

Інноваційні стратегії розвитку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на міжнародному ринку

*Прокопенко Ольга Володимирівна¹, Войтенко Олексій Миколайович²,
Костирко Діана Русланівна³, Казаков Василь Васильович⁴*

Опубліковано	Секція	УДК
01.02.2023	Економіка	330.341.1

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7595115>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. В сучасних умовах ведення бізнесу все більше компаній зіштовхуються із нагальною потребою перегляду, швидкого адаптування, розгляду можливостей внесення змін та доповнень до інноваційних стратегій зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках. Передумовою цього є необхідність пристосування до швидкої зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ, глобалізаційних перетворень у світовій економіці, пристосування до концептуальних засад ведення бізнесу з урахуванням інноваційних концепцій, розвитку управлінських рішень та зміни швидкості їх прийняття керівництвом для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності компанії.

Ключові слова: інновація, стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародний ринок.

Innovative strategies for the development of subjects of foreign economic activity in the international market

Annotation. In today's business environment more and more companies are faced with the need to review, rapidly adapt, consider the possibility of making changes and additions to the innovative strategies of foreign economic activity in international markets. The precondition of this is the necessity of adapting to rapid changes of factors of internal and external environment, globalization transformations in the world economy, adapting to conceptual bases of doing business taking into account innovative concepts, development of managerial decisions and changing the speed of making them by the management in order to provide the high level of competitiveness of the company.

¹ доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми, Україна, <https://orcid.org/0000-0003-1362-478X>

² кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-8262-9771>

³ аспірант кафедри бізнес-економіки та адміністрування, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-4301-6972>

⁴ аспірант кафедри бізнес-економіки та адміністрування, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, м. Суми, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-4568-3939>

The article analyzes the main strategic directions of providing innovative development of foreign economic activity subjects in the international market. The basic components, factors, principles and priority directions of company policy for providing development of a new vector of strategy are defined. The ways of formation of innovative approaches to the development of strategic managerial decisions in the context of formation and development of the company in the foreign international market are offered. The author's approach to the implementation of the scheme of development of measures to improve the foreign economic activity of the company in the conditions of modern economic transformations is offered.

After all, the concept of strategic development of modern companies is based on joining the high-tech device, which in turn forces the introduction of economically and technically sound innovations. An integrated approach to the model of formation and adoption of strategic management decisions by the management of companies generates the need for effective use of intellectual resources, implementation and use of high-tech technological solutions, rapid adaptation to the conditions of foreign economic activity and international markets.

Keywords: innovation, strategy, foreign economic activity, international market.

Вступ

Проблема забезпечення ефективного рівня функціонування сучасних компаній є однією із основоположних. Особливо гостро це відчувається завдяки швидким темпам розвитку трансформаційних перетворень, інноваційності управлінських рішень компаній на світовій арені. Таким чином, проблема формування стратегії управління інноваційним довгостроковим розвитком є не лише основоположною, а й формує засади для забезпечення стратегічного планування та прогнозування діяльності компанії на міжнародному ринку. Створення інноваційно та технологічно забезпеченої довгострокової стратегії діяльності компанії є можливим завдяки врахуванню таких факторів, як: забезпечення системності, технологічності, інноваційності, врахування існуючих та потенційно можливих ресурсів діяльності компанії, створення сучасних умов для управління інноваційним процесом та швидкого прийняття виважених стратегічних рішень, формування інструментарію реалізації стратегії на міжнародному ринку при веденні зовнішньоекономічної діяльності компанії.

З метою дослідження проблем формування та розвитку інноваційних стратегій зовнішньоекономічної діяльності компанії на міжнародних ринках покладено безліч зусиль як вітчизняних, так закордонних науковців, що є підтвердженням актуальності даної теми. Фундаментальним дослідженням становлення та впровадження інноваційної стратегії діяльності компаній на міжнародних ринках присвячені наукові дослідження таких учених, як: О. Василенко [6], М. Йохна [7], Н. Краснокутська [8], Є. Родіонова [9], В. Стадник [10], Р. Фатхутдінов [11], К. Фрімен [4], В. Чубай [12] та інші. Однак, вивчення даного питання потребує більш детального аналізу сучасних тенденцій ведення бізнесу на міжнародній арені, оскільки відсутнім є комплексний підхід до формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку компанії при ведення зовнішньоекономічної діяльності.

За словами Ігнатенко Р.В.: «Розвиток інформаційного суспільства, смарт-економіки, процесів глобалізації викликають необхідність використання цифрового маркетингу, причому сама парадигма цифрового маркетингу також постійно розвивається, створюючи умови для успішного розвитку та конкурентного позиціонування бізнесу» [16, с. 450-455]. Відповідно, *метою та основними завданнями* наукової статті є аналіз існуючих видів інноваційних стратегій зовнішньоекономічної діяльності компаній та формування комплексного підходу у вигляді моделі формування та реалізації стратегічних рішень в умовах глобалізаційних трансформацій.

Результати

Однією із найважливіших складових інноваційного менеджменту діяльності компанії є процес обґрунтування, створення та реалізації її інноваційної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, що формує передумови для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності організації, стратегічного довгострокового розвитку, забезпечення дієвих механізмів комплексних стратегічних перетворень. Комплексний підхід формує можливості для успіху інноваційної діяльності компанії на міжнародних ринках.

Наприклад, у 2021 році лідером Глобального індексу інновацій – є Швейцарія. За нею у рейтингу місця посідають наступні країни світу: Швеція, Сполучені Штати Америки, Велика Британія та Республіка Корея. В свою чергу, - Україна втратила свої рейтингові позиції у порівнянні із іншими країнами світу (табл. 1).

Таблиця 1

Україна у міжнародних рейтингах, що відображають інноваційний розвиток*

№ з/п	Назва складової рейтингу	2020 рік	2021 рік
1	Глобальний індекс інновацій	45	49
2	Індекс інноваційного розвитку	56	58
3	Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло	33	34

* систематизовано автором на основі [2]

Таким чином, інноваційність підходів до формування стратегії компанії є необхідною запорукою розвитку бізнесу як в Україні, так і за кордоном. Необхідно зазначити, що інноваційна стратегія компанії повинна бути гнучкою, та мати можливість швидкого пристосування до змін оточуючого середовища й трансформації виробничих процесів. Проаналізуємо фактори, які впливають на формування гнучкості інноваційної стратегії компанії (рис. 1).

Отже, створення та розвиток інноваційної системи діяльності компанії залежить від комплексу складових елементів, врахування яких є запорукою успішного ведення бізнесу на міжнародному ринку.

Крім того, в сучасних умовах ведення бізнесу, необхідності швидкої адаптації та пристосування до змін зовнішнього та внутрішнього середовищ, змін факторів впливу на діяльність компанії на міжнародних ринках, формування високого рівня її конкурентоспроможності – інноваційна стратегія є необхідним складовим елементом успіху компанії та забезпечення її довгострокового життєвого циклу. Грунтуючись на цьому, компанії почали активно впроваджувати різноманітні інновації у свою діяльність, шукати шляхи забезпечення формування комплексного підходу до своєї діяльності, аналізу можливих пріоритетів стратегічного довгострокового розвитку. Компанії розвинених країн світу створюють, формують та аналізують одразу кілька можливих інноваційних стратегій свого розвитку, що знижує можливості потенційного ризику та формує передумови для підвищення рівня конкурентоспроможності фірми,

забезпечуючи правильність та високу швидкість прийняття керівництвом управлінських рішень. Такий підхід створює інноваційну модель ведення бізнесу, що передбачає постійну адаптацію та вдосконалення процесів ведення зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках.

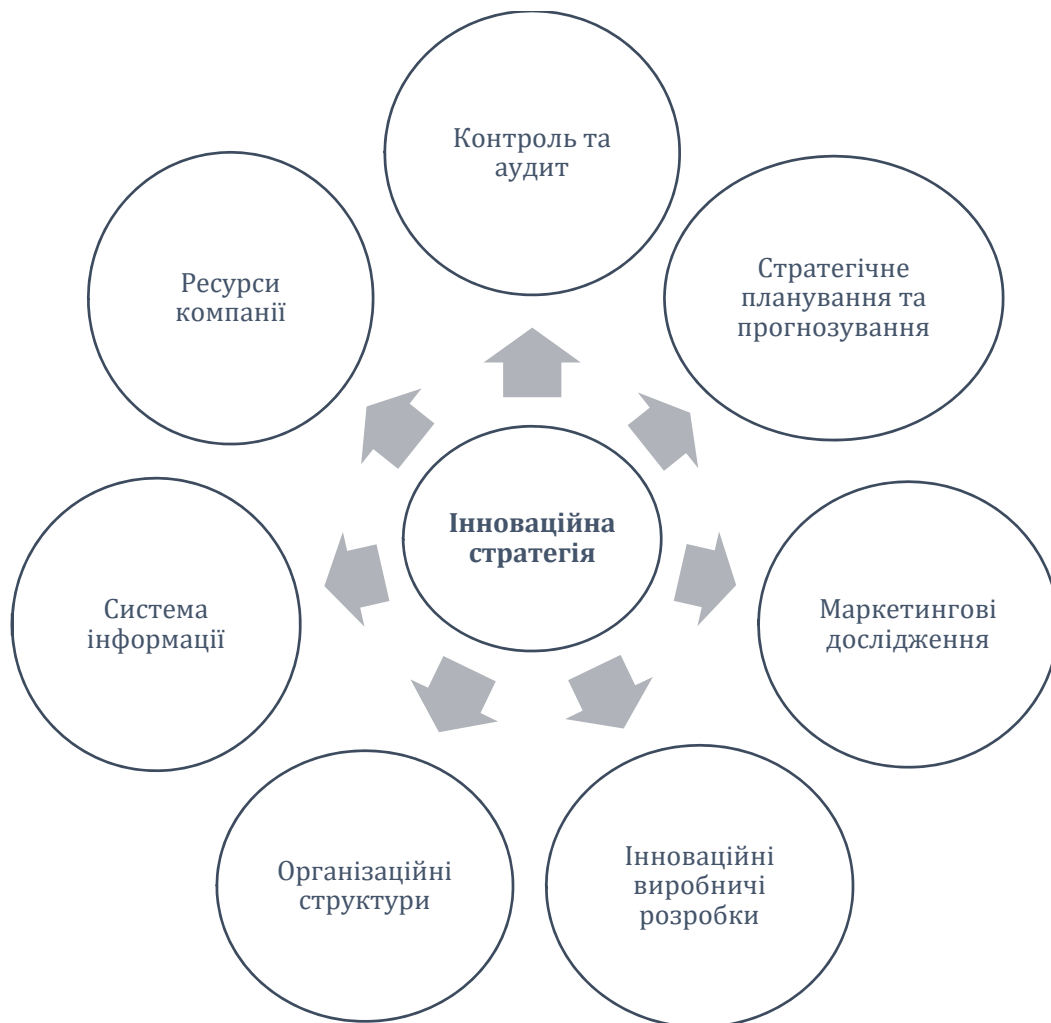


Рис. 1. Забезпечення формування інноваційної стратегії компанії*

* систематизовано автором на основі [3, с. 108]

Як стверджує генеральний директор проекту «Глобальний індекс інновацій» Чандраджит Банерджи [1]: «інновації забезпечують підвищення рівня життя кожної людини, а тому мають спрямованість на швидкий і стійкий розвиток».

Політика компанії на заохочення інновацій та формування інноваційного підходу формує конкурентне середовище, урахування сучасності та технологічності рішень керівництва, високого ступеню прибутковості та довгострокового життєвого циклу компанії.

Варто розуміти, що інноваційна стратегія може приводити компанію як до швидкого інноваційного розвитку, так і до проблемних аспектів у зовнішньоекономічній діяльності. Для того, щоб розуміти переваги та недоліки інноваційної стратегії компанії необхідно проаналізувати показники ефективності та проблемності її інноваційної стратегії, а саме:

1. Показники ефективності інноваційної стратегії компанії:

1) Високе визнання компанії на міжнародній арені;

- 2) Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності компанії;
 - 3) Формування довгострокових перспектив стратегічного розвитку компанії;
 - 4) Формування передумов для високого технологічного розвитку компанії;
 - 5) Забезпечення інноваційності рішень керівництва компанії;
 - 6) Формування пріоритетних можливостей прийняття керівництвом компанії швидких управлінських рішень.
2. Показники проблемних аспектів формування інноваційної стратегії компанії:
- 1) Висока ступінь ризику при формуванні управлінських рішень;
 - 2) Низький рівень адаптивності до зміни факторів середовища у процесі вибору та реалізації інноваційної стратегії;
 - 3) Високий рівень ризиків при визначенні кінцевих результатів зовнішньоекономічної діяльності компанії;
 - 4) Необхідність внутрішньо-організаційної перебудови компанії;
 - 5) Високі інвестиційні ризики компанії у процесі реалізації проектів на міжнародних ринках.

Грунтуючись на проведених наукових дослідженнях К. Фрімена та показниках аналітичного Звіту глобальної конкурентоспроможності країн світу [4], виділимо сім основних видів інноваційних стратегій [5, с. 330–348], які детально представлені у табл. 2.

Таблиця 2

**Характеристика сучасних інноваційних стратегій міжнародних компаній
при веденні діяльності***

№ з/п	Назва інноваційної стратегії	Коротка характеристика інноваційної стратегії	Приклад застосування інноваційної стратегії
1	Традиційна інноваційна стратегія	Передбачає собою відсутність серйозних, великих, радикальних змін у технологічному процесі виробництва продукції компанії.	Будівельна індустрія, ресторанний або готельний бізнес
2	Залежна інноваційна стратегія	Повністю залежить від «материнських» компаній та їх управлінських рішень при веденні бізнесу на міжнародних ринках.	Дочірні компанії агросектору економіки, будівельного бізнесу та інші
3	Змішана інноваційна стратегія	Формується та реалізується завдяки поєднанню двох складових елементів: інноваційних цілей компанії та її інноваційних можливостей перетворень.	Холдингові компанії
4	Опортуністична інноваційна стратегія	Передбачає, для успішної реалізації, абсолютну відсутність у технологічному процесі виробництва продукції (надання послуг) компанії науково-технічної діяльності.	Ресторанний бізнес, туристичний бізнес, харчова промисловість, роздрібна торгівля

5	Оборонна інноваційна стратегія	Потребує оптимізації виробничого процесу у таких складових елементах, як: витрати та випуск продукції.	Харчова індустрія, машинобудівна галузь економіки
6	Імітаційна інноваційна стратегія	Дана стратегія передбачає копіювання її у тих компаній, які є лідерами при веденні зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках.	Виробництво фармацевтичної продукції, легка промисловість, харчова промисловість
7	Наступальна інноваційна стратегія	Забезпечення постійного безперервного інноваційного процесу, який формує передумови для реалізації нових можливостей, впровадження нових продуктів компанії та інше.	Автомобілебудування, сфера інформаційних технологій, виробництво та реалізація програмного забезпечення

* складено та узагальнено автором за [5, с. 330–348]

Окрім пошуку шляхів реалізації інноваційних рішень та формування інноваційної стратегії, - більшість компаній на міжнародних ринках шукають способи перетворення інновації та системних комплексний організаційний підхід.

У компаніях постійно відбувається пошук та реалізація інноваційних довгострокових стратегічних ідей та планів, що створюють передумови для швидкої реалізації інвестиційних проєктів, залучення потенційних інвесторів на довгострокову перспективу, що, у своєму комплексі, - дозволяє повномасштабно реалізувати стратегію інноваційного розвитку зовнішньоекономічної діяльності компанії на міжнародному ринку [14].

Однак, відсутність необхідного для керівництва компанії досвіду щодо впровадження інновацій у своїй діяльності формує цілий комплекс передумов для збільшення можливих ризиків та ліквідації компанії у майбутньому. Отже, розробка повномасштабної програми інноваційного розвитку компанії у довгостроковій перспективі і, як наслідок, відповідної інноваційної стратегії – є базою формування конкурентних переваг і стійкого фінансового стану при веденні зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках.

Враховуючи пріоритети становлення бізнесу та можливості розвитку компанії, - обирається вид інноваційної стратегії та виділяються ресурси для реалізації програми розвитку та втілення обраної стратегії у довгостроковій перспективі. Слід відмітити, що розвинені світові компанії-лідери обов'язково створюють декілька сценарії розвитку подій при розробці та запровадженні інноваційної стратегії, щоб знизити вплив потенційно можливих ризиків та мінімізувати можливі втрати, пов'язані із необхідністю швидкого прийняття необхідних управлінських рішень [15].

Найважливішими критеріями при виборі виду інноваційної стратегії компанії можна виділити наступні:

- 1) Використання можливостей синергетичного ефекту при впровадженні та реалізації інноваційної стратегії компанії у довгостроковій перспективі;
- 2) Формування балансу між роботою усіх структурних підрозділів компанії;

- 3) Наявність необхідного потенціалу (кадрового, технічного, технологічного та інших) при реалізації поставлених довгострокових цілей розвитку компанії та реалізації її інноваційної стратегії;
- 4) Формування конкурентних переваг компанії при веденні зовнішньоекономічної діяльності на міжнародних ринках за рахунок вивчення сильних та слабких сторін конкурентоспроможності інших організацій на ринку;
- 5) Відповідність інноваційної стратегії можливостям та загрозам зовнішнього середовища компанії.

Висновки

Таким чином, при формуванні і реалізації інноваційної стратегії компанії обов'язково повинні враховуватись такі складові елементи, як базова стратегія зовнішньоекономічної діяльності компанії, наявність необхідного ресурсного забезпечення, комплексність, відкритість компанії для забезпечення високого рівня її конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Крім того, управління компанії повинно перевірити готовність міжнародного ринку до сприйняття інноватики у діяльності організації.

У статті зазначено автором, що зміни внутрішнього та зовнішнього середовища формують для компанії як комплекс ефективних пріоритетних напрямів розвитку, так і комплекс проблем, які можуть призводити до ліквідації компанії на світовій арені. Важливою складовою успішного довгострокового розвитку компанії при веденні зовнішньоекономічної діяльності є правильний та виважений вибір виду інноваційної стратегії у довгостроковій перспективі. Наукові дослідження вчених дозволили сформуувати комплексний узагальнений підхід до пошуку виду інноваційної стратегії та аналізу шляхів її реалізації у діяльності компанії. Обґрунтована та зважена інноваційна стратегія з адекватним змістом, як певний стратегічний портфель, забезпечить інноваційний процес розвитку компанії на всіх її етапах, що є запорукою тривалого успіху її зовнішньоекономічної діяльності.

Вдосконалення вибору інноваційної стратегії компанії формує один із основних пріоритетів розвитку для будь-якої організації, а саме – можливість швидкої реалізації інвестиційних проєктів у довгостроковій перспективі. Отже, результати наведених у статті наукових досліджень можуть бути використані в подальшому глибшому вивченні інноваційної стратегії компанії при веденні зовнішньоекономічної діяльності на міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Глобальний індекс інновацій. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info>
2. European Innovation Scoreboard 2021. Most Innovative Countries: веб-сайт. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45940>
3. Рахімова С. А. Реалізація інноваційних проєктів шляхом формування інноваційної політики розвинених країн. *Науковий погляд. Економічні науки*. 2019. № 2. С. 108-117.
4. Freeman C., Nelson R., Silverberg G. & Soete, L. (eds). Technical Change and Economic Theory, in G. Dosi «Japan: A New National System of Innovation», Pinter, 1988. P. 330-348.
5. The Global Competitiveness Report 2020–2021. URL: <https://www.weforum.org/reports/theglobalcompetitiveness-report-2020-2021>
6. Василенко В. О., Шматко В. Г. Інноваційний менеджмент; за ред. В. О. Василенка. К.: ЦУЛ, Фенікс, 2019. 440 с.

7. Йохна М. А. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посібник. Хмельницький : ХНУ, 2019. 327 с.
8. Краснокутська, Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 504 с.
9. Родіонова Е. В. Інноваційні стратегії підприємств. *Наука та економіка*. 2011. №3 (7). С. 36-38.
10. Стадник В. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навч. посібник. Хмельницький : ХНУ, 2019. 327 с.
11. Заїка Ю. Інноваційний менеджмент підприємств в антикризових умовах. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2022. Т. 1, № 5. С. 62–67. URL: <https://doi.org/10.46299/j.ismef.20220105.08>
12. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2020. № 1 (3). Т. 2. С. 347-356.
13. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. П. Романко : моногр. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2021. 198 с.
14. Bozhkova, V., & Halytsia, I. Mechanisms to ensure the development of the economy of the future in the context of global change. *Futurity Economics&Law*. 2022. №2 (2) P. 4-13.
15. Sanetra-Półgrabi, S., & Tetłaka, Z. Protection of consumer rights in the advertising of the future in the context of economic instability. *Futurity Economics&Law*, 2022. № 2 (3), pp. 12–18.
16. Ігнатенко Р. В. Розвиток цифрового маркетингу у світі та в Україні. *Бізнес Інформ*. 2022. № 1. С. 450-455.