкурентних позицій підприємства [21,с.397].

Одним із ключових чинників, що визначає рівень конкурентоспроможності бізнесу, є якість та конкурентоспроможність трудових ресурсів. Висока кваліфікація персоналу, його досвід, рівень плинності кадрів, а також сформована інноваційна культура виступають важливими індикаторами інноваційного потенціалу підприємства. Дані характеристики визначають здатність бізнесу до адаптації, розвитку та технологічного оновлення, що є перспективним напрямом для подальших досліджень. Конкурентоспроможна компанія ефективно використовує доступні ресурси, досягаючи вищих показників продуктивності та прибутковості порівняно з ринковими суперниками. Це свідчить про її стабільне становище на ринку та стійкий попит на продукцію чи послуги. Успішне підприємство має бути гнучким до змін у

зовнішньому середовищі, що потребує своєчасного коригування стратегії виробництва й реалізації. До таких трансформацій належить диверсифікація виробництва, розширення на нові ринки, зміна товарної політики та впровадження новітніх технологій. Успішні компанії також переглядають організаційно-правову форму, створюють стратегічні альянси чи модернізують збутові канали. В умовах зростаючих вимог споживачів конкуренція на ринку посилюється, що стимулює бізнес до постійного вдосконалення. Головною метою стає максимізація прибутковості за мінімальних витрат через ефективний розподіл повноважень між підрозділами. Зростання фінансових результатів можливе шляхом впровадження стратегії зниження витрат, інноваційних підходів, а також розвитку соціальної та організаційної складової бізнесу. Для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності необхідно вирішити низку стратегічних завдань. Зокрема, важливо вдосконалити нормативно-правову базу, що регулює конкуренцію. Оцінювання конкурентоспроможності має ґрунтуватися на системному аналізі з урахуванням стандартизованих показників. Необхідно розвивати споживчий попит шляхом підвищення якості продукції, інформування споживачів та захисту їхніх прав. Бізнес повинен бути орієнтований на глобальні стратегії розвитку, які забезпечують підвищення ефективності й експортного потенціалу. Оцінка рівня конкурентоспроможності має здійснюватися у динаміці, що дозволить своєчасно прогнозувати зміни й адаптуватися до нових викликів [37,с.70].

Підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу є актуальним завданням в умовах посилення глобальної конкуренції та стрімких змін на ринках. Одним із ключових напрямів розвитку є впровадження інноваційної діяльності, яка дозволяє підприємствам адаптуватися до нових викликів та ефективніше використовувати наявні ресурси. Для систематизації підходів до

підвищення конкурентоспроможності пропонується розглянути основні заходи, що сприяють інноваційному розвитку компаній.

Таблиця 3.2.

Заходи щодо підвищення конкурентоспроможності завдяки інноваційній діяльності

№	Складова підвищення конкурентоспроможності	Зміст заходу	Приклад впровадження
1	Інноваційні технології в виробництві	Впровадження сучасного обладнання, автоматизація виробничих процесів	Використання роботизованих систем, 3D-друку, цифрового контролю якості
2	Розвиток людського капіталу	Підвищення кваліфікації персоналу, розвиток інноваційної культури	Проведення тренінгів, курсів, навчання за кордоном
3	Маркетингові інновації	Застосування сучасних цифрових інструментів для аналітики й просування	Використання SMM, Big Data, таргетованої реклами, CRM-систем
4	Організаційні інновації	Удосконалення управлінських структур, впровадження гнучких моделей	Agile-менеджмент, перехід до проєктних команд, децентралізація
5	Продуктові інновації	Розробка нових або вдосконалених товарів/послуг з інноваційними характеристиками	Створення екологічної упаковки, смарт-продуктів, мобільних додатків

Джерело: Складено автором на основі [21].

Отже, слід відзначити що запропоновані заходи охоплюють різні складові інноваційної діяльності, що разом формують цілісну стратегію підвищення конкурентоспроможності. Реалізація цих заходів дозволяє підприємствам зміцнити свої позиції на ринку, забезпечити стабільний розвиток і розширення клієнтської бази. Важливо, що інновації мають впроваджуватися комплексно, враховуючи як технологічні, так і організаційні аспекти. Таким чином, інноваційна діяльність стає фундаментом для довгострокового успіху українського бізнесу в сучасних умовах.

ВИСНОВКИ

Таким чином, виходячи з вище поставлених завдань на початку нашого дослідження, слід відзначити що всі завдання виконані та досягнута мета дослідження. Варто відзначити що конкурентоспроможність підприємства — це здатність ефективно протистояти впливу конкурентів на ринку та займати стійкі позиції у своїй галузі. Вона відображає рівень якості продукції або послуг, інноваційний потенціал, ефективність управління і здатність задовольняти потреби споживачів краще за інших. Конкурентоспроможність є ключовим чинником забезпечення довгострокового розвитку та фінансової стабільності підприємства. Отже, її підвищення вимагає системного підходу та впровадження сучасних стратегій і технологій.

Інноваційна діяльність є одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки сприяє оновленню продуктів, послуг і процесів. Впровадження новітніх технологій дозволяє підприємству оптимізувати виробництво та підвищити якість, що забезпечує переваги на ринку. Інновації також відкривають нові можливості для розширення ринків збуту та залучення інвестицій. Таким чином, активна інноваційна політика є необхідною умовою для стабільного розвитку і успішної конкуренції.

Аналіз даних по сучасному стану інноваційної діяльності в підприємництві свідчить про коливання позицій України у Глобальному інноваційному індексі з тенденцією до поступового зниження інноваційного потенціалу. Незважаючи на обмежене державне фінансування, підприємства переважно використовують власні кошти для впровадження інновацій, що зумовлює нестабільність інноваційної активності. Війна та економічні виклики суттєво вплинули на зниження частки інноваційних підприємств і комерціалізації інноваційної продукції. Водночас зростання міжнародної підтримки та інвестицій у цифровізацію, R&D та розвиток персоналу відкриває

нові перспективи для відновлення та посилення інноваційної діяльності. Для досягнення сталого зростання необхідне посилення інституційної підтримки, реформування системи фінансування та комплексний розвиток інноваційної екосистеми в Україні.

Аналіз впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємств підтверджує, що високий рівень інноваційної активності сприяє підвищенню рентабельності та експорту у провідних галузях, зокрема в ІТ та науково-технічній сфері. Незважаючи на нижчу інноваційну активність, сільське господарство демонструє значний експортний потенціал, що вказує на можливості для розвитку через впровадження інновацій. Інвестиції в наукові дослідження і розробки позитивно корелюють із зростанням конкурентоспроможності підприємств. Приклад інноваційної діяльності готельного підприємства «Надія» свідчить про успішну інтеграцію у регіональну та державну економіку та підвищення іміджу країни. Загалом інновації виступають ключовим чинником не лише розвитку окремих компаній, а й економіки України в цілому.

Підвищення конкурентоспроможності українського підприємництва вимагає системного підходу до стимулювання інноваційної діяльності та модернізації економіки. Впровадження сучасних технологій, удосконалення патентної системи та захист інтелектуальної власності є ключовими для створення конкурентних переваг. Державна підтримка у формі податкових пільг, страхування інноваційних ризиків і прискореної амортизації сприятиме залученню інвестицій. Важливим є також подолання кадрового дефіциту шляхом мотивації молодих спеціалістів і підвищення кваліфікації працівників. Прозорість інноваційних процесів і співпраця між розробниками та споживачами допоможуть сформувати ефективну інноваційну екосистему. Загалом, лише комплексна стратегія, що поєднує державну підтримку,

технологічний прогрес і вдосконалення бізнес-середовища, забезпечить стале зростання конкурентоспроможності українських підприємств.

Щодо, удосконалення рівня конкурентоспроможності підприємства через інноваційну діяльність то слід відзначити що інноваційна діяльність є ключовим фактором забезпечення стійкого розвитку на ринку підприємства. Впровадження новітніх технологій та оновлення виробничих процесів сприяють підвищенню ефективності і якості продукції. Важливо також розвивати компетенції персоналу та вдосконалювати управлінські практики, що забезпечує гнучкість і адаптивність бізнесу до змін зовнішнього середовища. Таким чином, системний підхід до інновацій стає запорукою конкурентних переваг і довгострокового успіху підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г. Л. Конкурентні переваги компанії / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков –2-ге вид. – М.: Друкарня «Новини», 2014. 256
2. Бабенко В.П., Клепікова С.В. Вдосконалення управління кредиторською заборгованістю для підприємства. Bulletin of the National Technical University« KhPI. 2020. № 38. С. 38-44
3. Баранюк Х.О. Конкурентоспроможність: сутність та об'єкти дослідження. Економіка харчової промисловості. 2019. Т. 8, № 4. С. 33–39.
4. Безус А.М, Шафранова К.В. Характерні особливості окремих видів інвестиційної діяльності підприємств деревообробної галузі в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 6. С. 36-41.
5. Безус П. І. Управління конкурентоспроможністю організації в умовах євроінтеграції. Ефективна економіка. 2017. № 5.
6. Беляев В.Г. Управління інноваціями: теорія і практика. - Київ: ВД "Києво-Могилянська академія", 2020. 304 с.
7. Березіна Л.М. Інноваційна політика підприємств: тактичні та стратегічні аспекти [Текст]: / Л.М. Березіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 132
8. Белоусова Л.І., Марченко Н.О. Вплив стратегічного управління та обраної стратегії на конкурентоспроможність промислового підприємства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2019. №3. С. 7-11.
9. Бжуска Я.О. Інноваційні моделі бізнесу [Текст]: / Я.О. Бжуска // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2018. № 628. С.29-35.

10. Бондаренко С. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / С. М. Бондаренко, А. А. Невмержицька. // Технології та дизайн. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_2_15
11. Воронкова В. Г., Андрюкайтене Р. Сучасне управління у контексті теорії складності та інновацій. Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: збірник тез доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 25 березня 2020 р. Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2020. С. 227-229.
12. Воронкова В. Г., Метеленко Н. Г. Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика : колективна монографія. Міністерство освіти і науки України. Запорізький національний університет. Інженерний навчально-науковий інститут. Запоріжжя. 2021. 582с
13. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. Економіка і держава. 2020. № 3. С. 66-70.
14. Готель «Надія» - найкращий бізнес-готель Європи 3*!. Офіційний сайт готелю «Надія». URL: https://www.nadiyahotel.com/news/awards2020?utm_source=chatgpt.com
15. Гринчук Н.І. Економіка підприємства: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2022.
16. Гуцуляк В.Р. Маркетинговий механізм як інструмент підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2016. вип. 1. с. 144–147
17. Державна служба статистики України. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2020–2024 роках. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>

18. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посібник] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. К. : Центр навчальної літератури, 2016. 384 с.
19. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 19-37.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>
20. Захарова О. В. Нормативне підґрунтя активізації інноваційного розвитку регіонів України. Економіка і організація управління. 2019. Вип. 1. С. 53-63.
21. Іванова Т.В. Інноваційна діяльність підприємств України як фактор підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2020. № 17. С. 395-404
22. Інноваційний розвиток діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного та повоєнного стану: теорія, практика, аналітика [Електронний ресурс] : монографія / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець, Н. М. Внукова та ін. ; за заг. ред. В. С. Пономаренка. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 429 с.
23. Квасов О.Л. Менеджмент у сфері гостинності. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021.
24. Козак Ю.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. – К.: Знання, 2020.
25. Колесов С.В. Інноваційні аспекти конкурентоспроможності промислових підприємств України К.: Знання Прес, 2015. 335 с.
26. Крючкова Ж.В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоздатності аграрних підприємств. Агросвіт. 2016. № 7. с. 44–50

27. Литвин К. В. Інтелектуальний капітал, як новий вид активів економіки, що заснована на знаннях. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Одеса: Науки: економіка, політологія, історія, 2018. №1 (253). С. 108–130.
28. Литовченко О.М. Ефективність інноваційної діяльності підприємств. Львів: ЛНУ, 2020. 256 с.
29. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28.
30. Мостенська Т.Л. Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації. Одеса: ВМВ, 2018. 572 с
31. Наукова, науково-технічна та інноваційна діяльність в Україні у 2023 році: науково-аналітична доповідь / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2024. 108 с.
32. Новікова Н. Конкурентоспроможність у системі економічного потенціалу підприємства. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 3. С. 64–81.
33. Офіційний сайт готелю «Надія». URL: <https://www.nadiyahotel.com/>
34. Плахотнік О. О., Чернявська І. М. Дослідження та вдосконалення механізму формування й підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. Полтава: ПП «Астроя», 2020. С. 86-98.
35. Сакевич Л.С. Інноваційна діяльність в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2020. Вип. 3 (59). С. 172–176
36. Сидоренко В.О. Інноваційний розвиток підприємств. Дніпро: ДНУ, 2020. 264 с.

37. Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В. Застосування сучасних інформаційних системі технологій в управління з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств. Наукові праці НУХТ. 2020. Т. 26. № 4. С. 58-70
38. ТОВ «Фірма «Надія». Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/c/13660888>
39. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка. Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с
40. Чайковська І.І. Сутність проєктно-орієнтованого підприємства в умовах Industry 4.0. Економічний простір. 2021. № 167. С. 88-93
41. Чепіжко О. В. Управління конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах невизначеності : дисертація канд. економ. наук : 08.00.04/Чернігівська політехніка. Чернігів. 2021. 270с. URL: <http://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/24780?locale-attribute=ru>
42. Швед Т. В., Біла І. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 8. С. 405-410
43. Шірінян Л.В. Нова методологія комплексної оцінки конкурентоспроможності ринку страхових послуг України: фактори масштабу і суперництва, тенденції та порівняння. Облік і фінанси. 2019. № 1. С. 114-138
44. Школьник І. О. Боярко І. М., Сюркало Б. І. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2019. С. 92 –94
45. Яремченко Л.М. Конкурентоспроможність підприємства: економічна сутність та фактори впливу. / Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. Одеса, Атлант, 2017. С.57-66.

46. Business Competitiveness Assessment. URL: <https://www.imd.org/upload/imd.website/wcc/businesscompetitvenessassessmentprojec>
47. European Business Association – EBA Reports. URL: <https://eba.com.ua/category/analytics/>
48. Global Innovation Index – WIPO. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/
49. GMK Center – Огляд інноваційної активності. URL: <https://gmk.center/>
50. Gradus Research. Український бізнес в умовах воєнного часу: технології, інновації та адаптація. Аналітичне дослідження. 2023. URL: <https://gradus.app/research>
51. MacPaw увійшла в топ-10 інноваційних компаній Європи за версією Fast Company. URL: <https://ittnews.kiev.ua/macpaw-uviyshla-v-top-10-innovatsiynykh-kompaniy-yevropy-za-versiiei-fast-company-4761>
52. Mind.ua. Топ-10 угод 2024 року: яким українським стартапам вдалося підняти найбільший обсяг інвестицій. URL: <https://mind.ua/publications/20283117-top-10-ugod-2024-roku-yakim-ukrayinskim-startapam-vdalosya-pidnyati-najbilshij-obsyag-investicij>
53. Ministry of Economy of Ukraine. Аналіз інноваційної активності підприємств у галузевому розрізі. Аналітична записка. 2024. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=3b2b2b27-4a38-4a1c-b66e-ef9813ffdd12>
54. OECD Innovation Indicators. URL: <https://www.oecd.org/innovation/inno/>
55. VoxUkraine – Аналітика економіки та інновацій. URL: <https://voxukraine.org/>

56. World Bank – Ukraine Economic Update & Innovation. URL:
<https://www.worldbank.org/en/country/ukraine/overview>