

оцінка ефективності реалізованих маркетингових інновацій;
масштабування та інтеграція у загальну маркетингову стратегію маркетингових інновацій.

Таким чином, стратегічне управління впровадженням маркетингових інновацій на підприємстві є складним і багатограним процесом, який вимагає ретельного планування, ресурсів і проактивного підходу до динаміки ринку. Це вимагає глибокого розуміння бізнес-середовища, розподілу ресурсів, співпраці між різними відділами, а також постійного моніторингу та адаптації. Дотримуючись структурованої системи стратегічного управління, підприємства можуть ефективно орієнтуватися в постійно мінливому бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1. Гризовська Л.О., Романова А.В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Випуск 16. 2018. С. 301-307
2. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 187-190.

УДК 339.944

Безрукова Н.В., к.е.н., доцент; Свічкарь В.А., к.е.н., доцент;
Глушаченко О.В., магістрант
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

ІННОВАЦІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ

Динамічний розвиток світового господарства є невід'ємною частиною процесу перетворень економіки будь-яких країн, що, в свою чергу, стає базою для змін і вдосконалень суб'єктів господарювання. Світове ім'я і відносно велика частка ринку уже не є запорукою успіху. Сучасний світ характеризується потребою в постійних інноваціях та гнучкості компаній задля виживання в умовах турбулентної економіки. З одного боку, така тенденція розвитку стає запорукою розвитку конкуренції на ринку, що неминуче змушує корпорації до якісного оновлення стратегій їх розвитку, але з іншого, знижує шанси на появу і розвиток нових суб'єктів господарювання з обмеженим запасом матеріальних і фінансових активів. Таким чином, саме інновації стають рушійною силою розвитку і виживання компаній в умовах сучасного ринку.

Важливість новітніх розробок і нововведень не обмежується лише мікроекономічним рівнем конкретних суб'єктів господарювання. Велике значення інновації мають для розвитку країн і світової спільноти в цілому. Загальновідомо, що національна економіка може розвиватися в двох напрямках: екстенсивному та інтенсивному. До екстенсивних факторів розвитку країни відноситься приріст маси використовуваних у виробничій сфері первинних ресурсів (таких як робоча сила, земля, матеріальні складові), до інтенсивних – підвищення якості застосовуваних ресурсів і збільшення інтенсивності їх використання. У сучасних умовах випуск продукції та надання послуг за рахунок більшої зайнятості населення і залучення в обіг нових природних ресурсів обмежений. Вирішальне значення для економіки країни здобувають інтенсивні фактори. Проте підвищення кваліфікації кадрів, продуктивності праці, якісних характеристик матеріалів і обладнання, а також їх віддачі визначається швидкістю поширення інновацій. За різними оцінками, внесок НТП у приріст валового внутрішнього продукту (ВВП) найбільш розвинених країн складає 75-100% [1].

Ринкова економіка, якій притаманна гостра конкурентна боротьба, вимагає особливого підходу до інновацій. Маючи на меті підвищення ефективності діяльності, інновації відкривають широкі перспективи для розвитку сучасних корпорацій. Успішна інноваційна

діяльність дає можливість компанії сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентноспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток.

Інноваційний тип розвитку накладає особливий відбиток на менеджмент компанії, його цілі, функції, методи, формуючи в його складі особливе автономне ядро – інноваційний менеджмент, що спрямовує і регулює всю сукупність інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі для забезпечення складної інтеграції науки, виробництва і ринку.

Інноваційний менеджмент забезпечує поступальний, пропорційний, ефективний розвиток системи, її економічну стійкість і безпеку. При цьому менеджери повинні зосереджувати свої зусилля на чотирьох пріоритетних напрямках [2]:

- перетворення техніко-технологічної бази, зокрема, впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва та управління;
- формування нового складу персоналу, зокрема, шляхом підвищення кваліфікації і творчої активності працівників;
- інноваційне оновлення всіх сфер діяльності, напрямків організації виробництва і праці, складових систем управління;
- посилення спрямованості діючої системи мотивації праці на підтримання інноваційної діяльності, інноваційного клімату на підприємстві;
- об'єктивна і достовірна оцінка рівня інноваційності компанії, зокрема, слід визначитися з системою показників, розрахувавши які, можна визначити ступінь соціально-економічного розвитку підприємства, рівень та ефективність розробки, впровадження у виробництво і реалізацію науково-технічних розробок.

Сучасний стан світової економіки характеризується чіткими змінами застарілих поглядів на методи і способи ведення бізнесу. Топ-менеджмент компаній орієнтується на максимізацію задоволення клієнтів фірми, їх утримання в базі постійних покупців, а не на просте збільшення обсягів виробництва продукції. Турбулентність стала основою всіх видів діяльності людства. Таким чином, задля утримання конкурентних позицій на ринку, навіть гіганти індустрії вимушені вдаватися до постійного якісного оновлення своєї діяльності.

Ключові фактори успіху базуються на такому: науково-технічні рівні виробництва та продукту, рівні маркетингу і менеджменту, організаційно-технічні рівні виробничих процесів, фінансово-економічні рівні підприємства, кваліфікаційні рівні персоналу тощо. Для кожної галузі є свої специфічні вимоги до комбінації наведених факторів, але для процвітаючого підприємства будь-якої галузі кожний із них може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі за виживання на ринку.

Всі ключові фактори успіху компанії є унікальними і створюються за рахунок нововведень цієї компанії. Проте думка, що інновації – це лише кількість патентів на виготовлення нових товарів чи послуг є хибною. Часто нововведення є продуктом нематеріальних сфер діяльності. Однією з таких сфер є менеджмент компанії.

Сутність інновації компанії розкривається у взаємодії двох основних форм: фізичної (як продукту) і динамічної (як інноваційного розвитку). Конкурентоспроможні продукти – це результат функціонування конкурентоспроможної організації, здатної їх створити, виготовити та забезпечити необхідний рівень споживання у замовників. Конкурентоспроможність організації не є її постійною характеристикою, вона визначає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам. Зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються також порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі. Виходячи з цього можна стверджувати, що конкурентоспроможність організації – це поняття відносне, оскільки його можна визначити лише на основі зіставлення окремих характеристик підприємства з характеристиками інших, аналогічних фірм [3].

Конкурентоспроможність підприємства залежить від об'єкта порівняння, а також від факторів, які застосовуються для оцінки конкурентоспроможності. Не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність підприємства: воно може бути «номером один» у своїй галузі в національній економіці й бути неконкурентоспроможним на міжнародних ринках.

Таким чином, основна маса інновацій реалізується в ринковій економіці підприємницькими структурами як засіб вирішення виробничих, комерційних завдань, як найважливіший фактор забезпечення стабільності їх функціонування, економічного зростання і конкурентоздатності. Інновації завжди орієнтовані на ринок, на конкретного споживача або потребу. У зв'язку з цим, інновації повинні мати новизну, задовольняти ринковий попит і приносити прибуток виробнику. Мета інновації – підвищити віддачу на вкладені ресурси.

Список використаних джерел

1. Андрос С.В., Чан Сі Цо. Інноваційний потенціал підприємства як фактор забезпечення конкурентоспроможності URL: <http://201165-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-450015-1-10-20200422.pdf> (дата звернення: 13.10.2023).

2. Єпіфанова І.Ю., Гладка Д.О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка і суспільство*. Випуск 14. 2018. С. 354- 360.

3. Тисько М.М. Інноваційний потенціал підприємства як основа його розвитку. *Приазовський економічний вісник. Економіка та управління підприємствами*. Випуск 3(03) 2017 С.55-58. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2017/3_03_uk/14.pdf (дата звернення: 11.10.2023).

УДК 351.84:35.072.2:342.5 (477)

Бандюк М.В., Білінський В.І., аспіранти

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

(м. Миколаїв, Україна)

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ТА ЗАГРОЗ

Сьогодні спортивно-оздоровча діяльність відіграє значну роль у житті населення. Нажаль глобальні виклики (пандемія COVID-19, війна рф проти України) посилюють значення спортивно-оздоровчої діяльності в суспільному житті населення. Спочатку пандемія COVID-19 показала слабкі місця у здоров'ї населення. Наразі постійні обстріли мирного населення супроводжуються їх постійним стресом, що впливає на погіршення стану здоров'я. Саме тому, досить актуальним є дослідження управлінських аспектів розвитку спортивно-оздоровчої діяльності в умовах викликів та загроз.

Погоджуємося з думкою авторів, що “Роль спорту у сприянні розвитку та миру відображено в підсумковому документі саміту ООН «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року». Світовою спільнотою визнано, що спортивно-оздоровча сфера є стратегічно важливою для забезпечення соціально-економічного зростання, підвищення якості життя населення та досягнення перспектив сталого розвитку сучасних країн. Значимість розвитку спортивно-оздоровчої сфери набуває особливої ваги в період пандемії COVID-19, необхідності зміцнення здоров'я населення й поширення здорового способу життя” [1].

Постійні стреси населення через проведення активних бойових дій на значній території України приводять до погіршення самопочуття, також несвочасне відвідування медичних закладів загострює хронічні захворювання. Нестабільність в економічному та соціальному житті приводять до постійного психологічного розладу населення.

Саме тому, за ініціативою першої леді Олени Зеленської створено Всеукраїнську програму ментального здоров'я «Ти як?». Місія проєкту – зробити піклування про ментальне здоров'я щоденною звичкою для українців. Ментальне здоров'я – це непомітний, але водночас головний двигун людини, що дозволяє не лише повноцінно жити, а й ефективно функціонувати у суспільстві. Регулярне піклування про власний стан може наштотувати на