

зазначити, що основною проблемою в формуванні та запровадженні інноваційних стратегій розвитку вітчизняними суб'єктами бізнесу є не тільки традиційна проблема нестачі фінансових ресурсів та перешкод, створюваних державними інституціями, але й специфіка неефективного стратегічного менеджменту на рівні самих суб'єктів бізнесу. Саме він має визначати вектор інноваційного розвитку та пропонувати загальну програму дій стосовно інвестицій в інновації по всіх ланках формування споживної вартості продуктів кожного виду його бізнес-діяльності.

Результатами реалізації інноваційних стратегій розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації мають стати його високі науково-технічні досягнення, зростання ефективності виробництва, а отже масштабування бізнесу, якісне покращення ресурсозбереження й загальна екологізація функціонування.

1. Прушківська Е. В., Авраменко К. О. Інноваційні стратегії розвитку міжнародних компаній в умовах глобалізації. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2020. № 4. С. 28-35.

2. Шгаль Т.В., Дмитренко Т.О. Інноваційні форми міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. Економіка та суспільство. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/792/759>.

3. Freeman C. The economics of industrial innovation. London : Campus Verlag, 1982. 448 p.

4. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. Економіка України. 2013. № 4. С. 44-56.

Віктор ЛЕВИЦЬКИЙ

к.е.н., доцент

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ ЗМІН ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У ПЕРІОД ВІЙНИ

В процесі економічного розвитку вітчизняні підприємства знаходяться під майже постійним впливом негативних та кризових явищ протягом усього періоду формування України як незалежної держави, серед яких варто виділити: зниження рівня конкурентоспроможності, відсутність чіткої стратегії розвитку, постійні зміни чинного законодавства, а також в процесі еволюції доповнено ще одним сучасним: військовим часом організації та розвитку діяльності. Усі вище перераховані фактори та особливо останній вимагають врахування суттєвих особливостей щодо формування й управління інноваційною стратегією змін та розвитку підприємства у період війни і є необхідною умовою його ефективної діяльності у майбутньому, що включатиме розробку стратегічних підходів до розвитку підприємства за умов війни й функціонально спрямована на забезпечення його позитивної динаміки у довгостроковому періоді. Крім того, запорукою подолання несистематичності й постійної змінності інноваційної стратегії вітчизняних підприємств є визначення цілеспрямованої діяльності з пошуку ідей, прогнозування майбутнього, послідовне відстеження нових можливостей, їх оцінка й послідовна реалізація на практиці з урахуванням фактора військового стану.

Зазначимо, що проблеми стратегічного управління інноваційним розвитком та змінами підприємства досліджувалися багатьма вітчизняними вченими серед яких варто виділити таких як: С. Ілляшенко, О. Кузьмін, Л. Ліпич, О. Сумець, Л. Шевченко[1-4]. Серед закордонних науковців варто відзначити таких, як: Г. Бірман, Е. Менсфілд, Б. Твісс. У наукових працях даних вчених розглядається широке коло питань з проблематики ефективної взаємодії стратегії та інновацій. Водночас варто зауважити, що низка методологічних й теоретичних питань щодо особливостей формування та управління інноваційною

стратегією змін та розвитку діяльності підприємства саме в умовах війни залишається недостатньо дослідженою.

Варто відзначити, що стратегічне управління інноваційними процесами під впливом змін у глобальній економіці набуває складного багатоаспектного характеру, що вимагає застосування нових технологій управління в напрямку забезпечення оптимального поєднання виробничих, фінансових, людських ресурсів та реалізації ефективного розвитку підприємства [1, с.83]. В результаті зміни геополітичних та економічних векторів в його здійсненні на першому плані опинилися проблеми пошуку перспективних ідей у внутрішньому та зовнішньому середовищі, їх правильної оцінки та ефективного реалізації за допомогою стратегічної інтеграції усіх учасників інноваційної діяльності для захисту території держави, цивільних громадян, допомоги збройним силам.

Також зауважимо, що до найбільш вагомих умов-проблем розвитку сучасних підприємств, що гальмують управління їх стратегічним інноваційним розвитком та змінами в умовах війни, на нашу думку відносять:

- орієнтація інноваційних виробничих процесів на короткострокові результати та відсутність інноваційної стратегії в діяльності підприємства;

- низький рівень розробки та структуризації підходів щодо достовірної оцінки ефективності реалізації інноваційних стратегій змін та розвитку підприємства;

- обмеженість власних інвестиційних ресурсів та залежність від держав-партнерів, неефективність фінансового менеджменту та управління витратами виробництва при реалізації інноваційних стратегій змін та розвитку;

- ризик неотримання максимальної віддачі від конкурентоспроможних інновацій в умовах війни;

- низька кваліфікаційна адаптація менеджерів та персоналу підприємства до організації й ведення діяльності у період війни;

- недосконалість стимулювання законодавчої бази у військовий час для розвитку інноваційної діяльності.

Виділені вище проблеми гальмують формування і реалізацію ефективних інноваційних стратегій змін та розвитку діяльності підприємства, що негативно впливає на конкурентоспроможність підприємств, посилюючи невизначеність їх перспектив у майбутньому. Крім того, варто зауважити, що стратегічний інноваційний процес у період війни можна визначити як процес послідовного перетворення ідеї в товар, що динамічно проходить етапи фундаментальних досліджень, конструкторських розробок, маркетингу, виробництва, збуту, тобто дуже швидкий процес комерціалізації інноваційної технології [2, с.534]. Відповідно інноваційна стратегія змін та розвитку у період війни, як ефективний засіб управління підприємством не лише дає змогу йому враховувати зміни в оточуючому середовищі, а й сприяє генеруванню швидких змін (техніко-технологічного та організаційно-управлінського характеру, що адаптовані до періоду війни) в середині підприємства, забезпечує управління ними з метою підвищення рівня кінцевих результатів діяльності підприємства і має базуватися на алгоритмізації стадій розвитку підприємства в процесі розвитку інновацій із врахуванням пріоритету військових потреб захисту та забезпечення найбільш оптимальних потреб країни. Отже, умовно можна виділити три найбільш масштабні стадії розвитку управління інноваційною стратегією змін та розвитку на підприємстві: розробка інновацій, організація виробництва інновацій, впровадження інновацій [3-4]. Як наслідок, ми пропонуємо, сформувати систему формування та управління інноваційною стратегією розвитку та змін підприємства в умовах війни, до складу якої включити наступні складові: механізми організації, розробки і впровадження, фінансування, стимулювання, технологічного трансферу, інтелектуальної власності, що взаємопов'язані і оптимально працюють на п'яти рівнях: обласному, регіональному, міжрегіональному, галузевому й мікрорівні, проте специфіка останнього рівня полягає в значно більшій маневреності, динамічності та мінливості складу й структури учасників, що дозволяє забезпечити виконання робіт в короткі строки; скон-

центрувати під єдиним керівництвом фахівців різних профілів та значно здешевити процес розробки і впровадження інновації у період війни.

Отже, формування та управління інноваційною стратегією змін та розвитку діяльності підприємства в період війни повинна забезпечити безпечну та постійну діяльність підприємства із значною її орієнтацією на забезпечення потреб держави при одночасній адаптації до потреб збройних сил та громадян України.

1. Активізування інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств : монографія / за наук. ред. проф., д-ра екон. наук О. Є. Кузьміна. Стрий: ТзОВ «Укрпол», 2015. 250 с.

2. Економіка підприємства : підручник [електронне видання] / [Ліпич Л.Г., Загоруйко В.Л., Кулинич М.Б., Кушнір М.А., Левицький В.В. та інші] ; за заг. ред. Л. Г. Ліпич, Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 768 с.

3. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с

4. Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч. посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т імені Ярослава Мудрого, 2019. 155 с.

Максим МАЛИК

Здобувач освіти третього рівня,
Національний університет «Львівська політехніка»

ЦИРКУЛЯРНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА СТАН ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Як відомо, циркулярну бізнес-модель слід розглядати як концепцію ведення певного бізнесу, що забезпечує створення цінності підприємства в умовах розширення співпраці із стейкхолдерами, дбайливого споживання і вільного переміщення ресурсів та перетворення відходів у ресурси (шляхом переробки, повторного використання тощо).

Ці заходи спрямовані на вирішення соціально-економічних та екологічних проблем шляхом: розширення попиту на існуючих ринках, базуючись на інноваціях і екологічному балансі; виникнення нових ринків товарів і послуг; підвищення рівня зайнятості на цій основі; зниження імпортової залежності та залежності від первинних ресурсів; розвитку логістики тощо [1].

Досягнення зазначених цілей можливе, покладаючись на характерні особливості циркулярних бізнес-моделей, до яких віднесено:

– реалізацію замкнутого (закритого) типу моделей у економічному середовищі, що на відміну від прямого (лінійного), характеризується повторним використанням і заміщенням ресурсів, їх шарінгом, участю підприємств у процесах утилізації відходів тощо;

– орієнтацію на взаємодію із більш широким колом незалежних стейкхолдерів з метою досягнення цілей гармонійного розвитку;

– збереження ресурсів в обігу (циклі), а також використання таких ресурсів, які повністю відновлюються, переробляються або біологічно розкладаються;

– циркулярний дизайн (довгострокове збереження вартості) та її відновлення після закінчення строку використання продукту;

– інноваційність тощо [2-3].

Виникнення концепції циркулярної економіки у науковій літературі пов'язують із економічними дослідженнями 70-х років (праці Джон Т. Лайл, Вільяма МакДонафа, Міхаеля Браунгара, Германа Дейлі, Девіда Пірса, Р. Келлі Тернера тощо) [4]. Активний розвиток циркулярних бізнес-моделей підкріплений законодавчими ініціативами, а саме:

– прийняттям у 2015 р. глобальної програми сталого розвитку ООН, що містить 17 цілей сталого розвитку;

– затвердженням плану дій ЄС для циркулярної економіки («Циркулярний пакет», що прийнятий Комісією ЄС у грудні 2015 року);