

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТРАНСПОРТУ

Дзюба О.М., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-2411-5844

Олешко О.В., Національний транспортний університет, Київ, Україна, kafedra.economica.ntu@gmail.com, orcid.org/0009-0009-0213-5631

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN TRANSPORT ENTERPRISES

Dziuba O., Candidate of Economic Sciences, National Transport University, Kyiv, Ukraine, kafedra.economica.ntu @gmail.com, orcid.org/0000-0002-2411-5844

Oleshko O., National Transport University, Kyiv, Ukraine, kafedra.economica.ntu @gmail.com, orcid.org/0009-0009-0213-5631

Постановка проблеми. В сучасних умовах глобалізації та жорсткої конкуренції впровадження інновацій стає ключовим фактором успіху та сталого розвитку підприємств. Інноваційна стратегія дозволяє компаніям системно підходити до оновлення продуктів, процесів, технологій та бізнес-моделей.

Актуальність розгляду концептуальних підходів до визначення, формування і реалізації інновацій на підприємствах в Україні набуває особливої важливості у контексті поточної геополітичної ситуації, зокрема, повномасштабної війни, спричиненої російською агресією. Військовий конфлікт вносить ряд обмежень та викликів, які впливають на економічну стабільність та розвиток підприємств, змушуючи їх адаптуватися до нових умов функціонування. Підприємства повинні швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, впроваджуючи інноваційні рішення для забезпечення своєї живучості та конкурентоспроможності. Підприємства можуть спрямувати свої інноваційні зусилля на розробку та впровадження технологій, які сприяють оборонній здатності країни та безпеці громадян. Інноваційні підходи можуть сприяти залученню міжнародної підтримки та розвитку співпраці з іноземними партнерами у сфері технологій та інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед найбільш впливових традиційних концепцій виділяють теорію інновацій Й. Шумпетера [1], модель технологічних розривів К. Крістенсена [2], модель подвійних інновацій Р. Фостера [3], теорію дифузії інновацій Е. Роджерса та концепцію відкритих інновацій Г. Чесбро. Питання розробки інвестиційно-інноваційних стратегій на початку 21 століття було вивчено в роботах Некрасової Л., Хаустової К. та інших [4; 5; 6].

Белопольский М.Г. та Кузьміна О.В. розглядають концепцію стратегії збалансованого розвитку підприємства в економічному і соціальному контекстах. Вони вважають, що розвиток підприємства повинен базуватися як на гармонії між умовами і метою підприємства в цілому, так і між кожною окремою функціональною одиницею [7, с. 23].

Олійник Л.В. аналізує роль інноваційного планування та проектів у системі інноваційного розвитку підприємства в разі необхідності розробки інноваційних програм [8, с. 51].

Постановка завдання. Основним завданням та метою статті є проаналізувати концептуальні підходи до створення інноваційних стратегій та аналізу шляхів їх впровадження у діяльність підприємств транспортного комплексу; обґрунтувати їх важливість тим, що така стратегічна діяльність дозволяє адаптуватися підприємствам і всій галузі до змінливих умов та сучасних викликів зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукових праць свідчить, що більшість авторів розглядають інновації як інструмент підвищення конкурентоспроможності та адаптації підприємств до мінливих умов зовнішнього середовища. При цьому наголошується на важливості системного та комплексного підходу до формування інноваційної стратегії з урахуванням цілей, можливостей та обмежень конкретного підприємства. Окремі дослідники приділяють увагу класифікації інноваційних стратегій та механізмам їх реалізації на практиці.

Готовність підприємства до впровадження інноваційних стратегій створює складніші умови для проектного, фірмового і корпоративного управління. Це відображається в наступному [8]:

1. Появі додаткових форм ризику та невизначеності в діяльності підприємства (що потребує додаткового аналізу функцій керівництва в сфері управління інноваційними ризиками та розробки заходів щодо їх усунення).

2. Виникненні інвестиційних ризиків проектів (особливо в разі середньострокових та довгострокових проектів, коли потрібно залучати інвесторів, готових до великого ризику), що актуалізує розробку інноваційно-інвестиційних проектів.

3. Підсиленні потоку змін у організації через інноваційну реструктуризацію (яка забезпечує безперерйні та сталі виробничі процеси навіть за можливих стратегічних змін).

Важливим завданням лишається об'єднання всіх інтересів та прийняття раціональних та ефективних рішень з усіх напрямків виробничого, маркетингового, фінансового, науково-технічного та стратегічного управління.

Інновації грають ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності та адаптації підприємств до мінливих умов зовнішнього середовища. Інновації можна розглядати як інструмент, який допомагає підприємствам розвиватися, вдосконалювати свою продукцію та послуги, оптимізувати процеси та реагувати на нові виклики і можливості. Ось деякі способи, які пояснюють, як інновації впливають на конкурентоспроможність та адаптацію підприємств:

Розробка нових продуктів і послуг: Інновації дозволяють підприємствам створювати нові продукти і послуги, які задовольняють потреби клієнтів краще, ніж конкуренти. Це дозволяє підприємству привертати більше клієнтів і збільшувати свою частку на ринку.

Розробка нових продуктів і послуг є одним із ключових аспектів інновацій, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Цей процес передбачає створення і впровадження нових ідей, концепцій, дизайнів і технологій для створення продуктів або послуг, які відповідають потребам і бажанням споживачів, а також забезпечують конкурентну перевагу на ринку. Основними ключовими аспектами розробки нових продуктів і послуг є:

1. Рішення про розробку нового продукту або послуги: Перший крок - це визначення необхідності розробки нового продукту або послуги. Це може бути реакцією на ринкові можливості, зміни в потребах споживачів або стратегічні цілі підприємства.

2. Дослідження і аналіз: Проведення досліджень ринку та аналізу конкурентів є важливим етапом. Він допомагає зрозуміти, чого саме вимагають споживачі, і які вже існують рішення на ринку.

3. Генерація ідей: Колективний пошук ідей включає в себе збір ідей від різних джерел, таких як команди розробки, клієнти, партнери та зовнішні консультанти.

4. Відбір ідей: Після генерації ідей потрібно обрати ті, які мають потенціал для розвитку. Вибір ґрунтується на критеріях, таких як ринкова потреба, технічна реалізованість та стратегічні цілі підприємства.

5. Розробка концепції: На цьому етапі створюються концепції продукту або послуги, які визначають його основні функції, характеристики та переваги.

6. Прототипування і тестування: Створюють прототипи, які дозволяють перевірити концепцію і здійснити коригування, якщо необхідно. Після цього проводять тестування з малою аудиторією.

7. Розробка і виробництво: Після успішних тестів розпочинається розробка і виробництво продукту або послуги. Цей етап може включати в себе дизайн, інженерію, виробництво та інші процеси.

8. Маркетинг і продажі: Розроблені продукти або послуги повинні бути маркетинговані і продані. Це включає в себе розробку стратегії маркетингу, пошук каналів розповсюдження і взаємодію зі споживачами.

9. Слідкування і оновлення: Після введення на ринок продукт або послугу потрібно слідкувати за їхнім використанням, отримувати відгуки від клієнтів і вчасно вносити необхідні оновлення та покращення.

10. Розробка нових продуктів і послуг вимагає інноваційного мислення, командної роботи, інвестицій і чіткої стратегії. Успішні інновації можуть допомогти підприємствам здобути конкурентну перевагу, збільшити дохід та розширити ринкову частку.

Вдосконалення і оптимізація процесів: Інновації допомагають підприємствам оптимізувати виробничі та управлінські процеси, що призводить до зменшення витрат і підвищення продуктивності. Це робить підприємство більш конкурентоспроможним на ринку.

Вдосконалення і оптимізація процесів є ще одним важливим аспектом інновацій, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Цей процес передбачає перегляд та оптимізацію усіх операційних та управлінських процесів у підприємстві з метою зниження витрат, підвищення

продуктивності та якості продукції або послуг. Ключовими аспектами вдосконалення та оптимізації процесів є:

1. Аналіз поточних процесів: Перший крок полягає в тому, щоб докладно проаналізувати всі процеси в підприємстві. Це означає визначення поточних кроків, ролей, витрат та можливих проблем.

2. Ідентифікація можливостей для оптимізації: Після аналізу визначаються області, в яких можливі оптимізації. Це може включати в себе автоматизацію процесів, спрощення процедур, раціоналізацію ресурсів та інші заходи.

3. Постановка цілей: Встановлення конкретних цілей для оптимізації допомагає усій команді зорієнтувати зусилля на досягнення позитивних результатів. Цілі можуть включати в себе зменшення часу виконання, зниження витрат або покращення якості продукції.

4. Розробка та впровадження змін: На основі ідей для оптимізації створюються плани і розробляються нові процеси. Потім ці зміни впроваджуються в роботу підприємства. Цей процес може включати в себе зміни в організаційній структурі, впровадження нових технологій та навчання персоналу.

5. Моніторинг та оцінка результатів: Після впровадження змін важливо постійно моніторити та оцінювати їх ефективність. Це допомагає виявити можливі недоліки та вчасно внести коригування.

6. Культура постійного вдосконалення: Вдосконалення та оптимізація процесів мають бути постійним процесом в організації. Створення культури, яка підтримує ініціативи з удосконалення, допомагає підприємствам бути гнучкими і готовими до змін.

7. Використання технологій: Сучасні технології, такі як інтернет речей (IoT), штучний інтелект (AI) і аналітика даних, можуть допомогти вдосконалити і оптимізувати процеси більш ефективно.

Вдосконалення і оптимізація процесів допомагають підприємствам знижувати витрати, підвищувати продуктивність та покращувати якість продукції або послуг. Це важливий аспект для забезпечення конкурентоспроможності та стійкості підприємства в умовах змінюючогося бізнес-середовища.

Впровадження нових технологій: Використання нових технологій дозволяє підприємствам збільшити ефективність виробництва, знизити ризики та покращити якість продукції. Це також допомагає адаптуватися до змін в технологічному середовищі. Впровадження нових технологій у бізнес без використання конкретного переліку технологій може охоплювати різні аспекти і методи.

Аналіз бізнес-потреб - перш ніж впроваджувати нові технології, важливо ретельно проаналізувати потреби і вимоги бізнесу. Визначення, які конкретні завдання покладені на сподівання та вирішення за допомогою нових технологій.

Вибір технологій, що відповідають потребам - після аналізу обираються технології, які найкраще підходять для вирішення завдань. Це може включати в себе вибір апаратного забезпечення, програмного забезпечення, платформ або рішень в хмарі.

Створення плану впровадження - розроблення детального плану впровадження нових технологій. Визначення кроків, термінів та відповідальності за кожним етапом проекту.

Підготовка персоналу: Забезпечення навчання та підготовку персоналу для користування новими технологіями. Це може включати в себе навчання з використання нових інструментів або роботи з новим обладнанням.

Тестування та оцінка: Перш ніж повністю впроваджувати нові технології, має бути проведене тестування для визначення їхньої ефективності та вирішення можливих проблем.

Впровадження та масштабування: Після успішного тестування розпочинається впровадження нових технологій в усьому бізнесі.

Важливо мати на увазі, що впровадження нових технологій може бути складним та вимагати інвестицій часу та ресурсів. Однак правильно підібрані технології можуть покращити ефективність вашого бізнесу, підвищити конкурентоспроможність та сприяти росту прибутків.

Залучення та розвиток талановитого персоналу: Інновації можуть включати в себе інвестиції в навчання та розвиток персоналу, щоб забезпечити підприємству фахівців, які здатні працювати з новими технологіями та ідеями.

Залучення та розвиток талановитого персоналу - це важливий аспект для підприємства. Це передбачає привертання кваліфікованих фахівців, надання можливостей для їхнього зростання та навчання, створення стимулюючого середовища та сприяння комунікації між співробітниками. Також важливо розвивати внутрішніх лідерів та підтримувати різноманітність і включеність в колективі. Задоволеність від роботи грає важливу роль у забезпеченні продуктивності та затриманні талановитих співробітників. Зусилля в цих напрямках допомагають підприємству забезпечити необхідну експертизу та конкурентну перевагу.

Аналіз ринку та вимог споживачів: Інновації дозволяють підприємствам збирати та аналізувати дані про ринок та поведінку споживачів, щоб адаптувати свої продукти та стратегії до змінюючихся вимог клієнтів.

Аналіз ринку та вимог споживачів - це суттєвий компонент стратегічного планування для підприємств у будь-якій галузі. Цей процес допомагає підприємствам зрозуміти потреби своїх клієнтів, а також динаміку ринку. Результати аналізу ринку дозволяють компаніям адаптувати свої продукти та послуги до змінюючихся умов і забезпечити конкурентоспроможність. Ретельний аналіз дозволяє компаніям ліпше розуміти свою цільову аудиторію, їхні вимоги та переваги, а також ідентифікувати можливості для розвитку та вдосконалення своїх продуктів і послуг. Аналіз ринку також враховує конкуренцію, нові тенденції та інші фактори, які впливають на бізнес. Знання ринку та вимог споживачів є критичним для успішної стратегії бізнесу та здатності підприємства адаптуватися до змін.

Гнучкість та реагування на зміни: Інновації роблять підприємство більш гнучким і здатним реагувати на несподівані зміни в зовнішньому середовищі, такі як економічні кризи, зміни в законодавстві, та інші ризики.

Гнучкість та реагування на зміни є важливими аспектами успішного управління підприємством в сучасному бізнес-середовищі. Ці концепції відображають здатність компаній адаптуватися до непередбачуваних обставин, швидко реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища і зберігати конкурентну перевагу. Ось більше інформації про гнучкість та реагування на зміни:

1. Гнучкість організації: Гнучкість включає в себе здатність організації швидко адаптуватися до змін. Це може включати в себе здатність змінювати бізнес-моделі, продукти, послуги, процеси та структуру компанії відповідно до ринкових умов і конкурентії.

2. Реагування на зміни: Реагування на зміни - це здатність швидко виявити зміни в оточенні та приймати вчасні та ефективні рішення для відповіді на ці зміни. Це може включати в себе перегляд стратегії, внутрішніх процесів і вибіркоче впровадження нових технологій.

3. Моніторинг та аналіз: Для гнучкості та реагування на зміни важливо стежити за ринковими та конкурентними тенденціями, а також збирати дані про реакцію клієнтів та зміни внутрішнього середовища.

4. Стратегічне планування: Планування грає важливу роль у гнучкості та реагуванні на зміни. Стратегічне планування дозволяє компанії приготуватися до можливих сценаріїв змін і визначити, як реагувати на них.

5. Інновації та технології: Використання нових технологій і інновацій може значно полегшити гнучкість та реагування на зміни, забезпечуючи більшу швидкість та ефективність впровадження нових рішень.

6. Культура організації: Важливо створити культуру, яка підтримує гнучкість та реагування на зміни. Це включає в себе відкритий обмін ідеями, відповідальність та готовність до навчання.

Гнучкість та реагування на зміни стали необхідністю в динамічному бізнес-середовищі. Підприємства, які можуть швидко адаптуватися до нових обставин і змінювати свої стратегії, залишаються конкурентоспроможними та відкривають собі нові можливості для розвитку.

Загалом, інновації допомагають підприємствам залишатися конкурентоздатними, розвивати свій бізнес і адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Важливо мати стратегію і культуру інновацій, щоб успішно впроваджувати нововведення та досягати позитивних результатів.

Формування інноваційної стратегії для підприємства - це складний і важливий процес, який передбачає розробку конкретних кроків і стратегічних рішень для досягнення інноваційних цілей і завдань організації.

Формування інноваційної стратегії для підприємства є ключовим кроком у забезпеченні його конкурентоспроможності та успіху в сучасному бізнес-середовищі. Інноваційна стратегія визначає, яким чином підприємство планує створювати та використовувати інновації для досягнення своїх цілей. Важливо мати на увазі, що інноваційна стратегія має бути відповідною до місії і цінностей підприємства, а також враховувати потреби та очікування споживачів. Вона є ключем до довгострокового успіху і конкурентоспроможності вашого бізнесу.

Першим кроком у формуванні інноваційної стратегії є ретельний аналіз існуючих ресурсів, можливостей і обмежень підприємства. Це включає в себе оцінку технічного потенціалу, наукових досліджень, кадрових ресурсів, фінансових можливостей та інфраструктури.

Важливо, щоб інноваційна мета і завдання були чіткими, конкретними, вимірюваними і реалізовними. Їх формулювання повинно бути настільки чітким, щоб всі відповідальні за інновації сторони розуміли, куди спрямовувати свої зусилля та ресурси.

Цільові інноваційні завдання слід обирати таким чином, щоб вони відповідали інноваційній меті і сприяли реалізації стратегії. Вони повинні бути узгоджені з корпоративною стратегією підприємства і враховувати всі аспекти, які впливають на інновації, включаючи технічні, фінансові, кадрові та ринкові аспекти.

Важливо визначити, чи має підприємство необхідні знання, ресурси і технічні можливості для втілення інноваційних ідей. Інакше це може вимагати інвестицій у науково-дослідну роботу або нові технології.

Підприємство повинно розглядати, як нові інновації можуть доповнювати і підсилити існуючий бізнес. Це може включати в себе можливість використовувати інновації для покращення продуктивності, зниження витрат або створення нових ринків.

Світ навколо нас постійно змінюється, і підприємство повинно бути готовим до адаптації. Вибір інноваційних напрямків повинен враховувати здатність підприємства реагувати на зміни в середовищі і ринку.

Вибір стратегічних напрямків повинен також допомогти підприємству зберегти або створити конкурентну перевагу на ринку.

Розробка дієвих стратегій для реалізації інноваційних цілей підприємства - це процес, який передбачає розгляд і обрання курсу дій, спрямованого на досягнення бажаного результату. Важливо розуміти, що розробка стратегій є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу та урахування численних факторів.

Спочатку важливо вивчити внутрішнє середовище підприємства, включаючи його ресурси, здатності, переваги і обмеження. Це включає в себе аналіз фінансового стану, існуючих технологій, людських ресурсів і операційних процесів. Після вивчення внутрішнього середовища, важливо оцінити зовнішнє середовище, включаючи конкуренцію, ринок, регулюючі органи, соціокультурні і технологічні тренди. Цей аналіз допоможе ідентифікувати можливості та загрози. Підприємство повинно чітко визначити, які конкретні інноваційні цілі воно прагне досягти і які завдання потрібно виконати для досягнення цих цілей.

Залежно від інноваційної мети і завдань, підприємство повинно визначити стратегічні напрямки, які допоможуть досягнути поставлених цілей. Це може включати розробку нових продуктів, впровадження нових технологій, покращення операційних процесів тощо.

Планування і ресурси є фундаментальними елементами розробки інноваційних стратегій, оскільки вони допомагають визначити, яким чином підприємство зможе реалізувати свої інноваційні цілі та завдання.

На останньому етапі формування інноваційної стратегії підприємство реалізовує свої інноваційні проекти відповідно до розроблених планів. Цей етап включає в себе контроль за виконанням проектів, звітність та корекцію стратегії при необхідності.

Впровадження і реалізація інноваційної стратегії є фазою, яка насправді визначає успіх чи невдачу стратегії. Вона передбачає виконання певних завдань і дій, які спрямовані на досягнення інноваційних цілей організації.

Впровадження і реалізація інноваційної стратегії вимагають детального планування, керівництва та відданості всього колективу підприємства. Ось кроки, які вам слід врахувати при впровадженні інноваційної стратегії:

1. Підготовка інфраструктури: Переконайтесь, що ваша компанія має необхідну інфраструктуру, засоби та ресурси для впровадження інновацій. Це може включати в себе технології, лабораторії, та інші ресурси.

2. Створення команди: Сформууйте команду, яка буде відповідати за реалізацію інновацій. Ця команда повинна включати експертів і фахівців, які мають відповідні знання і навички.

3. Планування і розробка проектів: Розробіть плани проектів, які включають в себе конкретні кроки, терміни та відповідальних за виконання. Ці плани мають бути чіткими і структурованими.

4. Ресурси та фінанси: Визначте, які ресурси і фінанси потрібні для кожного проекту. Забезпечте відповідні фінансові засоби та бюджет.

5. Управління ризиками: Ідентифікуйте потенційні ризики і розробіть стратегії їхнього управління. Забезпечте систему моніторингу та звітності про ризики.

6. Залучення персоналу: Залучіть персонал до процесу інновацій, забезпечивши навчання і підтримку. Створіть культуру відкритості до інновацій та співпраці всередині організації.

7. Впровадження та моніторинг: Почніть впровадження проектів інноваційної стратегії, слідкуючи за їхнім прогресом та ефективністю. Вносьте коригування, якщо це необхідно.

8. Комунікація та співпраця: Забезпечте відкриту комунікацію зі всіма відділами і партнерами, які можуть бути пов'язані з інноваціями. Співпрацюйте з іншими компаніями і стейкхолдерами.

9. Оцінка результатів: Регулярно оцінюйте результати впровадження інноваційної стратегії. Порівнюйте їх з цілями та очікуваннями.

10. Збереження сталості і досягнення довгострокових цілей: Інновації - це процес, який триває від десятиліть до років. Зберігайте сталість і готовність до змін на довгострокову перспективу.

Впровадження інноваційної стратегії - це довгостроковий та складний процес, але він може принести значні користі та забезпечити конкурентну перевагу вашому підприємству в майбутньому.

За сучасних умов основою ефективного розвитку транспортного підприємства є грамотно розроблена інноваційна стратегія. З погляду стратегічного менеджменту інновації є інструментом адаптивного пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища, а також засобом постійного вдосконалення процесів в організації, спрямованого на зростання ефективності її діяльності [2].

Вирішення стратегічних завдань, що стоять перед фірмою, можливе двома способами: на основі вже освоєних, традиційних процесів або на основі зміни існуючих та створення нових процесів (інновації).

Таким чином, у системі прийняття стратегічних рішень інновації є одним із двох варіантів реагування на ймовірні майбутні зміни ситуації. Від вибору цього варіанта залежить успіх діяльності компанії та досягнення цілей у довгостроковому періоді.

Висновки. Розробка інноваційної стратегії - це складний, але важливий процес, який допомагає підприємству відповісти на зміни і забезпечити свій успіх в довгостроковій перспективі.

Дослідження перспектив запровадження інноваційних ідей на транспорті стосуються питань удосконалення обліку експлуатаційних витрат як витрат транспортного підприємства, безпосередньо пов'язаних із здійсненням транспортних перевезень. Заплановані інноваційні перетворення обов'язково мають бути проектними та передбачати певну послідовність у виборі та реалізації інноваційної стратегії: від постановки кінцевої мети до її реалізації щодо розробки оптимізованого підходу до організації обліково-аналітичної системи та її окремих елементів для прискорення зростання очікуваних доходів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Йозеф Алоїс Шумпетер (Joseph Alois Schumpeter) [Електронний ресурс] // Візіонери. – Режим доступу: <http://visionary.management.com.ua/management/jozef-alois-shumpeter-joseph-alois-schumpeter/>

2. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: підручник. 2-ге вид., стер //Київ: Каравела. – 2019. 715 с.

3. Шимко С. А. (Квак С. А.) Теоретичні аспекти вивчення інноваційної діяльності. Статистична оцінка соціально-економічного розвитку: матеріали Всеукр. наук.-практ. конференції (м. Хмельницьк, 20 травня 2010 р.). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права, 2010. С. 277–280.

4. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства / В. М. Орлова // Економічний нобелівський вісник. - 2015. - № 1. - С. 79–85. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2015_1_13.

5. Некрасова Л.А. Механізм розробки стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства / Л.А. Некрасова, О.В. Моніч // [Електронний ресурс] Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2014, № 1. – С. 159-163. – Режим доступу: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/7145/7990>

6. Хаустова К. М. Інвестиційно-інноваційна стратегія підприємства та підходи до її класифікації / К. М. Хаустова // Фінансовий простір. - 2015. - № 4. - С. 183-187. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2015_4_45.

7. Белополюський М. Г. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств / М. Г. Белополюський, О. В. Кузьміна // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Менеджмент інновацій. - 2016. - Т. 24, вип. 6. - С. 23-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumi_2016_24_6_5.

8. Олійник Л. В. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм / Л. В. Олійник // Економіка і організація управління. - 2017. - Вип. 3. - С. 51-59. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2017_3_7.

REFERENCES

1. Yozef Alois Shumpeter (Joseph Alois Schumpeter) [Elektronnyy resurs] // Vizionery. – Rezhym dostupu: <http://visionary.management.com.ua/management/jozef-alois-shumpeter-joseph-alois-schumpeter/>
2. Ihnat'yeva I. A. (2019) Stratehichnyy menedzhment: pidruchnyk.[Strategic management] 2-he vyd., ster //Kyuyiv: Karavela. – 2019. 715 s. [in Ukrainian].
3. Shymko S. A., Kvak S. A. (2010) Teoretychni aspekty vyvchennya innovatsiynoyi diyal'nosti. Statystychna otsinka sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku [Theoretical aspects of studying innovative activity. Statistical assessment of socio-economic development]: materialy Vseukr. nauk.-prakt. konferentsiyi (m. Khmel'nyts'k, 20 travnya 2010 r.). Khmel'nyts'kyu : Khmel'nyts'kyu universytet upravlinnya ta prava, 2010. S. 277–280 [in Ukrainian].
4. Orlova V. M. (2015) Stratehiya innovatsiynoho rozvytku pidpryyemstva [Strategy of innovative development of the enterprise]/ V. M. Orlova // Ekonomichnyy nobelivs'kyu visnyk - Economic Nobel Bulletin. - 2015. - № 1. - S. 79–85. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2015_1_13
5. Nekrasova L.A. (2014) Mekhanizm rozrobky stratehiyi innovatsiyno-investytsiynoho rozvytku pidpryyemstva [The mechanism of development of the strategy of innovation-investment development of the enterprise] / L.A. Nekrasova, O.V. Monich // [Elektronnyy resurs] Stratehiya rozvytku Ukrayiny. Ekonomika, sotsiolohiya, pravo.- Economics, sociology, law. – 2014, № 1. – S. 159-163. – Rezhym dostupu: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/7145/7990> [in Ukrainian].
6. Khaustova K. M. (2015) Investytsiyno-innovatsiyna stratehiya pidpryyemstva ta pidkhody do yiyi klasyfikatsiyi [Investment and innovation strategy of the enterprise and approaches to its classification] / K. M. Khaustova // Finansovyy prostir - Financial space. - 2015. - № 4. - S. 183-187. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2015_4_45 [in Ukrainian].
7. Belopol's'kyu M. H. (2016) Obruntuvannya stratehiyi zbalansovanoho rozvytku promyslovykh pidpryyemstv [Justification of the strategy of balanced development of industrial enterprises] / M. H. Belopol's'kyu, O. V. Kuz'mina // Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya : Menedzhment innovatsiy Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Management of innovations. - 2016. - T. 24, vyp. 6. - S. 23-33. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumi_2016_24_6_5 [in Ukrainian].
8. Oliynyk L. V. Upravlinnya innovatsiynym rozvytkom pidpryyemstva na osnovi formuvannya innovatsiynykh prohran [Management of innovative development of the enterprise based on the formation of innovative programs] / L. V. Oliynyk // Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya - Economics and management organization. - 2017. - Vyp. 3. - S. 51-59. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2017_3_7 [in Ukrainian].

РЕФЕРАТ

Дзюба О.М. Концептуальні підходи до формування і впровадження інновацій на підприємствах транспорту / О.М. Дзюба, О.В. Олешко // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». Науковий, науково-виробничий журнал. – К.: НТУ, 2023. – Вип. 3 (57).

В умовах глобалізації та жорсткої конкуренції впровадження інновацій стає ключовим фактором успіху та сталого розвитку підприємств. Актуальність розгляду концептуальних підходів до формування і реалізації інновацій на підприємствах в Україні набуває важливості у контексті поточної геополітичної ситуації, зокрема, повномасштабної війни, спричиненої російською агресією. Військовий конфлікт вносить ряд обмежень та викликів, які впливають на економічну стабільність та розвиток підприємств, змушуючи їх адаптуватися до нових умов функціонування. Підприємства повинні швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, впроваджуючи інноваційні рішення для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Вони можуть спрямувати свої інноваційні зусилля на розробку та впровадження технологій, які сприяють оборонній здатності країни та безпеці громадян. Інноваційні підходи можуть сприяти залученню міжнародної підтримки та розвитку співпраці з іноземними партнерами у сфері технологій та інновацій. Концептуальні підходи до інновацій відкривають нові горизонти для аналізу, планування та управління інноваційними процесами, дозволяючи адаптуватися до змінливих умов та викликів зовнішнього середовища. Аналіз наукових праць свідчить, що більшість авторів розглядають інновації як інструмент підвищення конкурентоспроможності та адаптації підприємств до мінливих умов зовнішнього середовища. При

цьому наголошується на важливості системного та комплексного підходу до формування інноваційної стратегії з урахуванням цілей, можливостей та обмежень конкретного підприємства. Важливим завданням лишається об'єднання всіх інтересів та прийняття раціональних та ефективних рішень з усіх напрямків виробничого, маркетингового, фінансового, науково-технічного та стратегічного управління. Формування інноваційної стратегії для підприємства - це складний і важливий процес, який передбачає розробку конкретних кроків і стратегічних рішень для досягнення інноваційних цілей і завдань організації. Першим кроком у формуванні інноваційної стратегії є ретельний аналіз існуючих ресурсів, можливостей і обмежень підприємства. Це включає в себе оцінку технічного потенціалу, наукових досліджень, кадрових ресурсів, фінансових можливостей та інфраструктури. Цільові інноваційні завдання слід обирати таким чином, щоб вони відповідали інноваційній меті і сприяли реалізації стратегії. Вони повинні бути узгоджені з корпоративною стратегією підприємства і враховувати всі аспекти, які впливають на інновації, включаючи технічні, фінансові, кадрові та ринкові аспекти. Важливо визначити, чи має підприємство необхідні знання, ресурси і технічні можливості для втілення інноваційних ідей. Інколи це може вимагати інвестицій у науково-дослідну роботу або нові технології. Залежно від інноваційної меті і завдань, підприємство повинно визначити стратегічні напрямки, які допоможуть досягнути поставлених цілей. Це може включати розробку нових продуктів, впровадження нових технологій, покращення операційних процесів тощо. Планування і ресурси є фундаментальними елементами розробки інноваційних стратегій, оскільки вони допомагають визначити, яким чином підприємство зможе реалізувати свої інноваційні цілі та завдання. На останньому етапі формування інноваційної стратегії підприємство реалізує свої інноваційні проекти відповідно до розроблених планів. Цей етап включає в себе контроль за виконанням проектів, звітність та корекцію стратегії при необхідності. Впровадження і реалізація інноваційної стратегії є фазою, яка насправді визначає успіх чи невдачу стратегії. Вона передбачає виконання певних завдань і дій, які спрямовані на досягнення інноваційних цілей організації. Дослідження перспектив запровадження інноваційних ідей на автотранспорті стосуються питань удосконалення обліку експлуатаційних витрат як витрат транспортного підприємства, безпосередньо пов'язаних із здійсненням транспортних перевезень. Заплановані інноваційні перетворення обов'язково мають бути проектними та передбачати певну послідовність у виборі та реалізації інноваційної стратегії: від постановки кінцевої меті до її реалізації щодо розробки оптимізованого підходу до організації обліково-аналітичної системи та її окремих елементів для прискорення зростання очікуваних доходів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: СТРАТЕГІЯ, РОЗВИТОК, ІННОВАЦІЯ, ПІДПРИЄМСТВО, ТРАНСПОРТ

ABSTRACT

Dziuba O., Oleshko O. Conceptual approaches to the formation and implementation of innovations in transport enterprises. Visnyk National Transport University. Series «Economic sciences». Scientific, scientific and industrial journal. – K.: NTU, 2023. – Issue 3 (57).

In today's conditions of globalization and fierce competition, the introduction of innovations becomes a key factor in the success and sustainable development of enterprises. The relevance of consideration of conceptual approaches to the definition, formation and implementation of innovations at enterprises in Ukraine acquires special importance in the context of the current geopolitical situation, in particular, a full-scale war caused by Russian aggression. The military conflict introduces a number of restrictions and challenges that affect the economic stability and development of enterprises, forcing them to adapt to new operating conditions. Enterprises must quickly respond to changes in the external environment, implementing innovative solutions to ensure their viability and competitiveness. Innovative approaches can help attract international support and develop cooperation with foreign partners in the field of technology and innovation. Conceptual approaches to innovation open new horizons for analysis, planning and management of innovation processes, allowing to adapt to changing conditions and challenges of the external environment. The analysis of scientific works shows that most authors consider innovation as a tool for increasing competitiveness and adaptation of enterprises to the changing conditions of the external environment. At the same time, the importance of a systematic and comprehensive approach to the formation of an innovative strategy is emphasized, taking into account the goals, opportunities and limitations of a specific enterprise. An important task remains the unification of all interests and the adoption of rational and effective decisions from all areas of production, marketing, finance, scientific and technical and strategic management. The formation of an innovative strategy for an enterprise is a complex and important process that involves the development of specific steps and strategic decisions to achieve innovative goals and objectives of the organization. Planning and resources are fundamental elements in the development of

innovation strategies, as they help determine how the enterprise will be able to realize its innovation goals and objectives. At the last stage of forming an innovation strategy, the enterprise implements its innovation projects in accordance with the developed plans. This stage includes project implementation control, reporting and strategy correction if necessary. The implementation and implementation of the innovation strategy is the phase that actually determines the success or failure of the strategy. It involves the performance of certain tasks and actions aimed at achieving the organization's innovative goals. The study of the prospects for the introduction of innovative ideas in motor vehicles concerns the issues of improving the accounting of operational costs as costs of the transport enterprise, directly related to the implementation of transport operations. Planned innovative transformations must necessarily be project-based and include a certain sequence in the selection and implementation of an innovative strategy: from setting the final goal to its implementation in relation to the development of an optimized approach to the organization of the accounting and analytical system and its individual elements to accelerate the growth of expected revenues.

KEYWORDS: STRATEGY, DEVELOPMENT, INNOVATION, ENTERPRISE, TRANSPORT

АВТОРИ:
AUTHORS:

РЕЦЕНЗЕНТИ:
REVIEWERS: