

УДК 658.12

ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА АТРАКТИВНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ястремська Олеся

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування
Харківський національний економічний університету ім. С. Кузнеця
Iastremska.o@gmail.com

Кончик Дмитро

аспірант кафедри менеджменту, логістики та інновацій
Харківський національний економічний університету ім. С. Кузнеця
konchuk.dmytro@hneu.net

Конкурентоспроможність розглядається як одна з базових категорій економічної науки і практики сьогодення, яка визначає успішність функціонування, стабільність та ефективність розвитку як окремих економічних суб'єктів, так і ринкового механізму в цілому. Саме тому в сучасних непростих умовах господарювання практично у всіх країнах, що розвиваються на засадах ринкової економіки, важливою складовою загальної системи менеджменту на підприємстві є управління конкурентоспроможністю для забезпечення його атрактивності, яка здатна забезпечити адаптацію до умов, що змінюються, на основі інноваційної стратегії розвитку для посилення конкурентних переваг на ринку. Світова теорія і практика доводить, що підвищення рівня конкурентоспроможності на основі ефективного управління атрактивністю розглядається як першочергова задача діяльності сучасного підприємства. Тому обґрунтування змісту і сутності поняття атрактивність надзвичайно важливим для розуміння процесів її забезпечення. Ґрунтуючись на сучасних пріоритетах економічного розвитку і аналізі різних наукових підходів визначимо, що управління атрактивністю представляє собою інноваційний процес управління, що здатен зберегти і посилити конкурентні переваги підприємства в умовах зовнішніх і внутрішніх викликів, які постійно

змінюються, для забезпечення оптимального рівня атрактивності у короткостроковому періоді і довгостроковій перспективі [1]. Якщо ж в основі атрактивності враховуються інновації, то в такому випадку необхідно розглядати таке поняття як «інноваційна атрактивність».

Інноваційна атрактивність – це здатність суб'єкта ринку, бути привабливим до співпраці за рахунок впровадження нових ідей, процесів або продуктів, які забезпечують конкурентну перевагу над іншими, покращують економічні показники та глобальну позицію, дозволяють суб'єкту випереджати конкурентів на ринку та сприяють сталому розвитку. Таке тлумачення має вирішальне значення, оскільки воно сприяє підвищенню продуктивності, економічному зростанню та залученню інвестицій, тим самим вигідно позиціонуючи суб'єкт на певному ринку. Ключовими факторами, що впливають на інноваційну атрактивність, є науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), якість освіти, захист інтелектуальної власності та ефективна інноваційна екосистема. Інновації є рушійною силою найуспішніших компаній сьогодні, ключем до успіху та наріжним каменем глобальної конкуренції. Тому особливо великі компанії виділяють значні ресурси на розробку нових продуктів [2]. Інноваційна атрактивність є ключовим аспектом у сучасному бізнес-середовищі, що швидко розвивається. Розуміння її суті може дати значну перевагу в економічному середовищі. Інноваційна атрактивність передбачає ефективне втілення творчих ідей у ринкові прибуткові товари і послуги. Вона є життєво важливою для підтримки довгострокового економічного зростання та досягнення успіху на конкурентних ринках. Компанії повинні постійно прагнути до інновацій, щоб випереджати своїх конкурентів і забезпечувати свою привабливість для формування вигідних відносин як з партнерами, так і з споживачами.

Основними факторами, що впливають на інноваційну атрактивність є такі: дослідження та розробки: інвестиції в НДДКР значно посилюють здатність організації до інновацій, призводять до відкриття нових технологій і процесів; людський капітал: кваліфіковані та креативні працівники мають

важливе значення для розвитку інноваційного середовища та для генерування креативних ідей; технологічна інфраструктура: доступ до передових технологічних інструментів і платформ прискорює інноваційні процеси; лідерство: візіонерське лідерство стимулює культуру, яка заохочує нові ідеї, сприяє розвитку креативності та приймає зміни; співпраця: побудова партнерських відносин з іншими організаціями призводить до обміну знаннями та ресурсами, що сприяє інноваціям.

Інноваційна атрактивність відіграє ключову роль в економічному розвитку. Вона притаманна різним організаційно-правовим формам підприємств, від малого бізнесу до великих корпорацій та національних економік. Компанії та країни з потужним інноваційним потенціалом часто мають: вищу продуктивність та ефективність, більшу частку ринку та задоволеність клієнтів, посилення впізнаваності бренду, збільшення інвестиційних можливостей. Більше того, з глобальної точки зору, інноваційна атрактивність може визначати економічне становище та вплив країни, відіграючи вирішальну роль у формуванні позитивної динаміки міжнародної торгівлі. Більш глибокий аналіз інноваційних моделей показує, що деякі країни стабільно лідирують у світових інноваційних рейтингах завдяки політиці, яка надає пріоритет освіті, розвитку технологій та підприємництву. Наприклад, такі країни, як Японія та Південна Корея, створили екосистеми, що заохочують інновації за допомогою державних стимулів та сильного акценту на STEM-освіті (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) [3].

Інноваційна атрактивність має важливе значення в передових галузях промисловості та на швидкозмінних ринках. Розуміння її основних принципів допомагає створювати та впроваджувати нові ідеї, перетворюючи їх на цінні продукти та послуги, виводити їх на ринок і отримувати від них прибуток, тим самим досягаючи успіху в сучасній глобальній економіці. Для цього необхідно враховувати і використовувати такі напрями інвестування як вкладання капіталу в дослідження, підготовку кваліфікованих кадрів, технологічний прогрес і мережі співпраці. Ці аспекти сприяють формуванню інноваційної

організаційної культури, яка сприяє підтримці інновації і легко адаптується до ринкових змін. Інноваційна атрактивність може досягатися проактивною, а не реактивною поведінкою суб'єктів ринку – підприємств.

У динамічному ринковому середовищі інновації спонукають компанії розробляти нові продукти та вдосконалювати існуючі процеси, пристосовуючись до постійно мінливих запитів споживачів і нових ринкових тенденцій, підвищуючи свою атрактивність. Заохочуючи культуру творчості та експериментів, вони можуть використовувати інновації для пошуку нових можливостей і здобуття переваги над конкурентами, якщо останні не зосереджуватимуться на інноваціях. Взаємозв'язок між інноваціями та атрактивністю є глибоким і багатогранним. Інновації надають компаніям інструменти та методи для досягнення успіху на відповідних ринках. Ця перевага може проявлятися в різних формах, таких як, унікальні характеристики продукту, що не мають аналогів у конкурентів, підвищення операційної ефективності, сильна ідентичність та лояльність до бренду та формування позитивної стійкої репутації як емоційної складової атрактивності.

Література

1. Ястремська О., Кончик Д. (2024) Визначення атрактивності підприємств для формування раціональних вражень стейкхолдерів в умовах економіки вражень. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. Vol. 3, No.4, 2024, 26-41 doi: 10.46299/j.isjmef.20240304.04
2. Тяхтенко, Н. А. (2022). Управління конкурентоспроможністю в інноваційній стратегії підприємства. *Economic Synergy*, (4), 118–128. <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-9>
3. Abdel Fattah Mahmoud Al-Azzam, Rafi Mahmoud Al-Rwaidan, Hayel. F. alserhan, Fakher Mahmoud Arda (2024), “The Impact of Innovation Types on Competitive Advantage in SMEs in Jordan”, *Journal of System and Management Sciences* Vol. 14, No. 7, pp. 105-121 DOI:10.33168/JSMS.2024.0706