

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВАРМІНСЬКО-МАЗУРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ПОЛЬЩА)
УНІВЕРСИТЕТ ВИЩА ШКОЛА БІЗНЕСУ (ПОЛЬЩА)
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ В БРАТИСЛАВІ (СЛОВАЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ГЕНУЇ (ІТАЛІЯ)
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ДВНАДЦЯТОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-
ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(8 вересня 2023 р.)

*Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької
діяльності*
Одеса-ОНЕУ
2023

УДК 334.716 (043.2)
Е 40

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції

Укладачі:

Грінченко Р.В. – доктор економічних наук, доцент;
Кошельок Г.В. - доктор економічних наук, доцент.

Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали дванадцятої міжнар. наук.-практ. конф., 8 вересня 2023 р. Одеса: ОНЕУ, 2023. 671 с., ілл.

Для здобувачів економічних спеціальностей, викладачів, аспірантів і докторантів вищих навчальних закладів, підприємців і працівників управлінської діяльності підприємств та організацій.

© Одеський національний економічний університет, 2023

Мироненко М.А. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	245
Мирошниченко В.О. СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ ОПОРНИХ ШКІЛ В УКРАЇНІ	247
Мініна О.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	249
Мохненко А.С., Антонов Р.А., Чмут О.О. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	251
Остапчук С.М. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	253
Павліщук О.П. УПРАВЛІНСЬКІ ПРОЦЕСИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ	255
Паламарчук В.А. ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО СТІЙКОГО РОЗВИТКУ	257
Перегуда Ю.А. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ У ТВАРИННИЦТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ	259
Погріщук Б.В., Трачук О.І. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	261
Самофатова В.А., Драган Д.О. ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ	263
Самофатова В.А., Кобиляцька К.В. КОНЦЕПЦІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	265
Танасюк І.М. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ	267
Тарасова К.І. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	269
Череп А.В., Воронкова В.Г. ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕФЕКТИВНЕ ДЖЕРЕЛО КОШТІВ ТА РАЦІОНАЛЬНИЙ ЇХ РОЗПОДІЛ З МЕТОЮ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	271
Чукаєва І.К. ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ НАФТОПЕРЕРОБНИХ ЗАВОДІВ УКРАЇНИ	273
Шумкова О.В., Крилов С.І. МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПРИНЦИПИ ТА ФУНКЦІЇ	275
Шумкова О.В., Поберезький Ю.Ю. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	277
Шумкова В.І., Подлесний О.Ю. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	279
Яцун А.Г., Вдовенко Н.М. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ РАВЛИКІВНИЦТВА В УКРАЇНІ	281

Мохненко А.С.

д.е.н., професор

Антонов Р.А.

аспірант

Чмут О. О.

аспірант

Херсонський державний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах прискореної інтеграції України до Європейського союзу, сучасні економічні тенденції демонструють об'єктивну необхідність формування інноваційної стратегії розвитку підприємства, як основи його виживання у глобальному конкурентному середовищі.

"Інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін у економічній ситуації, пошук нових масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства. За своїм змістом інноваційна стратегія враховує основні базисні процеси в організації і в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу підприємства " [1, С. 31].

В сучасних економічних умовах перед підприємством постає проблема успішного впровадження інноваційних розробок для забезпечення його конкурентоспроможності. Вказану проблему вирішує інноваційна стратегія підприємства, тому що вона орієнтована на потреби сучасного ринку.

Розробка інноваційної стратегії підприємства передбачає наступні етапи:

- прийняття стратегічних завдань, аналіз альтернатив;
- оцінку можливостей та ресурсів для їх використання;
- підготовку конкретних програм, бюджетів, проектів;
- оцінку слабких та сильних сторін діяльності підприємств з урахуванням обраних цілей.

Розробка ефективної інноваційної стратегії підприємства починається з визначення, місця підприємства на ринку, в результаті впровадження інновацій, а саме з формування цілей та місії.

Успішна інноваційна стратегія підприємства:

- забезпечувати захист підприємства від зовнішніх загроз;
- має використовувати інноваційний перспективи та потенціал, що відповідають можливостям підприємства;
- створювати конкурентні переваги підприємства на ринку.

Розробка та впровадження інноваційної стратегії підприємства залежить від багатьох аспектів, варто відзначити, що розробляючи інноваційну стратегію підприємства, керівники повинні враховувати, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку підприємства.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства орієнтується на створення та впровадження новаторських ідей, продуктів, процесів та послуг, які

дозволяють підприємству зберігати конкурентну перевагу і досягати успіху на ринку. Ключові елементи стратегії інноваційного розвитку підприємства:

1. Зосередженість на дослідженнях і розробках: Підприємство повинно виділити достатні ресурси на проведення досліджень і розробок нових ідей, технологій та продуктів. Це може включати створення дослідницького відділу або співпрацю з науково-дослідними установами та університетами.

2. Сприяння творчості та інноваційності: Налагодження стимулюючої корпоративної культури, яка сприяє творчому мисленню, генерації ідей та експериментам. Залучення всього колективу підприємства до процесу інновацій шляхом створення платформ для обміну ідеями та впровадження внутрішнього підприємництва.

3. Партнерства та співпраця: Співпраця зі сторонніми організаціями, включаючи університети, дослідницькі лабораторії, стартапи та інші підприємства. Це дозволяє отримати доступ до нових ідей, експертизи та ресурсів, які можуть підтримати інноваційні проекти.

4. Фокус на клієнтів: Враховування потреб та вимог клієнтів при розробці інноваційних продуктів та послуг. Активне слухання клієнтів, збирання фідбеку та взаємодія з ними допомагають розуміти їх потреби та пропозиції щодо поліпшень.

5. Управління інноваціями: Розробка системи управління інноваціями, яка включає процеси відбору, оцінки, розробки та впровадження інноваційних проектів. Використання методологій, таких як дизайн-мислення, Lean Startup, Agile, допомагають забезпечити успішне впровадження інновацій.

6. Постійний моніторинг та адаптація: Регулярний аналіз результатів інноваційних проектів, виявлення успішних і невдалих ініціатив. На основі зібраної інформації вносяться корективи до стратегії та планів розвитку.

Важливо враховувати, що стратегія інноваційного розвитку повинна бути гнучкою і адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та ринкових умовах. Постійна інноваційна діяльність дозволить підприємству забезпечувати стале зростання і залишатися конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Березовська Л.О. Інноваційне підприємство: Навч. посібник. К.: НУБіП, 2020. 135 с.

2. Мохненко А.С. Стратегія розвитку регіонального газотранспортного підприємства / А.Мохненко, К.Мельникова, О.Федорчук. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки"*. Херсон, 2018. № 32. С. 91-94.

3. Мохненко А.С. Organizational and economic mechanism for the development of an enterprise in the IT-sphere / А.С. Мохненко, О.О. Чмут, А.А. Романов // Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів: міжнар. наук.-прак. конф. (м. Івано-Франківськ, 03-04 листопада 2022 р.). Івано-Франківськ, 2022. С. 281-282.