

Інновації в продукті: як створити конкурентні переваги через нововведення

Анна Олійник

*студентка 1-го курсу, група МА-23,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: OliinykAD@krok.edu.ua*

Ірина Мала

*старший викладач кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0003-0773-5336*

Актуальність дослідження: На сучасному ринку зі зростаючою конкуренцією інновації у створенні продукції стають найбільшим елементом успіху бізнесу. Створення конкурентної переваги завдяки інноваціям стало ключовим завданням для компанії, оскільки клієнти постійно шукають новітні рішення та вдосконалення продукції.

Об'єкт дослідження: Продукти (товари та послуги). Підприємства, які впроваджують інновації та ринок, на якому конкурують ці інноваційні продукти.

Предмет дослідження: Процес створення інноваційних продуктів. Фактори, що впливають на успіх інновацій та вплив інновацій на конкурентні переваги підприємства.

Мета дослідження: Проаналізувати вплив інноваційних продуктів на конкурентоспроможність компанії.

Для здійснення даної мети необхідно виконати наступні завдання:

- розглянути визначення та сутність інновацій, їхню роль у сучасних економічних умовах та важливість для підприємств.
- дослідити фактори, які необхідно враховувати під час розробки інноваційного продукту.
- розглянути вплив інновацій на підвищення конкурентоспроможності підприємств
- оцінити вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність.
- провести аналіз успішної інноваційної діяльності певного підприємства.

Інформаційна база дослідження: У ході роботи було використано підручники, різні наукові статті та інтернет-джерела. Основою написання даної роботи послужили статті та реферати С. В. Позняка, О. Романюка, Н. Шведа, О. С. Богма та О. В. Болдуєва [1].

Методологія дослідження: У роботі використовувалися загальнонаукові методи, а саме: системний підхід та аналіз з синтезом. Вони забезпечили комплексне вивчення впливу інноваційних продуктів на конкурентоспроможність компанії з урахуванням всіх взаємозв'язків і залежностей, а також допомогли розділити досліджувані явища на складові частини для подальшого їх синтезу і отримання цілісної картини.

Виклад основного матеріалу дослідження: Інновації - це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві та збуті. Інноваційна продукція – це нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам до інноваційної діяльності, використовуються у практичній діяльності та мають суспільну перевагу [2].

У сучасних економічних умовах орієнтація на інновації є найбільш перспективним підходом, оскільки учасники ринку, які активно використовують інновації, виграють у конкурентній боротьбі. Виявляється, що саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, а їхнє впровадження може призвести до інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні та активної участі у формуванні світової економічної системи. Інновації в продукції також необхідні для розвитку та підвищення ефективності бізнес-моделей.

За певних умов організації (фірми та компанії) прагнуть першими вийти на ринок із новими продуктами, щоб отримати додатковий прибуток у вигляді інтелектуальної ренти в умовах зниження попиту та вміру поширення інновацій. Крім того, власники бізнесу зацікавлені у створенні продуктів, які за своїми споживчими характеристиками значно перевершують наявні аналогічні товари і можуть послужити основою для їх подальшого вдосконалення. Саме тому існує декілька основних факторів, які слід враховувати під час розробки інноваційного продукту[3].:

1. Перевага товару над своїми конкурентами, тобто наявність у нього унікальних властивостей, що допомагає кращому сприйманню споживачем. Цей чинник відзначають усі дослідники як головний;

2. Маркетингове ноу-хау фірми, тобто краще розуміння поведінки споживачів, психології сприйняття новинок, тривалості ЖЦТ і розмірів потенційного ринку;

3. Висока синергія НДР і виробництва, або взаємодія всіх підрозділів підприємства як одного цілого — технологічне ноу-хау.

У сучасному суспільстві вплив інновацій на розвиток підприємств є значним і комплексним. Зв'язок між інноваціями та конкурентоспроможністю підприємств виражається у підвищенні організаційно-технологічного рівня виробництва та вдосконаленні продукції і послуг підприємства. Тому для забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно використовувати системний підхід, що враховує необхідний рівень розвитку виробництва та стадію існування продукту.

Відповідно інновації справляють певний вплив на рівень конкурентоспроможності, але при цьому підприємства повинні дотримуватися таких вимог:

- рівень ефективності витрат на їх впровадження повинен бути близьким до банківських ставок відповідних за термінами кредитів;

- інновації повинні мати системний характер і не допускати виникнення диспропорцій між організаційно-технічним рівнем виробництва й рівнем продукції, яку виготовляє підприємство;

- кожна конкретна інновація повинна мати визначені цілі й вирішувати певні завдання підвищення конкурентоспроможності підприємства [4].

Пояснюючи важливість інновацій для здобуття компаніями конкурентних переваг, можна сказати, що інноваційний процес забезпечує оптимізацію організаційних форм взаємовідносин, сприяє розвитку та є основою для формування ефективних мотиваційних механізмів для подальшого функціонування на ринку.

Згідно з міжнародною практикою, вплив інноваційної діяльності компанії на її конкурентоспроможність складається з трьох складових:

1. Підвищення конкурентоспроможності продукту. Створення короткострокових і середньострокових конкурентних переваг.

2. Виникнення нових споживчих потреб, що створює довгострокові конкурентні переваги.

3. Підвищення ефективності виробництва, що трансформує конкурентоспроможність продукції в конкурентоспроможність підприємства.

Таким чином, використання інновацій дає змогу підприємствам не тільки налагодити внутрішні процеси виробництва продукції за допомогою передових технологій, а й підвищити рівень своєї конкурентоспроможності та зберегти конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

Також, можна навести приклад стрімкого і вже сталого успіху компанії Apple, які щороку удосконалюють свої смартфони та створюють нові гаджети, тим самими залишаючись одними з лідерів серед виробників смартфонів та різного роду гаджетів: випущений у 2007 році iPhone від Apple, зробив революцію в мобільних телефонах, об'єднавши музичний плеєр, веб-браузер і GPS в одному інтуїтивно зрозумілому пристрої з сенсорним екраном. У той час як типовий "розкладний телефон" зосереджувався на дзвінках, повідомленнях і фотографіях, iPhone запропонував надійну мобільну обчислювальну платформу і культовий дизайн. Цей революційний "смартфон" перевершив очікування користувачів. Конкуренти, такі як Nokia та Motorola, намагалися не відставати від нього [5].

Приголомшливий успіх iPhone сприяв розвитку економіки мобільних додатків та повсюдному поширенню мобільного інтернету. Значною мірою завдяки цьому мобільному перевороту, спричиненому інноваційними технологіями, Apple стала найдорожчою компанією у світі.

Висновки. Аналіз взаємозв'язку інноваційної продукції та конкурентоспроможності компанії показує, що інновації чинять багатосторонній вплив не тільки на створення нових продуктів і технологій, а й на підвищення ефективності виробництва, розширення ринкових можливостей і формування нових потреб споживачів. Здатність компанії створювати і впроваджувати інноваційні продукти визначає її конкурентоспроможність, даючи змогу не

тільки займати лідируючі позиції на ринку, а й забезпечувати сталий розвиток у довгостроковій перспективі. Системний підхід до управління інноваціями, увага до потреб ринку, технологічна синергія та активне впровадження інноваційних ідей можуть значно підвищити шанси компанії на успіх у конкурентному середовищі. Відповідно, продуктові інновації є важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності компанії, що дає їй змогу не тільки посідати провідні позиції на ринку, а й зберігати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: інновації, інноваційна продукція, конкурентоспроможність підприємства, ринок.

Список використаних джерел

1. Теоретичні аспекти управління інноваційною діяльністю підприємства на засадах маркетингу. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/83709/marketing/teoretichni_aspekti_upravlinnya_innovatsiyunoju_diyalnistyu_pidpriyemstva_marketingu#734 (дата звернення: 30.03.2024).
2. С. В. Позняк. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268555.pdf> (дата звернення 30.03.2024)
3. Романюк О., Шведа Н. Інновації як рушійна сила конкурентоспроможності підприємства. м. Тернопіль, 7 квіт. 2017 р. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21351/2/IRSP_2017_Romaniuk_OInnovation_as_a_driving_51-52.pdf (дата звернення 30.03.24)
4. Богма О.С, Болдуєва О.В. роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek7-3-2010-PDF/166-170.pdf (дата звернення: 30.03.2024).
5. 7 прикладів успішних проривних інновацій за всі часи (оновлення 2024 року) - *AhaSlides*. URL: <https://ahaslides.com/uk/blog/disruptive-innovation-examples/> (дата звернення: 31.03.2024).