

Таким чином, відсутність системних теоретичних напрацювань щодо побудови комплексної системи оцінки вартості, а відповідно й інвестиційного потенціалу, бренду та прийняття на її основі відповідних управлінських рішень, з одного боку, і об'єктивна потреба у таких інструментах корпоративного менеджменту, з іншого, обумовлюють високу актуальність наукових пошуків з даної проблематики та їх апробації у діяльності вітчизняних підприємств, що поступово стають повноправними учасниками розвинених ринків.

Список використаних джерел

1. Brands as Acts of Leadership. Best global brands 2022: Interbrand. URL: <https://interbrand.com/best-global-brands-2022-download-form> (Last accessed: 02.03.2023).
2. The State of Marketing Budget and Strategy 2022: Gartner. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/what-marketing-budgets-look-like-in-2022> (Last accessed: 02.03.2023).

Сокольська Т.,
д-р екон. наук, професор,
Білоцерківський національний аграрний університет
Поліщук С.,
канд. екон. наук, доцент,
Білоцерківський національний аграрний університет

ЕФЕКТИВНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ФАКТОР ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХ ДО ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Повномасштабна військова агресія росії проти України призвела не лише до величезних втрат людських життів, жахливих інфраструктурних руйнувань, а й суттєвого виснаження вітчизняної економіки, підриву макроекономічної стабільності та послаблення вітчизняного продуктивного капіталу. Очевидно, що післявоєнне відновлення нашої держави потребує впровадження особливих інструментів управління, серед яких на перше місце виступає науково-обґрунтована інноваційна політика, що сприятиме формування нових, конкурентоспроможних виробничих структур, прискорення науково-технічного, управлінського прогресу та посилення оборонних можливостей нашої країни.

Володіючи високоякісними людськими ресурсами (цей показник традиційно в міжнародних рейтингах України є найвищим), за весь період незалежності в Україні так і не було сформульовано ефективної інноваційної політики. Як наслідок, стан інституцій та інфраструктури відповідає 91 та 94 місцям України у зазначеному рейтингу [1]. І до сьогодні, існує законодавство, яке регулює інноваційну діяльність в Україні, є розгалуженим і розрізненим [2]. Інноваційна діяльність регулюється великою кількістю різноманітних нормативно-правових актів, що часто є суперечливими, а не доповнюють один одного. Крім того, більшість положень (навіть прогресивних) носять лише декларативний характер. Фінансування науково-технічної діяльності в Україні за останні п'ять років не перевищувала 0,4 % ВВП, тоді як законодавством передбачено 1,7 %. Частка цільового програмного фінансування наукових досліджень не перевищує 10 % загальних видатків на науку, замість 30% передбачених законом [1].

Водночас, наукова спільнота України посилено працює над формуванням бази даних завершених новітніх наукових розробок. І в цьому плані заслуговує на увагу проектна ініціатива НТУУ «Київський політехнічний університет ім. І. Сікорського» щодо створення Платформи повоєнної інноваційної трансформації України на базі Всеукраїнської інноваційної екосистеми «Sikorsky Challenge Україна»; ініціатива МОН щодо запуску вебплатформи «Наука і бізнес», Info Science Bot – науковий чатбот; Online Mentor Science&Business. В Білоцерківському національному аграрному університеті також сформовано перелік завершених наукових розробок щодо впровадження новітніх технологій в рослинництві і тваринництві. В цьому плані ми особливе місце відводимо залученню громад до цього процесу через оновлення та перегляд своїх стратегій розвитку, створення бізнес-інкубаторів, кластерів та написання грантових заявок на залучення міжнародних партнерів щодо розбудови логістичної інфраструктури.

Держава має відійти від практики стимулювання псевдонауки за принципом кількості публікацій, навіть і в «сумнівних виданнях». На перший план має виступати заохочення фундаментальних та прикладних досліджень, яке потребує державного фінансування. Видається доцільною інтеграція вітчизняної науково-інноваційної системи до Європейського дослідницького простору. І найголовніше, удосконалити інвестиційну стратегію, в частині спрощення надходження інвестицій через унеможливлення корупційних проявів, що перешкоджають їх притоку.

Список використаних джерел

1. Писаренко Т.В., Куранда Т.К., Кваша Т.К. та ін. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка, К.: УкрІНТЕІ, 2021. 39 с.
2. Makhinchuk V. et all. Problems of legislative regulation of innovative activity in Ukraine. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues. Volume 24, Issue 2, 2021. <http://surl.li/ffypv>.
3. Tuzubekova M.K. et all. Role of innovation in economy development of the world and Kazakhstan. Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 26, №. 1, 2020. URL: <http://surl.li/ffyle>.

Титиш Б.,
аспірант ДТЕУ

ЦИФРОВІЗАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН

Цифровізація сьогодні стала незамінним супутником людини у будь-якій сфері повсякденного життя. Особливо яскраво переваги цифровізації проявляються в умовах викликів, з якими людство стикається останніми роками. Одними з перших в умовах динамічного середовища адаптивні механізми віднаходять та використовують підприємці. Отже, саме їх поведінка може слугувати об'єктом для аналізу при дослідженні впливу цифровізації на розвиток конкурентних відносин.

Конкурентні відносини є одним із ключових механізмів, що стимулюють групи людей до пошуку тих чи інших інновативних рішень з метою досягнення переваг в умовах ринкового протистояння з іншими економічними агентами. Проте, попри наявність внутрішньої боротьби на здобуття вигідних ринкових позицій, все більший вплив має зовнішня нестабільність. Донедавна найбільшим потрясінням для багатьох сфер виробництва стала пандемія коронавірусу, яка буквально паралізувала базову потребу людей у переміщенні через вимушені карантини.

Так, консалтингова компанія McKinsey провела дослідження з метою виявлення впливу коронавірусу на ті чи інші зміни в роботі підприємств. Вплив шоку пандемії мав різносторонні прояви: з одного боку, частка клієнтів, з якими компанії взаємодіють через