

## **ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПІДГРУНТЯ ЩОДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

**Маркова С. В.**

*доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності*

**Тимофієнко С. М.**

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
Запорізького національного університету*

На сьогоднішній день економісти є єдинодумні у своїх поглядах: для подолання кризового стану української економіки після закінчення війни необхідно активно розвивати нові ідеї, які мають бути технологічно та технічно конкурентоспроможними. Один із ключових шляхів до виходу з кризи – це впровадження науково-технічних рішень у виробництво, що означає, що підприємства усіх секторів економіки мають базуватися на інноваційних засадах. Застосування інноваційних підходів дозволить досягти збалансованої економіки використання різних видів ресурсів, необхідних для країни.

Інвестиції в цей контекст є невід’ємним та важливим елементом, який стимулює інноваційну діяльність. Однак важливо пам’ятати, що існують інвестиції, спрямовані на діяльність, що не має інноваційного характеру. Такі інвестиції можуть призвести до деформації та руйнування структури національної економіки, уповільнюючи її розвиток та утримуючи на застарілому технологічному рівні. Спрямованість інвестицій на інноваційні напрямки є важливою умовою для забезпечення якісного та кількісного росту економіки країни. Сьогодні інноваційна діяльність є однією з ключових передумов для створення конкурентоспроможних товарів та послуг, що є основним фактором економічного зростання

В інвестиційно-інноваційній діяльності найбільш часто використовуються матеріальні ресурси, які безпосередньо впливають на виробничий процес. Це означає, що інвестиції в обладнання, споруди, інструменти, майно та інші матеріальні активи є ключовим елементом для забезпечення «перетворення» та інновацій в сфері виробництва.

Не менш важливим є роль інвестицій у створенні нових інноваційних продуктів. Розробка та дослідження нових ідей, впровадження інновацій, організація маркетингових програм для просування нововведень на ринок – все це потребує значних інвестиційних вкладень. Інакше кажучи, процес створення та впровадження нових інноваційних продуктів неможливий без фінансової підтримки.

Відзначається, що інноваційна та інвестиційна діяльність так тісно переплетені між собою, що використання цих термінів окремо може звужувати розуміння інноваційного процесу. Існування поняття «інноваційно-інвестиційна діяльність»

розкриває, як саме інноваційний підхід забезпечує необхідні ресурси для впровадження нововведень.

Зауважується також, що інноваційна та інвестиційна діяльність можуть застосовуватися в різних напрямках, як у організаційній, фінансовій, соціальній, так і науковій сферах. Проте інноваційний підхід надає інвестиціям необхідного напрямку та сприяє досягненню максимального ефекту від їх використання. Це підкреслює тісний зв'язок та взаємодію між інноваційною та інвестиційною діяльністю, де інновації роблять інвестиції більш продуктивними та спрямованими на досягнення максимальної ефективності.

Україна в Глобальному інноваційному індексі 2022 року посідає 57 місце, утримуючи 4-ту позицію серед 36 країн. Інновації є невід'ємною та надзвичайно важливою складовою сучасного економічного та соціального розвитку. Вони впливають на всі аспекти суспільства, забезпечуючи значний прогрес у різних сферах. Важливість інновацій полягає в наступних аспектах (рис. 1):



Рис. 1. Характерні риси інновацій

У сучасному світі інновації є ключовим фактором, який визначає успіх і стійкість економічного розвитку країни. Вони стимулюють зміни, сприяють

вирішенню складних проблем, розширюють можливості та відкривають нові горизонти для подальшого просування підприємств та суспільства вперед.

## **ПОТЕНЦІАЛ МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Мельник В. І.**

*доктор економічних наук, професор кафедри економіки,  
обліку та оподаткування*

*Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Західноукраїнського національного університету*

**Трачук О. І.**

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
Західноукраїнського національного університету*

Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох чинників, а саме: регуляторних, матеріальних, соціальних, технологічних, інформаційних, інноваційних та ін. Конкурентоспроможність змушує ринок розвиватись і стимулює підприємництво. Але, водночас, вимагає від підприємств розробки стратегій, щоб вижити та виділитись в конкурентній боротьбі та ефективно і економічно задовольняти потреби та очікування клієнтів [1, с.50].

Рівень виробництва та асортимент товарів, що виробляються є залежним від споживчого попиту на ринку. Підвищення рівня ефективності роботи підприємства забезпечує умови та можливості для розширеного відтворення, акумулювання власних ресурсів та реінвестування, впровадження новітніх розробок й технологічних рішень, що впливає на його конкуренто-спроможність.

У процесі формування потенціалу підприємства важливе значення відіграє побудова комунікаційних зв'язків, інформаційне та маркетингове забезпечення. Визначені складові приймають участь у реалізації управлінських рішень для створення загальної структури потенціалу підприємства та є формотворчим елементом підвищення конкурентоспроможності. Маркетинговий потенціал є складовим елементом потенціалу підприємства, який спрямовується на забезпечення ринкової конкурентоспроможності підприємства, що впливає на ефективність використання ресурсного, виробничого, інформаційного, техніко-технологічного та інших потенціалів.

Маркетинговий потенціал являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей максимально задовольняти потреби споживачів у продукції (послугах), безпосередньо і опосередковано сприяє розкриттю і розвитку загального потенціалу підприємства, при цьому збільшуючи темпи зростання обсягів продажу, прибутку і підвищення рентабельності виробництва за умов більш повільного збільшення собівартості виробництва продукції, ніж зростання ціни у зв'язку з підвищенням її якості або зниження собівартості одиниці продукції при незмінній якості. Тому однією з важливих передумов підвищення прибутковості