

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**ІV ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**20 – 21 жовтня 2022 р.  
м. Одеса**

УДК: [316.334.2:330.3]:316.64-053.6(477)

Актуальні аспекти соціально-економічного розвитку України: погляд молоді. Матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції 20-21 жовтня 2022 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2022. – 147 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України з погляду молодих вчених. Були дослідженні теоретичні аспекти та запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Іванченкова Л.В. - д-р екон. наук, професор, в.о. директора ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д., – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

## ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Кульбаченко В. здобувач СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Хромов І.О.  
Одеський національний технологічний університет

Роль та значення інновацій є беззаперечним фактором сучасних умов діяльності та розвитку будь-якого підприємства чи організації і зумовлюється наявністю багатьох складових. В умовах глобалізації, високого рівня конкуренції, постійних змін, великих обсягів інформації, зростання складності бізнесу, а також за умови скорочення життєвого циклу інноваційних товарів, скорочується час для отримання надприбутків, що в свою чергу робить актуальним в сфері управління підприємства розробку та реалізацію інноваційних стратегічних заходів для подолання цих проблем і досягнення стратегічних цілей бізнесу.

Інноваційну стратегію розвитку підприємства можна охарактеризувати як систему рішень (організаційних, інноваційних та управлінських), які покликані здійснювати реалізацію набору заходів по вирішенню завдань і досягненню цілей. Таким чином, інноваційна стратегія покликана забезпечити формування та формалізацію цілого ряду заходів, які дозволять у майбутньому структурі управління змінити своє положення, тобто розробити тактичні заходи, що будуть складовими у досягненні стратегічної цілі. Підтримуємо положення, що інноваційна стратегія розвитку – це є узагальнююча модель дій, що необхідні для досягнення поставлених цілей організації на основі обраних критеріїв (показників). Основу вироблення інноваційної стратегії становлять цілі компанії, масштаб і характер діяльності, життєвий цикл інновації, рівень інноваційного розвитку організації і здійснювана науково-технічна політика. Готовність підприємства впроваджувати інноваційні стратегії забезпечує появу складних умов для проектного, фірмового і корпоративного управління.

Стратегія лідерства відповідає високому рівню інноваційного розвитку організації. При реалізації цієї стратегії підприємство повинно продовжувати рухатися відповідно до поставленої мети, оскільки ні інноваційний потенціал, ні інноваційний клімат не викликають зараз будь-яких побоювань. Стратегія лідерства є найкращою в ситуації високого рівня інноваційного розвитку.

При стратегії посилення підприємству необхідно зміцнювати інноваційний потенціал в умовах сприятливого клімату. Посилення інноваційного потенціалу може відбуватися за рахунок підвищення його складових. Фінансову складову інноваційного потенціалу можна підвищити за рахунок залучення додаткових інвестицій, які в умовах сприятливого клімату стануть доступніші. Крім того, доцільне вдосконалення політики ціноутворення, підвищення якості продукції, вдосконалення технології. Стратегія радикальних перетворень характеризується низьким рівнем інноваційного потенціалу і несприятливим або середнім показником інноваційного клімату

## Література

1. Гаврилко П. Теоретичні засади та механізм формування стратегії інноваційного розвитку підприємств. Світ фінансів. 2018, № 1. С. 44-50.
2. Мельник Ю. М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. Економіка харчової промисловості. 2019, Вип. 4. С. 67-72.
3. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Економічний нобелівський вісник. 2020, № 1 (8). С. 79-85.
4. Семенюк О. М. Вибір та обґрунтування інноваційних стратегій підприємств. Наук. вісник Ужгород. ун-ту. 2021, Вип. 3(40). С. 80-83.

## ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК НАПРЯМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Молодід А., здобувач СВО «Магістр» ф-ту ММтаПА  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Хромов І.О.  
Одеський національний технологічний університет

У вітчизняній практиці застосування стратегічного підходу до управління підприємством залишається обмеженим. Головними причинами такого становища є недостатнє висвітлення методичних проблем у сфері стратегічного управління; не систематизований належним чином порядок прийняття й реалізації стратегічних рішень; відсутність налагоджених та перевірених інструментів розробки і реалізації стратегії; неспроможність ув'язати стратегічний рівень управління підприємством з операційним, тобто довести стратегію до певного виконавця; помилкове очікування керівниками підприємства миттєвого результату [1].

Диверсифікація як напрям стратегічного розвитку підприємства є темою великої кількості потужних досліджень науковців: з І. Ансоффа [3], який запропонував перші теоретичні уявлення про диверсифікацію, до М. Портера, що саме ввів термін «диверсифікація» до активного наукового вживання. Диверсифікація частіше за все поділяється вченими-економістами на два типи: пов'язана і непов'язана. Пов'язана диверсифікація є новою областю діяльності підприємства, пов'язаною з вже наявними областями бізнесу (наприклад, у виробництві, маркетингу, матеріальному постачанні або технології), цей тип диверсифікації відбувається частіше всього на ринках, де існує сильна конкуренція [2].

З позицій стратегічного менеджменту ключовими особливостями стратегії диверсифікації є ступінь залучення підприємства у види діяльності, що характеризуються різними компетенціями та ступеню збігу нових видів діяльності із старими видами. Ці дві особливості є основою класифікації стратегій диверсифікації, запропонованої Л. Ригли і Р. Румельтом. Перша характеристика вимірюється через норму спеціалізації (SR): відношення обсягу