

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДНУ “ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ”
ДУ “ІНСТИТУТ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ”
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ СТЕФАНА БАТОРІЯ
(м. СКЕРНЕВІЦЕ, ПОЛЬЩА)
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (м. ВАРНА, БОЛГАРІЯ)



ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ
ГОСПОДАРЮВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН,
ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
23-24 вересня 2022 року



м. Одеса -2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДНУ “ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ”
ДУ “ІНСТИТУТ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ”

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ СТЕФАНА БАТОРІЯ (м. СКЕРНЕВІЦЕ, ПОЛЬЩА)
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (м. ВАРНА, БОЛГАРІЯ)

**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
23-24 вересня 2022 року

УДК: 334.012.42:338

Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 23-24 вересня 2022 р.). – Одеса, 2022. 596 с.

У збірнику представлено матеріали учасників VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Економіко-правові аспекти господарювання: сучасний стан, ефективність та перспективи», яка відбулася в Одеському національному економічному університеті 23-24 вересня 2022 року.

Розглядаються питання економіки, фінансів, інвестицій та інвестиційної діяльності, інновацій та інноваційної діяльності, публічного управління, підприємництва, конкурентоспроможності підприємств, інтеграційних процесів, національної безпеки.

Матеріали публікуються в авторській редакції з незначною загальною правкою, відповідальність за зміст та достовірність досліджень несуть автори.

Томашук І. В., Федорук О. С. РОЗРОБКА ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	533
Федорченко О. Є. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ, ЯКІ ВИНИКАЮТЬ ВНАСЛІДОК ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ, В РАМКАХ ПІДГОТОВКИ ДО ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІНІЦІАТИВИ PILLAR 1.....	536
Філяр С. В., Боковня В. В. ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ..	538
Фісуненко Н. О., Альошина Т. В. ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	540
Фрідман А. І., Сментина Н. В. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ НАРОЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ	542
Череповська О. В., Гаврікова А. В. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ.....	544
Черноіванова Г. С., Василик С. К. ВИЗНАЧЕННЯ ВИДІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЇЇ НОРМУВАННЯ.....	547
Чумак О. В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....	550
Шалева О. І. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЇЇ СПЕЦИФІКА В УМОВАХ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ.....	553
Шаталова Л. С. ВИКЛИКИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ СФЕРИ ПРАЦІ.....	556
Шкробот В. Б., Гречан А. П. БАЗИСНІ ЦІННОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	559
Hrytsenko T. V., Khmurova V. V. PROSPECTS FOR RECONSTRUCTION AND ECONOMIC RECOVERY OF UKRAINE	562

СЕКЦІЯ 3. ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

Беляєва О. П., Божкова В. В. ТЕХНОЛОГІЧНІ НОВАЦІЇ ЯК ЗАСОБИ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ ГРОМАДЯН.....	564
Богашко О. Л. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	567
Борісов А. О., Андрейченко А. В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ КОМПАНІЇ З КРИЗИСУ ЧЕРЕЗ РОЗРИШЕННЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ.....	570

7. Шевченко Л. С. Інноваційні інструменти юридичного менеджменту / Л. С. Шевченко / Право та інновації. - 2018. - № 1. - С. 19-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apir_2018_1_5 (дата звернення 23.09.2022).

Богашико О. Л.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
м. Умань

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Інноваційна активність українських підприємств та її стимулювання пов'язані з певними труднощами, які суттєво обмежують можливості модернізації економіки. В останні роки інноваційна діяльність дедалі частіше розглядається у контексті регіонального розвитку та локальних інноваційних систем. У рамках цього підходу приділяється увага таким чинникам, як просторова близькість регіонів, локальні умови, специфіка людського капіталу та міжрегіонального співробітництва. До цієї ж проблематики можна віднести, зокрема, концепції розумних міст та розумної спеціалізації регіонів, які використовуються в ЄС та багатьох інших країнах.

Особливої значущості набуває завдання визначення факторів, що сприяють інноваційній активності компаній у регіональному контексті в умовах як мирного часу, так і воєнного стану. Сфера інновацій потребує узгоджених дій з боку компаній, органів влади, університетів та наукових організацій.

Дослідження, присвячені економічному розвитку (що відображають набір взаємопов'язаних концепцій, включаючи національну інноваційну систему та національну бізнес-систему, що використовується з метою стратегічного менеджменту), значною мірою ігнорують роль підприємців. Мова в них, як правило, йде про окремі «фірми» або «підприємства», тоді як інновації створюють саме підприємці, які комбінують існуючі елементи знання та породжують нову вартість (продукт). Водночас у ході своєї діяльності підприємці організують робочі місця та досягають економічного зростання (результат).

Лібералізація економіки спонукає багато компаній країн, що розвиваються, активно запозичувати технологічні та управлінські знання за кордоном для зміцнення своїх конкурентних позицій. До факторів підвищення конкурентоспроможності відносяться більш кваліфіковані кадри, потенціал нарощування капіталомісткості, масштабованість виробництва на основі комбінування різних ресурсів, знання, розвиток технологій та ін.

Інновації як невід'ємний елемент економічної діяльності завжди привертали увагу представників різних напрямів соціальних та економічних наук. Продовжуючи ідеї класичних робіт Йозефа Шумпетера, сучасні дослідники під інноваціями іноді розуміють створення нових технологій або запозичення вже існуючих [2].

Інновації хоч і пов'язані з виробництвом нових товарів та послуг, але не обмежуються ними. Інновація є впровадженням нового або значно покращеного продукту (товару чи послуги), процесу, маркетингового чи організаційного методу у ділову практику, організацію робочого місця або у зовнішні зв'язки. За рівнем новизни інновації поділяються на інкрементальні (удосконалені) та радикальні (що не мають аналогів у світі). Процес створення інновацій заснований на різноманітних знаннях, охоплює численних учасників із самої організації та її зовнішнього оточення, характеризується внутрішньо- та міжорганізаційними зв'язками, що формують тісно інтегроване середовище. Тому залучення до цього процесу співробітників, користувачів, інвесторів та інших стейкхолдерів має для компанії велике

значення. Будь-які інновації, включаючи технологічні, не зводяться лише до появи нових засобів виробництва. Вони охоплюють і нові соціальні практики, і навіть інститути, що змінюють характер взаємодії людей один з одним та з навколишнім світом [1].

Під інноваціями часто мають на увазі нові товари та послуги, що дозволяють компаніям отримувати економічні переваги. ОЕСР запропонувала розширене визначення, в якому виділяються чотири типи інновацій: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні (табл. 1).

Таблиця 1

Типи інновацій, за визначенням ОЕСР

Типи інновацій	
Продуктові інновації	Нові чи значно покращені товари чи послуги. Сюди входять значні удосконалення у технічних характеристиках, компонентах та матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, у міру дружності щодо користувача або інших функціональних характеристиках.
Процесні інновації	Нові чи значно покращені способи виробництва чи доставляння продукту. До них відносяться значні зміни у технології, виробничому устаткуванні та/або програмному забезпеченні.
Маркетингові інновації	Нові методи маркетингу, включаючи значні зміни у дизайні або упакуванні продукту, його розміщенні, просуванні ринку чи ціноутворенні.
Організаційні інновації	Нові організаційні методи у діловій практиці компанії, організації робочих місць чи зовнішніх зв'язках.

Джерело: [1; 2; 5]

Істотним чинником інноваційного розвитку залишаються прямі іноземні інвестиції (ПІІ). Вважається, що їхній приплив з-за кордону стимулює загальне економічне зростання, і, зокрема, інновації, за рахунок ефектів перетікання, докладно описаних у літературі, та посилення конкуренції на ринку.

Водночас у пізніших дослідженнях наголошується на неоднозначності ефектів ПІІ для національного бізнесу. Наприклад, Франсіско Гарсія зі співавторами [4] на прикладі іспанських компаній аналізують динаміку ПІІ та інноваційної діяльності, зв'язок між якими виявляється у посиленні конкуренції, скороченні витрат усіх гравців на ринку, трансфері технологій. Автори зазначають, що конкуренція може негативно позначитися на інноваційній діяльності, а ризики іноземних інвестицій пов'язані з тим, що інноваційна динаміка потрапляє у залежність від рішень зарубіжних партнерів. Активний приплив іноземних інвестицій веде до витіснення місцевих підприємств у менш прибуткові ніші, що придушує їх інноваційну діяльність. Чим більший бізнес, тим ширші можливості скорочувати витрати за рахунок економії від масштабу і тим більше ресурсів для довгострокових інвестицій, включаючи розробку нових технологій і продуктів, зрештою, вище ймовірність ведення інноваційної діяльності.

Особлива увага в умовах воєнного часу в Україні слід приділити розвитку національної інноваційної системи, причин її недостатньої ефективності у створенні, поширенні та застосуванні знань, мотивації економічних агентів, технологічним екстерналіям та інноваційним ризикам. Варто взяти до уваги вплив державних інститутів розвитку на інноваційну поведінку гравців, у тому числі позитивні зміни в інноваційній активності компаній внаслідок застосування відповідних заходів підтримки.

Негативними факторами формування сегмента інноваційного підприємництва є:

- низький рівень продуктивності праці, успадкований від колишньої соціально-економічної системи. Як наслідок, власне виробництво виявляється дорожчим за імпорт, а тому природною нішою для приватного підприємництва стають торгівля та послуги (громадське харчування, будівництво, ремонт тощо);

- низький платоспроможний попит населення, що спонукає підприємців у прагненні рентабельності йти у неформальну економіку.

Таким чином, можна виділити основні групи показників, які використовуються дослідженнях інноваційної діяльності малого та середнього підприємництва як на національному, так і регіональному рівнях [3]:

- 1) мікроекономічні показники бізнесу, включаючи виручку, розміри, форму власності, участь в імпортно-експортній діяльності, інші індикатори витрат та продуктивності, у тому числі витрати на інноваційні розробки та чисельність зайнятих у цій сфері;

- 2) інституційні показники, що характеризують ринки, на яких діє компанія: інвестиційна привабливість, ризики, податкове регулювання, поріг входу, бюрократичні особливості країни тощо;

- 3) показники людського капіталу: якість робочої сили, чисельність випускників вищих навчальних закладів, витрати на підвищення кваліфікації працівників;

- 4) показники державної підтримки, які зазвичай виражаються в обсягах субсидій, дотацій або пільг і доступності держзамовлень;

- 5) інші показники, включаючи економічні характеристики регіону: ВРП, відкритість тощо.

Чим більший розмір компанії, тим вища її схильність до інноваційної діяльності. У великих підприємств, як правило, ширші можливості для інвестування в інтелектуальний інноваційний розвиток та доступ до необхідних для цього ресурсів. Позитивну роль відіграють міжнародне охоплення діяльності та отримання субсидій. Оскільки субсидії виділяються на різноманітні потреби, підприємства можуть спрямовувати їх частину на інноваційну діяльність.

Ще одним стимулом до інновацій є посилення конкуренції. У цьому випадку компанії можуть отримати перевагу, модифікуючи, покращуючи або диференціюючи свою продукцію, від пропозицій інших виробників, тим самим збільшуючи на неї попит.

Впровадження інновацій компаніями позитивно пов'язане із загальною інноваційною активністю у регіоні та величиною прямих іноземних інвестицій. Обмінюючись досвідом та технологіями, підприємства можуть посилити позиції на ринку. Впровадженню інновацій у компаніях перешкоджають корупція, обмеженість фінансової підтримки та недостатня кваліфікація робочої сили.

Найважливішим завданням політики забезпечення економічного зростання України є перехід від збільшення витрат до створення інновацій. Ефективна інноваційна політика неможлива без дієвих інструментів боротьби з корупцією, реформування економічних та фінансових інституцій. Надання субсидій та податкових пільг не позбавить компанії перелічених труднощів. Зважаючи на незадовільну якість освіти, особливу увагу слід приділити підтримці закладів вищої освіти, які готують висококваліфікованих фахівців з пріоритетних напрямків та співпрацюють з інноваційно-активними компаніями. Не менш важливо розвивати наукові дослідження, розширювати можливості для взаємодії бізнесу, університетів та держави. Принципову роль у цьому відіграють особиста ініціатива з боку окремих керівників компаній, дослідників та представників влади, а також дії держави щодо покращення клімату для підприємництва та розвитку науки.

Список використаних джерел

1. Богашко О. Л. Основні аспекти інноваційного розвитку підприємництва в сучасних умовах технологічного розвитку. *Економічні горизонти*. 2022. Вип. 2 (20). С. 83–93. DOI: 10.31499/2616-5236.2(20).2022.263346

2. Bohashko O. L. Recommendations for improving the efficiency of innovation activities of entrepreneurship in the conditions of the Russian-Ukrainian war. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects* : Scientific

monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2022. pp. 33–36. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-5>

3. Chepurenko A. (2017), Entrepreneurial Activity in Post-Socialist Countries: Methodology and Research Limitations. *Foresight and STI Governance*, vol. 11, no 3, P. 11–24.

4. Garcia F., Jin B., Salomon R. (2013), Does inward foreign direct investment improve the innovative performance of local firms? *Research Policy*. Vol. 42. P. 231–244.

5. OECD (2018), Defining innovation. URL : <https://www.oecd.org/site/innovationstrategy/defininginnovation.htm>

Борісов А.О.

*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет*

Андрейченко А.В.

*д.е.н. зав. кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеського національного економічного університету,
м. Одеса*

ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ КОМПАНІЇ З КРИЗИСУ ЧЕРЕЗ РОЗРИШЕННЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Будь-які дії, що відбуваються всередині країни або безпосередньо стосуються держави, несуть за собою макро-наслідки, однією з таких є війна, яка торкнулася України. В Україні з кінця лютого місяця почалися скорочуватися темпи зростання ВВП, тому лише за другий квартал 2022 року Україна втратила 37,2% ВВП у порівнянні з минулим роком [1]. Це торкнулося абсолютно всіх ніш і вплинуло на макрофактори, такі як інфляція, безробіття і брак продовольства в усьому світі.

Щоб нейтралізувати частину проблем на мікрорівні економіці, а саме в одній ніші, компанії почали об'єднуватися і допомагати один одному спільно і ділити прибуток і ринок відповідно, це стало новою епохою в лихоліття, яке об'єднало людей, прикладами таких бізнесів стали: ріелторські послуги, будівельні та івент-послуги.

Щоб компанія ТОВ «Пуратос Україна», в якій я проходжу практику, вийти з кризового стану, їй необхідно перестати думати шаблонно і знаходити нові ринки в абсолютно новому напрямку, хоча вони це вже роблять, але можуть на цьому ще заробити. Пуратос займається виробництвом та реалізацією напівфабрикатів для випікання хлібобулочних та кондитерських виробів, а також продає бельгійський шоколад власного виробництва. Першим із цього це маркетинговий аналіз та дослідження ринку. Компанія щоквартально або раз на півріччя влаштовує семінари для співробітників відділу продажів, що показати якась динаміка ринку в країні, а також бере приклади своїх колег з різних, благо у компанії більше 100 філій у всьому світі, і зможе показувати певні приклади з різних країн і демонструвати своїм клієнтам рішення щодо виробництва продуктів. Новим способом заробітку для компанії Пуратос буде продаж досліджень ринку та проведення семінарів для людей з однієї ніші. Замінити компанію Пуратос у тих напрямках, які вони демонструють дуже важко, єдиним моментом буде цінова пропозиція, однак створити частину подібних товарів дуже важко чи практично неможливо, тому що на частину продукції існують патенти, але основні товари, які використовують уже не 1 рік на ринку, є затребуваними на ньому можна замінити і за них завжди ведеться запекла боротьба між відділами продажів різних компаній. Наша команда зможе показати нові рішення та можливості цих продуктів для створення нового за допомогою цих товарів, тому за конкуренцію після семінарів ми не переживаємо.

**ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

*МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
23-24 вересня 2022 року*

Підписано до друку 10.10.2022 р.

Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Умов.-друк. арк. 46