

Основними цілями є: визначення конкурентної позиції компанії, аналіз сильних сторін компанії з точки зору функціонування в суміжних галузях, оцінка ринкових ніш, які мають продемонструвати значне зростання в найближчому майбутньому. Повинна бути оцінка інноваційного потенціалу, оптимізація інноваційних процесів, розробка нових бізнес-моделей, фокусування на управлінні нематеріальними активами, розвиток культури інновацій, створення спільних проєктів підприємств і науковців, адаптація інноваційної стратегії підприємства до інших стратегій розвитку сфери інноваційної діяльності України та ЄС. Основним результатом інформаційно-технологічної перспективи підприємств стане вдосконалення контексту формування архітектурної практики підприємства на основі інновацій.

Варто зазначити, що всі операційні, функціональні, бізнесові та корпоративні стратегії можуть бути реалізовані після вирішення основних проблем для всіх без винятку підприємств – дефіциту робочої сили, палива та обігових коштів.

Висновок. В умовах дестабілізації соціально-економічного життя внаслідок війни вкрай важливо не втратити стратегічні орієнтири розвитку як для бізнесу, так і для суспільства. На щастя, ми вже спостерігаємо інтеграцію цифрових технологій у високоінтенсивні виробничі та побутові процеси, стратегії розвитку Fintech, RegTech, SupTech тощо. Головними цілями бізнесу у післявоєнний період мають стати: координація стратегій відкритих інновацій; створення профільних інноваційних груп, відповідальних за розробку інноваційної стратегії; контроль за організацією процесів; моніторинг і паритет управління рівнем; укладення державних контрактів на дослідження; встановлення інноваційних пріоритетів у відносинах між постачальниками та компанією.

Література

1. Інвестиції для бізнесу в умовах війни. Як вижити і бути сталими. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/510934-investiciji-dlya-biznesu-v-umovah-viyni-yak-vizhiti-i-buti-stalimi>.
2. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною. URL: https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf.

УДК 658.8

*Шкода М. С., д.е.н., доцент
Гончаренко Дмитро, магістр
Київський національний університет технологій та дизайну*

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО, ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО І МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сучасний рівень розвитку світової економіки характеризується жорсткими умовами конкуренції, високою інноваційною активністю господарюючих суб'єктів, зростанням значущості інтелектуального капіталу, випуском конкурентоспроможної високотехнологічної продукції тощо. Здійснювана поступово інтеграція вітчизняних підприємств у світовий економічний простір може бути успішною лише за умови вибору шляху інноваційного розвитку, альтернативи якому на сьогодні не існує.

У сучасній економіці одним з визначальних факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств, галузей і національних економік у цілому стає ефективність інноваційної діяльності, що виявляється у прискорених темпах впровадження у практику виробництва новітніх досягнень науки і техніки [3].

Метою інноваційного потенціалу є діяльність підприємства, що спирається на постійний пошук нових методів та засобів задоволення споживацьких потреб та підвищення ефективності господарювання; розвиток, що передбачає розширення меж

інноваційної діяльності та впровадження інновацій в усі сфери діяльності підприємства, створення на фондовому ринку привабливості з точки зору дохідності інвестиційного ризику, тобто підвищення вартості бізнесу шляхом управління інноваціями.

Конкурентний потенціал включає в себе сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів та можливості об'єктів та суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку. Іншими словами конкурентний потенціал являє собою внутрішні і зовнішні конкурентні можливості фірми, які дозволяють підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку за рахунок формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів [4].

Конкурентних переваг досягають тільки ті підприємства, що розробляють і впроваджують в свою діяльність перспективні інноваційні проекти, при чому найбільш швидше ніж всі можливі конкуренти. Все більшого значення набувають знання, здібності, навички персоналу, що в подальшому визначає інтелектуальний потенціал тієї чи іншої компанії. Саме інтелектуальний потенціал є важливою ланкою процесу формування конкурентоспроможності компанії.

Сутність інтелектуального потенціалу відображається як можливість системи інтелектуальних ресурсів (як елементів інтелектуального капіталу) формувати такі управлінські компетенції, які на основі вибраних бізнес-процесів забезпечують досягнення визначених стратегій підприємства [2].

Можливість та ефективність адаптації підприємств до змін середовища їх функціонування залежать від сформованого ними потенціалу. При цьому успішним може бути тільки підприємство, яке володіє маркетинговим потенціалом. Для забезпечення обґрунтованої оцінки рівня маркетингового потенціалу підприємства необхідно забезпечити виконання таких етапів: формування достовірної й повної інформаційної бази для оцінки маркетингового потенціалу; виокремлення внутрішніх та зовнішніх чинників, що характеризують маркетинговий потенціал; розроблення системи кількісних та якісних показників і значень вагових коефіцієнтів; розрахунок інтегрованого показника ефективності маркетингового потенціалу [1].

Маркетинговий потенціал є інструментом, за допомогою якого сучасні підприємства зможуть визначити свій існуючий стан, виявити невикористані резерви і розробити ефективні стратегії розвитку.

Отже, потенціал підприємства є складною і комплексною характеристикою його розвитку, що інтегрує цілу низку процесів у системі управління і розвитку підприємства. Дійсно, потенціалом підприємства можна вважати сукупність реалізованих і нереалізованих можливостей ресурсів і компетенції підприємства створювати очікуваний результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів. Залучення нових суб'єктів відносин інтелектуальної власності в інноваційну діяльність дозволить забезпечити активізацію творчого потенціалу суспільства. Подальший розвиток відносин інтелектуальної власності змушує посилювати інтеграційні процеси, зміцнювати партнерські відносини між учасниками інноваційного підприємництва на взаємовигідній основі.

Література

1. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства, формування та оцінка: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 352 с.
2. Махомет Ю. В. Напрями нарощення інтелектуального капіталу підприємства. *Економічний простір*. 2010. № 36. С. 191–197.
3. П'ятницька Г. І. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору. *Проблеми науки*. 2011. № 11. С. 21–29.
4. Сімонова В. С. Підходи до визначення поняття «конкурентний потенціал» та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 6. С. 194–195.