

## ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Е. В. Прушківська, д. е. н., професор, em.prushkovskaya@gmail.com,  
orcid.org/0000-0002-4227-8305, К. О. Авраменко, магістр, carlavramenko470@gmail.com,  
ДВНЗ Національний університет «Запорізька політехніка»*

**Методологія дослідження.** В основу дослідження покладено структурно- функціональний аналіз, який дозволяє реалізувати принцип системності і завдяки цьому прослідкувати процес формування та реалізації інноваційних стратегій розвитку міжнародних компаній. Поряд з цим у процесі дослідження застосовувалися такі методи, як: абстрагування при – з’ясуванні сутності понять «стратегія» та «інноваційна стратегія», типологізації – при виокремленні сучасних інноваційних стратегій розвитку; класифікації – при виявленні чинників впливу на мінливість інноваційної стратегії.

**Результати.** У процесі дослідження узагальнено поняття «стратегія» та «інноваційна стратегія». Проаналізовано переваги та недоліки інноваційних стратегій на прикладі діяльності міжнародних компаній. Класифіковано типи та виокремлено характерні риси сучасних інноваційних стратегій міжнародних компаній. Виявлено, що найбільш дієвою є інноваційна стратегія компаній тоді, коли в процесі її реалізації враховуються внутрішні та зовнішні чинники впливу в певний період. Проаналізовано чинники, які суттєво впливають на формування гнучкості інноваційної стратегії розвитку компанії в умовах глобалізації.

**Новизна.** Обґрунтовано, що процес зародження інноваційної стратегії в умовах глобалізації відбувається шляхом послідовного перетворення «ідеї» на готовий продукт. Продемонстровано, що інноваційна стратегія повинна бути гнучкою, і в умовах ринкових змін має швидко трансформуватися в нову стратегію, яка забезпечує інноваційний розвиток компанії.

**Практична значущість.** Досвід міжнародних компаній, які є лідерами інноваційного розвитку свідчить про необхідність застосування інноваційної стратегії, оскільки це є запорукою тривалого успіху компанії та засобом забезпечення її конкурентної стійкості й конкурентоспроможності в умовах глобалізаційних викликів.

**Ключові слова:** глобалізація, стратегія, інновації, науково-технічний прогрес, інноваційна стратегія, міжнародні компанії, діяльність, інтеграція, конкурентоспроможність.

**Постановка проблеми.** В останні десятиліття ХХ і на початку ХХІ століть світ економіки зазнав суттєвих темпів у розвитку глобалізації. Цей процес світової економіки передбачає збільшення взаємодії національних економік усього світу та зумовлений швидким зростанням міграції послуг, товарів, капіталу та технологій через кордони. Глобалізація бізнесу зосереджена більше навколо врегулювання міжнародних тарифів й торгівлі, податків та інших перешкод які виникають у глобальній торгівлі.

Значних змін від впливу глобалізації зазнають у своїй діяльності транснаціональні корпорації (ТНК). Це було спричинено тим, що міжнародні ринки почали розширювати свої кордони, конкуренція між компаніями стала вимагати більш креативного підходу до вирішення тих чи інших питань, розвиток науково-технічного потенціалу країн дав поштовх для змін в управлінні міжнародними компаніями. Тому старі стратегії виходу на ринки, такі як: експорт, міжнародне ліцензування, міжнародний франчайзинг, прями

зарубіжні інвестиції та ін., які мали широке використання для успішного функціонування ТНК на міжнародному ринку нині підлягають масштабній трансформації.

Реалії економічного буття свідчать, що міжнародна компанія буде успішно розвиватися лише в тому випадку, якщо процес її розвитку буде супроводжуватися взаємним використанням базових економічних інструментів, та розвитком сучасних інноваційних стратегій. Які дозволять швидко реагувати на економічні зміни в країнах, та підлаштовувати виробництво під певне середовище й споживача, з найменшими економічними втратами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Перехід до інноваційного розвитку компаній було зумовлено низкою чинників, які потребували чіткого розуміння та деталізації.

Для того щоб дослідити проблеми розвитку інноваційних стратегій міжнародних компаній в умовах глобалізації було покладено багато зусиль як зарубіжних так і українських вчених. Що підтверджує значимість та актуальність даної теми.

Серед відомих зарубіжних вчених, які зробили вагомий внесок у дослідження цього питання є: М. Портер[1], А. Баркер[2], Й. Шумпетер [3] та інші. Ці вчені провели аналіз сучасних стратегій і моделей інноваційної діяльності ТНК, а також виокремили практичні і теоретичні проблеми в управлінні процесами розробки та реалізації науково-технічних ідей.

Серед українських вчених значний внесок у дослідження процесів формування та функціонування інноваційних стратегій зробили: В. В. Чубай [4], О. Кузьмін[5], Н. Краснокутська[6]. Вчені акцентують увагу на безперечному взаємозв'язку між міжнародною конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю суб'єктів глобального бізнесу.

Незважаючи на значну кількість наукових праць, як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, необхідно деталізувати і узагальнити певні розбіжності розуміння та трактування стратегії інноваційної діяльності компанії, а також провести узагальнюючі підсумки, щодо ефективності застосування інноваційних стратегій для розвитку міжнародних компаній в умовах глобалізації.

**Формулювання мети статті.** Метою статті є виявлення впливу інноваційних стратегій на розвиток міжнародних компаній задля ефективного їх розвитку на міжнародному ринку в умовах глобалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інноваційні стратегії є важливою економічною умовою взаємодії між сучасним виробником та споживачем. Перехід до інноваційного розвитку міжнародних компаній повинен бути одним з основних напрямків в міжнародній діяльності. В умовах зростаючої конкуренції між компаніями, інноваційна діяльність дедалі більше визначає успіх нових ідей і організаційних рішень, які допомагають компаніям вийти з кризових ситуацій і гарантують їм фінансову стабільність [7, с.1]. Вміння швидко підлаштовуватися під смаки споживачів та розвиток науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), дозволяє компаніям виборювати лідерські позиції на ринку за рахунок створення «цінності» певного товару для покупця з орієнтиром на майбутнє.

Економічний механізм який формується в умовах переходу на інноваційний шлях, охоплює різні аспекти економічних відносин, а саме: (виробничі, соціальні, підприємницькі, науково-технічні). В результаті це дозволяє виробляти нові інноваційні продукти та технології з належною сертифікацією і стандартизацією як на зовнішньому так і на внутрішньому ринках.

На сучасному етапі глобалізаційні процеси посилюють інноваційний розвиток бізнесових структур, які в свою чергу призводять до змін в інноваційних системах країн. Проявом цього є те, що змінюється структура національної економіки, з одного боку, а з іншого, відбуваються суттєві зміни у інтеграції національних та світових компаній. Інтегратором цих процесів є транснаціональні корпорації, які успішно закріплюються та розвиваються на міжнародному рівні вдало витримуючи конкуренцію з боку інших схожих компаній.

Задля розуміння переваги та недоліків застосування інноваційних стратегій, доцільно з'ясувати категоріальний дослідницький апарат. Ключовою категорією у цьому

контексті є «стратегія». У таблиці 1 виокремлено сутність цієї категорії з точки зору зарубіжних та українських вчених (табл. 1).

Проаналізувавши думки вчених щодо визначення цієї категорії, узагальнимо, що *стратегія* – це загальний та довгостроковий

план, комплекс взаємопов'язаних дій, методів та цілей, які призводять до отримання певного результату в розвитку бізнесу, задля забезпечення прибутковості й укріплення позицій на внутрішньому та зовнішньому економічному ринках.

Таблиця 1

## Визначення поняття стратегії різними вченими

Вчений	Визначення поняття стратегія
Визначення іноземних вчених	
Ф. Хедоурі	<b>Стратегія</b> – це детальний план який всебічно розкриває зміст поставленої мети, призначений для того, щоб забезпечити досягнення цілей компанії, і здійснення її місії.
М. Портер	<b>Стратегія</b> - це засіб реакції на зовнішні можливості, а також внутрішні сильні і слабкі сторони компанії, які виникають при реалізації ідеї.
А. Чандлер	<b>Стратегія</b> - це метод встановлення довгострокових цілей компанії, її програми, дій та напрямків розміщення ресурсів.
Визначення вітчизняних вчених	
Єршова Р. А.	<b>Стратегія</b> – це здатність компанії розробляти ефективні засоби використання виробничого, кадрового і фінансового потенціалів, задля підвищення попиту на продукцію.
Вербицький І. С.	<b>Стратегія</b> – це посилення ролі економічних регіонів, для вдосконалення робочих кадрів задля економічного та соціального розвитку компанії на міжнародному ринку.
Пічурін І. І.	<b>Стратегія</b> - це реальна здатність компанії, за наявності у неї можливостей виготовляти, проектувати, та збувати товари або послуги, які за своїми ціновими та якісними характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

Джерело: складено та узагальнено автором за [8]

В сучасних умовах розвитку та поширення процесів науково-технічного прогресу, будь-які стратегічні кроки компанії мають ґрунтуватися на нововведеннях, а діяльність повинна мати інноваційний характер.

В нашому розумінні *інноваційна стратегія* – це один із засобів досягнення цілей компанією, яка відрізняється своєю новизною та неординарними рішеннями, для ринку, споживачів, конкурентів тощо, в умовах глобалізаційних процесів.

В умовах зростаючої конкуренції відбувається процес зародження інноваційної стратегії шляхом послідовного перетворення

«ідеї» на готовий продукт. Цей процес проходить декілька взаємопов'язаних етапів, які складають стратегію виходу нового товару на ринок, а саме: фундаментальні та прикладні дослідження, конструкторські розробки, маркетинг, виробництво і збут. Всі ці кроки складаються у послідовний алгоритм, який має назву – *інноваційний процес*.

Зауважимо, що інноваційна стратегія повинна бути гнучкою, і в разі ринкових змін вона швидко трансформується в іншу стратегію. Чинники, що суттєво впливають на формування гнучкості будь-якої стратегії представлено та узагальнено на (рис.1). [9, с.108]

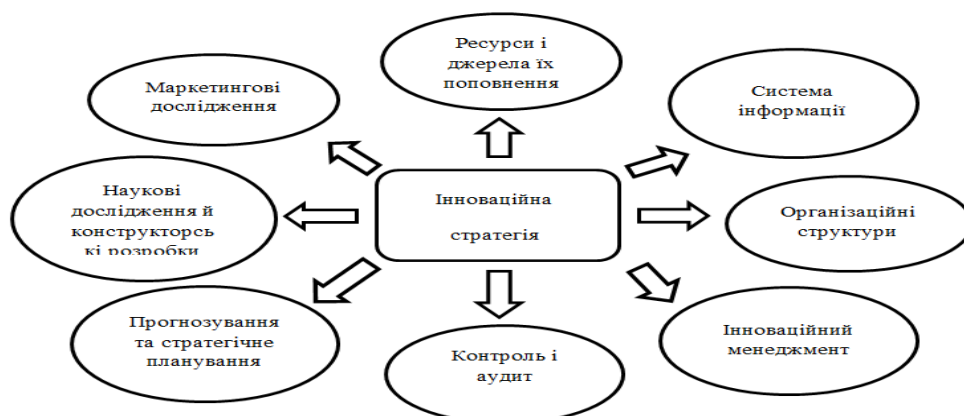


Рис.1. Забезпечення інноваційної стратегії [9, с.108]

Із вище зазначеного слідує, що процес створення та розробки інноваційної стратегії залежить від багатьох чинників. Це в свою чергу викликає двобічний процес. Який проявляється в тому, що інноваційні стратегії, з одного боку, створюють низку проблем в управлінні організацією, з іншого є ефективним управлінським інструментом.

На основі узагальнення досліджень вчених щодо інноваційних стратегій виокремимо риси ефективності та проблемності інноваційних стратегій.

Ефективність інноваційних стратегій:

- прискорюють ефективний розвиток організації в умовах ринку;
- забезпечують переваги в конкурентній боротьбі на основі технологій, якості продукції, послуг;
- сприяють лідерству в цінах;
- створюють основу для визнання компанії в суспільстві;
- визначають стійку позицію на світовому ринку, завдяки набору основних товарних ліній.

Проблемність інноваційних стратегій:

- підвищений рівень невизначеності кінцевих результатів;

– реалізація будь-якої інноваційної стратегії потребує внутрішньо-організаційної перебудови компанії;

– високі інвестиційні ризики довгострокових проектів, що потребують пошуку більш ризикованих інверторів.

Тобто, як будь-який економічний процес, інноваційна стратегія, може призводити як до ефективних, так і до проблемних дій у компанії.

Американський дослідник Греєм Морбі [10, с. 20–24] стверджує, що перехід до інноваційної моделі розвитку міжнародних компаній у глобалізованому світі буде успішним тоді коли будуть враховані всі критерії ефективності та проблемності. Поділяємо точку зору вченого, який стверджує, що прибутковість міжнародного бізнесу залежить перш за все від забезпечення ефективного використання НДДКР як основи інновацій, а не від абсолютних витрат на них.

Базуючись на наукові праці вченого К. Фрімена та аналітичні дослідження глобальної конкурентоспроможності[11], виділимо сім основних типів інноваційних стратегій [12, с. 330–348], які детально описано в (табл. 2):

Таблиця 2

Сучасні інноваційні стратегії міжнародних компаній

Тип стратегії	Характерні риси інноваційної стратегії	Приклад застосування	Зміст інноваційної стратегії
1. Традиційна	фактична відсутність будь-яких радикальних технологічних змін у компанії	ресторанний або готельний бізнес, автосервіс, будівельна індустрія	форма та якість продукції буде постійно удосконалюватися попри задоволення попиту на поточній технологічній базі
2. Залежна	залежність від політики компаній, які займають позицію «материнських»	субпідрядні компанії будівельного бізнесу та агросектору	компанії самостійно забезпечують високу якість роботи та гнучкість в пристосуванні до нових ринків збуту та технологій не здійснюючи певного інноваційного пошуку
3. Змішана	здійснюється на основі двох комплексних факторів: інноваційних можливостей та інноваційних цілей	використовується холдинговими компаніями	застосовується для компаній, які працюють у різних сферах бізнесу і на різних ринках. Кожна обирає свою стратегію, що підлаштовується під конкретного споживача та сферу діяльності
4. Опортуністична	відсутність у компанії власної науково-технічної діяльності	легка та харчова промисловості, ресторанний, туристичний бізнес, автоперевезення, роздрібна торгівля	орієнтація на продукт – лідер на ринку, що при цьому не потребує високих витрат на НДДКР

5. Оборонна	оптимізація у виробничому процесі співвідношення «витрати-випуск»	машинобудівна та автомобілебудівна галузі, харчова індустрія	концепція полягає в утриманні конкурентних позицій на існуючих ринках, при цьому не претендуючи на домінування
6. Імітаційна	пов'язано із копіюванням технології виробництва продукції компаній-новаторів, які є лідерами на ринку	харчова та легка промисловості, виробництво фармацевтичної продукції та побутової техніки.	реалізація продукції компаніями, які не є новаторами у випуску на ринок певних нововведень, вони долучаються до їх виробництва шляхом придбання ліцензій у підприємств-лідерів
7. Наступальна	створення і впровадження нових продуктів, та можливостей на ринку, за рахунок найвищого рівня інноваційного процесу	великі і малі інноваційні компанії, автомобілебудування, ІТ-сфера, при виробництві програмного забезпечення, ноутбуків, мобільних телефонів	стратегія є можливістю для оптимального поєднання дешевих ресурсів та технологічності виробництва для підприємств імітаторів

Джерело: складено та узагальнено автором за [12]

Особливістю сучасного етапу є те, що зростає кількість компаній, які намагаються перетворити інновації на системний організаційний процес. Керівники цих інноваційних компаній переглядають кожен етап процесу реалізації нових ідей та забезпечують швидку інвестиційну віддачу, і водночас прискорюють зростання прибутку, а саму поведінку стає стійкою, що і дозволяє реалізувати стратегію інноваційного розвитку. Найвідомішими компаніями, які запроваджують інновації, є: Apple, Google, Toyota Motor Corporation, Microsoft Corporation [13, с.21].

Аналізуючи і сучасні інноваційні стратегії, їх характерні риси та приклади застосування, можна відслідкувати як НДДКР суттєво впливає на вибір та побудову схеми розвитку інноваційної діяльності будь-якої компанії.

Всі стратегії ТНК спрямовані переважно на вдосконалення та розвиток власних конкурентних переваг. З урахуванням зростаючої конкуренції на міжнародному ринку інноваційні рішення є одним із найбільш успішних способів підтримки конкурентоспроможності компанії. Передусім на розроблення стратегій впливає як зовнішнє так і внутрішнє конкурентне середовище, в якому діє компанія. У випадку ТНК це середовище трансформується в глобальне і має складну структуру.

Міжнародні компанії які інвестують переважно в свій інноваційний розвиток будуть

мати провідне місце в світі завжди, бо глобалізація захоплює всі верстви споживачів, а це в свою чергу призводить до виникнення однотипних компаній які прагнуть на готових результатах своїх попередників побудувати власний бізнес. Тому важливо не стояти на місці, а розвиватися саме в напрямку інноваційних технологій, і залучати до співпраці нових партнерів, кваліфікованих кадрів, що прагнуть рухатися вперед.

Доказом цієї теорії є найвідоміші міжнародні компанії, які перш за все інвестують у відкриті інновації, що дають змогу успішно конкурувати з аналогічними світовими компаніями. Розглянемо 6 найбільш компаній які найбільше інвестують в інноваційні проекти за версією журналу Forbes (рис.2).

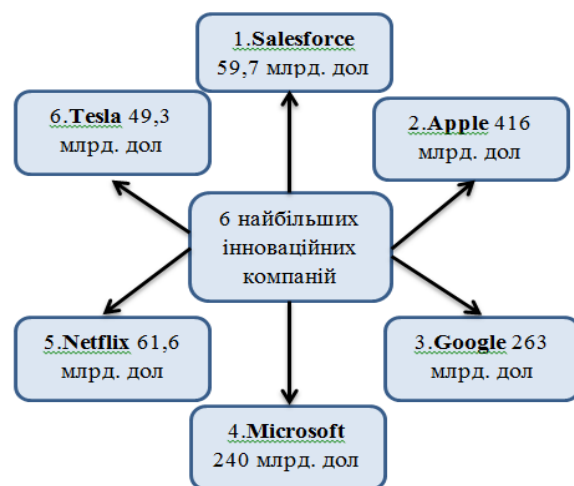


Рис.2. Найбільш інноваційні компанії світу за 2018 рік [14,15]

Представлені компанії [14,15] успішно використовують наведені інноваційні стратегії, що дає їм можливість невпинно розвивати свій продукт та успішно конкурувати на світовій економічній арені. Ринкова капіталізація представлених міжнародних компаній дає змогу з економічної точки зору оцінити ефективність використання інноваційних стратегій порівняно із базовими стратегіями, які використовувалися до початку розвитку світової глобалізації.

Слід узагальнити, що за сучасних умов розвитку світового бізнесу, коли в пріоритеті є якість продукції, її неординарність, простота та корисність у використанні, а також ціна, саме інноваційні стратегії у взаємодії з науково-технічним прогресом дозволяють отримати необхідний результат, з найменшими витратами на виготовлення та з максимальною орієнтацією на споживача.

**Висновки.** Дослідження теоретичних поглядів відомих вчених економістів дало можливість узагальнити поняття «стратегія» та «інноваційна стратегія». Аналізуючи всі переваги та недоліки інноваційних стратегій, базуючись на аналітичні дані та практичну діяльність відомих міжнародних компаній, дозволило нам відслідкувати як працюють інноваційні стратегії та технології в умовах сучасної глобалізації. Про доцільність їх впровадження свідчить також той факт, що вартість акцій інноваційних компаній зростає з кожним днем, а отже і прибуток компанії буде постійно зростати.

Теоретичні дослідження про типи інноваційних стратегій дозволять вирішити стратегічне питання, а саме: який тип інноваційної стратегії необхідний для компанії з урахуванням внутрішнього та зовнішнього середовища. Обґрунтована та зважена інноваційна стратегія з адекватним змістом, як певний стратегічний портфель, забезпечить інноваційний процес розвитку продукції під час виробництва на всіх її етапах, що є запорукою тривалого успіху будь-якої компанії. Інноваційні стратегії без сумніву є засобом забезпечення конкурентної стійкості та конкурентоспроможності будь-якої компанії, а відповідно і усієї національної економіки.

### Література

1. Портер М. Конкуренція ; [пер. с англ.] / М. Портер. – М. : ИД «Вильямс», 2005. – 608 с

2. Баркер А. Алхимия инноваций / Алан Баркер ; [Пер. с англ. А. Р. Ханукаева]. – М. : Вершина, 2004. – С. 13.

3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

4. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств / В. М. Чубай // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – Т. 2. – 2010. – № 1 (3). – С. 347–356.

5. Кузьмін Олег Євгенович. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. / О. С. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. П. Романко: моногр. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. – 198 с.

6. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент / Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.

7. Івашенко О. В. Інноваційні стратегії та економічний розвиток / О. В. Івашенко, Є. В. Єжаченко // Донбас, Запорізька державна інженерна академія. – 2013. – С. 1–3.

8. Берданова О. Стратегічне планування місцевого розвитку / О. Берданова, В. Вакуленко // Практичний посібник; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні». Київ: ТОВ «Софія-А», 2012. – 88 с.

9. Рахімова С. А. Реализация инновационных проектов посредством формирования инновационной политики развитых и быстроразвивающихся стран. Научное обозрение / С. А. Рахімова // Экономические науки. – 2017. – № 2. – С. 108–117.

10. Morbey G. K. R & D. Expenditures and Profit Growth // Research-Technology Management, 1989, Vol. 32, № 3, May-June. – pp. 20–23.

11. 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.

12. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports/the-globalcompetitiveness-report-2016-2017>.

13. Лазарева Є. Дослідження закономірностей інноваційних перетворень у регіональній економіці / Є. Лазарева // Економіст. – 2009. – № 9. – С. 35–37.

14. ТОП-10 найбільш інноваційних компаній від Forbes 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/news/20175360-top-10-najbilsh-innovacijnih-kompanij-vid-forbes>

15. Топ-20 найбільших компаній світу 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/top-20-largest-companies-in-the-world/>.

### References

1. Porter, M. (2005). Konkurenciya. (Trans.). Moskva: Publishing House «Williams».

2. Barker, A. (2004). Alkhimiya innovatsiy. (A.R. Khanukaev, Trans.). Moskva: Vershina.

3. Schumpeter, Y. (1982). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Moskva: Progress.

4. Chubay, V.M. (2010). Sut i vydy innovatiynykh stratehiy mashynobudivnykh pidpriemstv. Biuleten Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu, T.2, 1(3), 347-356.

5. Kuzmin, O.Ye., Melnik, O.H., & Romanko, O.P. (2011). Konkurentospromozhnist pidpriemstva: planuvannya ta diahnostryka. Ivano-Frankivsk: IFNTUNH.
6. Krasnokutska, N.V. (2003). Innovatsiynyy menedzhment. Kyiv: KNEU.
7. Ivaschenko, O.V., & Yezhachenko, Ye.V. (2013). Innovatyni stratehii ta ekonomichnyy rozvytok. Donbas, Zaporizka derzhavna inzhenerna akademiya, 1-3.
8. Berdanova, O., & Vakulenko, V. (2012). Stratehichne planuvannya mistsevoho rozvytku. Shveytsarsko-ukrainskyy projekt «Pidtrymka detsentralizatsii v Ukraini». Kyiv: TOV «Sofia-A».
9. Rakhimova, S.A. (2017). Realizatsiya innovatsionnykh proektov posredstvom formirovaniya innovatsionnoy politiki rozvytkh i bystrorazvivayushchikhsya stran. Nauchnoe obozrenie. Ekonomicheskie nauki, (2), 108-117.
10. Morbey, G.K. R & D. (1989). Expenditures and Profit Growth // Research-Technology Management, Vol. 32, № 3, May-June. pp. 20-23.
11. Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G. & Soete. L. (1988). Technical Change and Economic Theory, in G. Dosi «Japan: A New National System of Innovation», Pinter, P. 330-348.
12. The Global Competitiveness Report 2016–2017 Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-globalcompetitiveness-report-2016-2017>.
13. Lazarieva, Ye. (2009). Doslidzhennia zakonominostey innovatsiynnykh peretvoren u rehionalniy ekonomitsi. Ekonomist, (9), 35-37.
14. TOP-10 naybilsh innovatsiynnykh kompaniy vid Forbes 2017. Retrieved from <https://mind.ua/news/20175360-top-10-najbilsh-innovacijnih-kompanij-vid-forbes>.
15. TOP-20 naybilshykh kompaniy svitu 2019. Retrieved from <https://marketer.ua/ua/top-20-largest-companies-in-the-world/>.

## ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Э. В. Прушковская, д. э. н., профессор, К. А. Авраменко, магистр,  
ГВУЗ Национальный университет «Запорожская политехника»*

**Методология исследования.** В основу исследования положен структурно-функциональный анализ, который позволяет реализовать принцип системности и благодаря этому проследить процесс формирования и реализации инновационных стратегий развития международных компаний. Наряду с этим в процессе исследования применялись такие методы, как: абстрагирование – при выяснении сущности понятий «стратегия» и «инновационная стратегия», типологизации – при выделении современных инновационных стратегий развития; классификации – при выявлении факторов влияния на изменчивость инновационной стратегии.

**Результаты.** В процессе исследования обобщены понятия «стратегия» и «инновационная стратегия». Проанализированы преимущества и недостатки инновационных стратегий на примере международных компаний. Классифицированы типы и выделены характерные черты современных инновационных стратегий международных компаний. Выявлено, что наиболее действенной является инновационная стратегия компаний тогда, когда в процессе ее реализации учитываются внутренние и внешние факторы влияния в определенный период. Проанализированы факторы, которые существенно влияют на формирование гибкости инновационной стратегии развития компании в условиях глобализации.

**Новизна.** Обосновано, что процесс зарождения инновационной стратегии в условиях глобализации происходит путем последовательного преобразования «идеи» на готовый продукт. Продемонстрировано, что инновационная стратегия должна быть гибкой, и в условиях рыночных изменений должна быстро трансформироваться в новую стратегию, которая обеспечивает инновационное развитие компании.

**Практическая значимость.** Опыт международных компаний, которые являются лидерами инновационного развития, свидетельствует о необходимости применения инновационной стратегии, поскольку это является залогом длительного успеха компании и средством обеспечения ее конкурентной устойчивости и конкурентоспособности в условиях глобализационных вызовов.

**Ключевые слова:** глобализация, стратегия, инновации, научно-технический прогресс, инновационная стратегия, международные компании, деятельность, интеграция, конкурентоспособность.



## INNOVATIVE STRATEGIES FOR DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL COMPANIES IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

*E. V. Prushkivska, D.E., Professor, K. O. Avramenko, master,  
SHEI National University «Zaporizhzhya Polytechnic»*

**Methods.** The study is based on structural and functional analysis, which allows to implement the principle of systematization and thus to follow the process of formation and implementation of innovative development strategies of international companies. In addition, in the research process we used such methods as: abstraction – in clarifying the essence of the concepts of «strategy» and «innovation strategy», typology– in identifying modern innovative development strategies; classification – in identifying factors influencing the variability of innovation strategy.

**Results.** In the process of research, the concepts of «strategy» and «innovation strategy» are generalized. The advantages and disadvantages of innovation strategies are analyzed on the example of international companies. The types and characteristic features of modern innovation strategies of international companies are classified. It is revealed that the most effective is the innovative strategy of companies when internal and external factors of influence in a certain period are taken into account in the process of its implementation. The factors that significantly influence the formation of flexibility of the company's innovation development strategy in the context of globalization are analyzed.

**Novelty.** It is substantiated that the process of generating an innovation strategy in the context of globalization occurs through the consistent transformation of the “idea” into a finished product. It is demonstrated that the innovation strategy must be flexible, and in the face of market changes must be quickly transformed into a new strategy that ensures the innovative development of the company.

**Practical value.** The experience of international companies that are leaders in innovative development shows the need to apply an innovative strategy, as it is the key to long-term success of the company and a means of ensuring its competitiveness in the face of global challenges.

**Keywords:** globalization, strategy, innovations, scientific and technical progress, innovation strategy, international companies, activity, integration, competitiveness.

*Надійшла до редакції 25.08.20 р.*