

**Просолов О. О.,**  
*здобувач вищої освіти факультету менеджменту,*  
*Науковий керівник: Полторак А. С.,*  
*д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри*  
*менеджменту та маркетингу*  
*Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

## **ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ**

У сучасних умовах глобальної конкуренції інноваційні стратегії відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній. Здатність адаптуватися до швидко змінюваних ринкових умов і впроваджувати інноваційні рішення є вирішальним фактором для довгострокового успіху підприємств та забезпечення максимізації їх прибутковості. У дослідженні розглядаються основні підходи до формування інноваційних стратегій, їх вплив на конкурентні переваги компаній та роль інновацій в управлінні бізнесом.

Ринкова економічна система характеризується динамічним конкурентним середовищем. Постійна боротьба за клієнта, постачальника та споживчі ринки є каталізатором успішності та підвищення прибутковості бізнесу. Ми погоджуємося із думкою К. Логінової, що вибір конкурентної стратегії залежить від засобів і ресурсів, якими володіє суб'єкт господарювання та відповідно яких він буде діяти [1].

Основними проблемами, з якими стикаються компанії при впровадженні інновацій, є недолік фінансових ресурсів, відсутність достатньо підготовлених кадрів, а також небажання або неможливість змінити усталені підходи до ведення бізнесу. Компанії, особливо малого та середнього бізнесу, часто не мають можливості інвестувати значні кошти в дослідження та розробки, що обмежує їх потенціал до інновацій. Водночас глобальна конкуренція вимагає постійного оновлення продукції, процесів та послуг, щоб відповідати очікуванням споживачів і зберігати позиції на ринку [1].

Серед інноваційних стратегій, які можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності компаній, можна виділити кілька ключових підходів. Одним із них є використання відкритих інновацій, коли компанії співпрацюють із зовнішніми партнерами, дослідницькими центрами або навіть конкурентами для спільного створення нових продуктів або технологій. Такий підхід дозволяє зменшити витрати на дослідження та розробки, а також прискорює процес впровадження інновацій у ринок [3].

Іншим важливим напрямом є цифрова трансформація, що передбачає впровадження нових технологій в усі процеси діяльності компанії - від виробництва до управління клієнтськими відносинами. Це включає автоматизацію, використання великих даних для прийняття стратегічних рішень, а також впровадження штучного інтелекту для оптимізації

виробничих і операційних процесів. Як показує досвід провідних компаній, таких як Amazon та Tesla, впровадження цифрових технологій дозволяє не тільки зменшити витрати, але й поліпшити якість продукції та послуг, що надаються [4].

Важливим елементом інноваційної стратегії також є створення нових бізнес-моделей, які дозволяють компаніям отримувати доходи з нових джерел або оптимізувати наявні процеси. Наприклад, багато компаній переходять на модель підписки, коли споживачі платять за доступ до послуг або продуктів на постійній основі, що забезпечує стабільний потік доходів. Іншим прикладом є моделі, засновані на економіці спільного користування, такі як Uber або Airbnb, які дозволяють використовувати ресурси більш ефективно шляхом спільного доступу до них [2].

Проте впровадження інноваційних стратегій не завжди є безпроблемним. Компанії часто натрапляють на труднощі, такими як опір змінам з боку працівників, висока вартість впровадження нових технологій, а також невизначеність щодо результатів інноваційних проєктів. Для розв'язання цих проблем важливо мати чіткий план дій, залучати всіх учасників процесу до змін і забезпечити належне навчання персоналу. Крім того, важливою є роль держави у створенні сприятливих умов для розвитку інновацій, зокрема шляхом надання фінансової підтримки та податкових пільг для компаній, що інвестують в інновації [5].

Отже, інноваційні стратегії є ключовим елементом для збереження та підвищення конкурентоспроможності компаній. Успішне впровадження інновацій дозволяє підприємствам адаптуватися до змін ринкових умов, підвищувати ефективність своїх процесів та розширювати клієнтську базу.

### Список використаних джерел:

1. Логінова К. С. Теоретична основа базових стратегій підвищення конкурентоспроможності компанії. *Scientific practice: modern and classical research methods* : Materials of V International Scientific and Practical Conference (Boston, December 22, 2023). С. 81-82.
2. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-106>.
3. Орлова Н., Винник Т., Побігун С. Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах кризи: аналіз і практична реалізація в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-75>.
4. Прокопенко О. В., Войтенко О. М., Костирко Д. Р., Казаков В. В. Інноваційні стратегії розвитку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на міжнародному ринку. *Академічні візії*. 2023. №16. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/131> (дата звернення 20.09.2024).
5. Прокопишин О., Полегенька М., Жидовська Н. Інноваційні стратегії розвитку агробізнесу України в післявоєнний період. *Вісник Львівського національного екологічного університету. Серія «Економіка АПК»*. 2023. № 30, С. 33–37. DOI: <https://doi.org/10.31734/economics2023.30.033>