

УДК 005.21:658.012.12:504.05

*Брагіна О.С.,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри підприємництва і торгівлі,  
Національний університет «Одеська політехніка»*

## **ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК РУШІЙНА СИЛА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ**

Сучасне підприємство функціонує в умовах зростання екологічного тиску з боку держави, суспільства та міжнародних інституцій. Відповіддю на ці виклики стає інноваційна стратегія, що передбачає системне запровадження новацій для підвищення конкурентоспроможності і сталої трансформації діяльності.

Інноваційна стратегія є частиною загальної стратегії підприємства і формується з урахуванням технологічного потенціалу, зовнішнього середовища та екологічних обмежень. Поняття конкурентоспроможності в контексті сталого розвитку пов'язане з застосуванням екоінновацій, що сприяють зниженню негативного впливу на довкілля та соціум.

Серед актуальних моделей інноваційної стратегії виділяють:

– Стратегію відкритих інновацій – передбачає залучення зовнішніх джерел (стартапів, університетів, клієнтів) до процесу створення інновацій. Це дозволяє прискорити інноваційний цикл, зменшити витрати на R&D та інтегрувати екологічно орієнтовані рішення.

– Еко-інноваційну стратегію – акцент робиться на створенні продуктів, послуг і процесів з мінімальним впливом на довкілля. Це включає екодизайн, циркулярну економіку, відновлювану енергетику та управління ресурсами.

– Радикальні та інкрементальні інновації – стратегія може бути спрямована як на проривні зміни (радикальні інновації), так і на поступові покращення (інкрементальні), з орієнтацією на підвищення екологічної ефективності.

– Стратегія сталих інновацій – фокусується на інтеграції екологічних, соціальних і економічних чинників у процеси інновацій. Метою є довгостроковий сталий розвиток з урахуванням інтересів усіх стейкхолдерів.

– Інновація бізнес-моделей – передбачає зміну підходу до створення цінності. Наприклад, замість продажу продукту – оренда або сервісна модель, що сприяє зменшенню ресурсного навантаження. Порівняльна характеристика моделей інноваційної стратегії представлена в таблиці 1.

В Україні спостерігається поступове впровадження інноваційних стратегій у відповідь на екологічні виклики.

## Порівняльна характеристика моделей інноваційної стратегії

Модель інноваційної стратегії	Ключові характеристики	Орієнтація на сталий розвиток
Відкриті інновації	Залучення зовнішніх і внутрішніх джерел для створення інновацій	Партнерство для екологічних рішень
Еко-інновації	Зменшення негативного впливу на довкілля, екодизайн, LCA	Висока
Радикальні / Інкрементальні	Проривні або поступові покращення продуктів/процесів	Від помірної до високої
Сталі інновації	Інтеграція екологічних, соціальних, економічних аспектів	Дуже висока
Інновації бізнес-моделі	Зміна способу створення і доставки цінності	Сприяє ресурсній ефективності та циркулярності

Наприклад, фармацевтична компанія Biopharma реалізувала масштабний проект з будівництва біофармацевтичного заводу в Білій Церкві. На підприємстві впроваджено системи очищення стічних вод, використано енергоефективні технології, що відповідають принципам еко-інноваційної стратегії. У сфері поводження з відходами прикладом є компанія ТОВ «Екостайл», яка побудувала систему роздільного збору та переробки твердих побутових відходів, орієнтовану на принципи циркулярної економіки. Компанія впроваджує інновації бізнес-моделі, спрямовані на перетворення відходів у ресурси, та активно взаємодіє з громадою.

У агросекторі компанія Миронівський хлібопродукт демонструє приклад інкрементальної інноваційної стратегії. Підприємство впроваджує біогазові установки для утилізації органічних відходів, сучасні системи зрошення, а також формує звітність відповідно до стандартів ESG, що відображає сталість підходів у всіх напрямках діяльності.

Екологічні обмеження, серед яких законодавчі регулятори, стандарти ESG, стратегії урядів та грантові політики, висувають високі вимоги до стратегічних рішень. Вони стимулюють інновації: через пошук альтернативних сировинних рішень, енергоефективності, циркуляції ресурсів, засобів проектування з оцінкою життєвого циклу (LCA).

Інноваційна стратегія повинна бути адаптивною до змін зовнішнього середовища та зорієнтованою на довгострокову конкурентоспроможність. Основні орієнтири включають впровадження екоінновацій, розвиток партнерств з науковими установами та стартапами, використання цифрових технологій для моніторингу впливу на довкілля. Важливим є інтегрування принципів сталого розвитку у корпоративну культуру та управлінські практики, а також створення системи мотивації для персоналу до участі в інноваційному процесі.

Таким чином, впровадження такої стратегії дозволяє не лише зменшити екологічні ризики, а й відкрити нові ринки, залучити екологічно свідомих споживачів та інвесторів, зміцнити репутацію та забезпечити довготривалу ефективність діяльності підприємства.

**Список використаних джерел:**

Ковальчук Т. Г., Загарій В. К. Інноваційні стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємств України. Економіка та суспільство. 2024. Випуск №59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-33>

**УДК: 658.5:659.2**

**Василик В.С.,**  
здобувач вищої освіти,  
Науковий керівник: **Євтушенко О.А.,**  
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,  
Університет імені Альфреда Нобеля

## **КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА**

ТОВ «Епіцентр» є провідною українською компанією, що спеціалізується на роздрібній торгівлі, виробництві та аграрному секторі. Заснована у 2003 році, компанія перетворилася на омніканальну екосистему, яка об'єднує торговельні центри «Епіцентр» і «Нова лінія», інтернет-магазин та маркетплейс epicentrk.ua, мережу мультибрендових спортивних магазинів «Інтерспорт-Україна», агрохолдинг «Епіцентр Агро», заводи з виробництва керамічної плитки Epicentr Ceramic Corporation, деревообробне підприємство ЦБМ «Осмолода» та розгалужену логістичну інфраструктуру [1].

ТОВ «Епіцентр» є багатопрофільною компанією з розвинутою виробничою структурою та широким спектром послуг, що охоплюють роздрібну торгівлю, виробництво будівельних матеріалів, деревообробку, аграрний сектор та логістику, активно впроваджуючи інноваційні та екологічні рішення у своїй діяльності. Група компаній «Епіцентр» продовжує активно розширювати свої виробничі та логістичні потужності, впроваджуючи інноваційні технології та розвиваючи нові напрями діяльності [1].

Комунікаційні процеси відіграють ключову роль у системі менеджменту підприємства, забезпечуючи ефективну взаємодію між різними рівнями управління, підрозділами та співробітниками. Вони сприяють координації дій, обміну інформацією та прийняттю обґрунтованих рішень, що безпосередньо впливає на продуктивність та конкурентоспроможність організації.