Ладиненко Олег Анатолійович,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти;
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФІНАНСОВИХ КРИЗ

Управління вартістю бізнесу що має важливе практичне значення особливо в умовах фінансових криз, коли традиційні методи забезпечення стабільності виявляються неефективними. В цих умовах інновації виступають як потужний механізм адаптації, здатний забезпечувати збереження та підвищення вартості підприємств. Крім цього, важлива роль інноваційної складової у бізнес-процесах обумовлена глобальною економічною нестабільністю, що посилюється геополітичними кризами, пандемічними викликами та швидкими технологічними змінами. Відповідно, інтеграція інноваційних підходів у стратегію управління бізнесом стає актуальним напрямом для дослідників і практиків.

За даними Global Innovation Index 2023 року, Україна посіла 55 місце серед 132 країн світу, а її індекс становить 32,8. Лідерами в цьому рейтингу стали: Швей-царія, Швеція, США, Велика Британія, Сінга-пур, Фінляндія, Нідерланди, Німеччина, Данія та Республіка Корея. Україна, яка опинилася на 55-й сходинці, покращила свою позицію у 2023 році порівняно з минулим роком, коли займала 57 місце.

Інноваційні проєкти позитивно впливають на зростання активів підприємств, підвищення ефективності капіталовкладень і поліпшення позицій на ринку. Крючкова Н.М. [1] у своїй роботі проаналізувала вплив економічних криз на бізнес, де обґрунтовано, що інновації здатні не лише мінімізувати збитки, але й слугувати драйвером зростання. Орлова Н.І. [2] досліджує інноваційні стратегії у кризових умовах як фактор сталого розвитку бізнесу, що формує необхідність впровадження гнучких моделей управління. Незважаючи на ці позитивні тенденції, вітчизняний бізнес досі відчуває низьку інноваційну активність, що стимулює академічні кола та практиків шукати механізми підвищення ефективності інноваційної діяльності.

Фінансові кризи традиційно супроводжуються падінням ринкової вартості підприємств, зниженням ліквідності та зростанням кредитних ризиків.

Продуктові інновації пов’язані з розробкою та впровадженням нових або модифікованих товарів і послуг, які можуть задовольняти нові або існуючі потреби споживачів. Вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності та розширенню ринкових можливостей підприємства. Продуктові інновації включають створення принципово нових продуктів або значне удосконалення існуючих, що змінюють споживчі властивості та задовольняють потреби ринку.

Процесні інновації стосуються вдосконалення технологій виробництва та організації внутрішніх операцій, у тому числі впровадження нових виробничих методів, автоматизації, підвищення ефективності ресурсів, що дає змогу знижувати собівартість і підвищувати якість продукції. Процесні інновації охоплюють розвиток нових чи вдосконалених методів виробництва, які сприяють підвищенню продуктивності або якості продукту при зниженні витрат.

Маркетингові інновації охоплюють нові підходи до вивчення та завоювання ринку, зміни у дизайні, упаковці, ціноутворенні, просуванні та розповсюдженні продукції, що здійснюють вплив на імідж і привабливість бренду. Маркетингові інновації стосуються нових стратегій просування, цінової політики та каналів збуту, що впроваджуються для посилення позицій на ринку.

Організаційні інновації пов'язані з модифікацією організаційної структури, удосконаленням управлінських процесів, впровадженням нових форм комунікації та механізмів координації діяльності, що забезпечують гнучкість та адаптивність бізнесу. Організаційні інновації спрямовані на оптимізацію структури підприємства, поліпшення внутрішньоорганізаційних комунікацій та управлінських процесів, що дозволяють швидше приймати рішення і адаптуватися до зовнішніх викликів.

Така класифікація дозволяє підприємству комплексно реагувати на швидкі зміни зовнішнього середовища, адаптуватися до нових вимог ринку і технологічних тенденцій, підтримуючи і підвищуючи свою цінність на конкурентному ринку. Отже, поєднання цих типів інновацій формує цілісний механізм підвищення ефективності і вартості бізнесу, особливо в умовах криз та сильної конкуренції.

У цих умовах інновації виступають як фактор підвищення вартості через збільшення продуктивності, оптимізацію витрат, створення нових товарів і послуг. Інновації можуть бути продуктними, процесними, маркетинговими чи організаційними, що дозволяє оперативно реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища. Ефективне управління інноваціями включає розробку стратегії, інвестиційний менеджмент, оцінку ризиків і моніторинг результатів.

Аналітичні дослідження та статистика свідчать, що компанії з розвинутими інноваційними програмами швидше оговтуються після криз, мають вищі темпи зростання активів і власного капіталу [2]. Такі підприємства мають не лише швидший темп відновлення, а й більш динамічне зростання ключових фінансових показників, зокрема активів та власного капіталу. Це пояснюється тим, що інноваційна діяльність сприяє поліпшенню виробничих і управлінських процесів, зниженню операційних витрат і підвищенню якості продуктів, що відновлює або зміцнює конкурентні позиції підприємства. При цьому впровадження інновацій зменшує залежність від традиційних ринкових факторів і дозволяє розширити джерела доходів, що забезпечує більш стабільний грошовий потік навіть у складних економічних умовах.

Тобто, інноваційні програми виступають не лише як фактор технологічного розвитку, але й як ефективний засіб кризового менеджменту та управління вартістю бізнесу.

Варто зазначити, що інновації слугують також інструментом підвищення інвестиційної привабливості, оскільки здатність підприємства до інноваційних змін часто розглядається як ознака перспективності бізнесу для потенційних інвесторів. Стратегічні інновації допомагають розширити ринкові ніші, оптимізувати структуру капіталу і знизити операційні ризики, що сприяє підвищенню загальної вартості.

Водночас, у багатьох підприємств, особливо в Україні, рівень інноваційної активності суттєво нижчий за світовий середній показник, що пов'язано з відсутністю достатнього фінансування, правового захисту, а також кадрового потенціалу. Ці фактори обмежують можливості ефективного управління вартістю бізнесу через інновації в кризових умовах.

Таким чином, інновації у своїй комплексності забезпечують підприємству стратегічну гнучкість, підвищують стійкість до зовнішніх шоків і створюють фундамент для довгострокового зростання. Впровадження продуктних, процесних, маркетингових та організаційних інновацій дозволяє оперативно адаптуватися до змін ринкових умов, що є критично важливим у сучасних умовах швидкоплинних економічних і технологічних трансформацій.

Інновації є незамінним інструментом підтримки вартості бізнесу в умовах фінансових криз. Підкріплені емпіричними даними, інноваційні стратегії підвищують конкурентоспроможність і фінансову стійкість підприємств. Незважаючи на існуючі бар'єри, розвиток інноваційної діяльності має стати пріоритетом для бізнесу і державної політики.

Список використаних джерел

1. Крючкова Н. М. Вплив економічних криз на ефективність українського бізнесу: статистичний аналіз під час рецесій. *Академічні візії*. 2022. №17. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/522

2. Орлова, Н., Винник Т., Побігун, С. Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах кризи: аналіз і практична реалізація в Україні. *Економіка та суспільство.* 2023. №56. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-75