

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП «ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ», КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ
IMPERATYV PL SPÓŁKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
(ТОВ «ТОРГОВИЙ БУДИНОК ІМПЕРАТИВ», ВАРШАВА, ПОЛЬЩА)
MILTON FRIEDMAN UNIVERSITY (БУДАПЕШТ, УГОРЩИНА)
VILNIUS UNIVERSITY, DEPARTMENT OF ACCOUNTING AND AUDIT (ВІЛЬНЮС, ЛИТВА)
ТОВ «ХЛАДОПРОМ»

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ВІДНОВЛЕННЯ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, ПРІОРИТЕТИ, ПРАКТИКИ»



2025

Харків,
3 квітня 2025 року

УДК 338.246.88
М 74

Редакційна колегія:

Гурова Капіталіна – в. о. директора, к. е. н., доцент, Заслужений працівник народної освіти України.
Савченко Ілля – заступник директора з навчально-методичної роботи, к. держ. упр., доцент.
Болотова Тетяна – завідувач відділення економіки та бізнесу, к. е. н., доцент.
Гібкін Кирило – завідувач відділення харчових технологій та сфери обслуговування.
Золотухіна Олена – заступник директора з навчально-методичної роботи.
Кулінченко Сергій – голова ради студентського самоврядування коледжу.
Домбровська Світлана – в. о. проректора з наукової роботи Національного університету цивільного захисту України, д. держ. упр., професор, Заслужений працівник освіти України.
Барішевський Олексій – Голова Наглядової ради ТОВ «ХЛАДОПРОМ».
Ніколенко Борис – директор ТОВ «Торговий будинок ІМПЕРАТИВ», Imperatyv PL Sp. Z o.o, (Варшава, Польща).
Peter Szatmari – Dr., проректор з загальної роботи та зав'язків з громадськістю Milton Friedman University (Будапешт, Угорщина).
Rasa Subacienė – Dr., завідувач кафедри обліку та аудиту Вільнюського університету, професор (Вільнюс, Литва).
Чумак Оксана – завідувач кафедри економіки та бізнес-технологій Державного університету «Київський авіаційний інститут», д. е. н., професор.

Рекомендовано до оприлюднення Педагогічною радою ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ» (протокол № 9 від 26.03.2025 р.).

Збірник тез доповідей містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики», в яких розглядається основні напрями створення умов для модернізації національної економіки, розробити підходи до формування політики модернізації економіки та пропозиції щодо механізму її реалізації.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових доповідей та повідомлень. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної ради збірника.

М 74 **Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення та модернізація економіки України: виклики, пріоритети, практики».** – Харків : ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2025. – 226 с.

© ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», 2025.

– *ідентифікація та автентифікація товарів*: блокчейн-технологія дозволяє точно відстежувати походження продукції, що особливо важливо у фармацевтиці, харчовій промисловості та виробництві високоякісних товарів.

Відтак, із розвитком глобальних ринків і зростанням конкуренції важливим фактором для успіху підприємства є здатність ефективно управляти логістичними процесами. Інноваційні підходи дозволяють знижувати витрати на транспортування, оптимізувати складування та покращувати взаємодію з постачальниками та споживачами.

Таким чином, застосування інноваційних підходів до управління логістичними процесами є важливим чинником підвищення ефективності та отримання нових можливостей у діяльності підприємства. Впровадження цифрових технологій, автоматизації, аналітичних систем та блокчейн-технологій сприяють зниженню витрат, підвищенню продуктивності та покращенню обслуговування клієнтів, а також дозволяють підприємствам досягати високого рівня конкурентоспроможності та адаптуватися до швидких змін ринку.

Список використаних джерел:

1. Климчук О.В. Економічна сутність розвитку інноваційних процесів у виробництві біопалива. *Вісник аграрної науки*. 2014. № 8. С. 62–65.
2. Кушнір Л., Яковлева О. Основні тенденції розвитку інноваційних технологій у транспортно-логістичній сфері. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-73>.
3. Климчук О. В. Сучасні аспекти використання інформаційних систем і технологій в управлінні. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. С. 170–171.
4. Франів І., Хархаліс І. Інноваційні підходи управління логістичними системами розподілу продукції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-105>.
5. Климчук О.В. Сучасні процеси розвитку в Україні інформаційних систем і технологій в управлінні підприємствами. *Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України*: тези доповідей I Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Київ, 15 березня 2021 року. Ред. колегія О.С. Волошкіна та ін. Київ: ІТТА, 2021. С. 199-201.

Бережна Ю. Г., к. е. н., доцент, викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РІШЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Стан та ефективний розвиток аграрних підприємств безпосередньо впливає на функціонування всієї національної економіки та на рівень продовольчої безпеки держави. Незважаючи на це, аграрний сектор економіки в цілому та сільське господарство зокрема знаходиться в тяжкому стані. Основні причини такого стану є наступні: зниження інвестиційної привабливості підприємств АПК, низький рівень рентабельності переважної більшості аграрних підприємств, недостатність необхідних коштів для техніко-технологічного

оновлення виробництва тощо. Тому, з метою виходу із кризового стану та прискореного розвитку аграрної галузі, а також для того, щоб аграрне підприємство розвивалося, підвищувало свою конкурентоспроможність і мало лідерські позиції, на нашу думку, слід основну увагу зосередити на розвитку комплексу маркетингу інновацій на підприємстві. Зважаючи на це, основними завданнями маркетингу в інноваційному процесі є:

1. Аналіз ринкових позицій і визначення можливих напрямків розвитку підприємства, прийнятних з точки зору зовнішніх умов господарювання (ринкових можливостей і загроз) та наявного в підприємства потенціалу.

2. Розроблення на цій основі ідей і задумів нових товарів, які користуватимуться попитом у споживачів і будуть ефективними у виробництві, збуті та споживанні.

3. Оцінка ринкових перспектив нових видів продукції (оцінка достатності ринкового потенціалу).

4. Розроблення заходів щодо формування та стимулювання споживчого попиту на нову продукцію (просування інновацій на ринок).

Отже, маркетинговий підхід до управління інноваційними процесами на аграрному підприємстві – це комплексний підхід, який розглядає товар і інновацію одночасно з точки зору й виробника й споживача. На нашу думку, тільки таке бачення проблеми дозволить домогтися забезпечення потреб споживачів і підтримки тривалих відносин між ними та підприємством [1].

Логіка подальшого дослідження потребує розгляду поняття інновація.

У світовій економічній літературі немає однозначного визначення інновацій. Навіть переклад слова “інновація” (від англійської “innovation”) у різних авторів значною мірою відрізняється. Буквальний переклад з англійської означає “уведення новацій” чи в нашому розумінні цього слова “уведення нововведень”. Українське словосполучення “нововведення” у буквальному значенні “уведення нового” означає процес використання нововведення. Таким чином, з моменту прийняття до поширення нововведення здобуває нової якості та стає інновацією. Ця категорія здебільшого трактується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях.

Отже, різновидом інновації, що реалізується в аграрному секторі економіки з метою підвищення ефективності його діяльності та забезпечення стабільного розширеного відтворення сільськогосподарського виробництва є аграрна інновація або агроінновація.

Агроінновації є реалізацією в господарську практику результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і птиці, нових технологій в рослинництві, тваринництві і переробній промисловості, нових добрив і засобів захисту рослин і тварин, нових методів профілактики і лікування тварин і птиці, нових або покращених продуктів харчування, матеріалів, нових форм організації і управління різними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, що дозволяють підвищити ефективність виробництва.

Підсумовуючи вищезгадане, робимо висновок, що для аграрних підприємств більш доречним є наступне визначення: інновація – це кінцевий результат нововведення, спрямований на досягнення економічного, соціального та екологічного ефекту через упровадження та використання ресурсозберігальних та екологоохоронних технологій, нових видів аграрної продукції, нових виробничих і транспортних засобів, пошук нових ринків збуту, а також упровадження нових форм організації виробництва на аграрних підприємствах.

У реальних умовах, які склалися нині в економіці АПК, коли доводиться частіше говорити про виживання, а не про економічне зростання, багато учених-аграріїв вважають пріоритетними інновації у сфері селекції; ресурсозберігаючих технологій; надійності, ефективності, ремонтпридатності сільськогосподарської техніки, продовження терміну служби та підвищення продуктивності машин; екології тощо.

На підставі аналізу наукових літературних джерел, зокрема [2], основні фактори, що перешкоджають активізації інноваційної діяльності, на наш погляд, можна поділити на дві групи:

- фактори зовнішнього середовища (недосконалість законодавчої бази з питань регулювання інноваційної діяльності; недосконалість роботи спеціалізованих інноваційних структур (агротехнопарки, агротехнополіси, інкубатори); нерозвиненість інформаційно-консультаційних служб; відсутність чіткої інноваційної політики держави та фінансової підтримки інноваційних проектів в аграрній сфері; недостатньо розвинена інноваційна інфраструктура; низький науково-інноваційний потенціал держави, регіонів; вплив наукових кадрів);

- фактори внутрішнього середовища (відсутність внутрішніх джерел фінансування інноваційної діяльності; слабкість матеріально-технічної та наукової бази; високий економічний ризик; низький рівень прибутковості; відсутність інформації про ринки інновацій; дорожнеча науково-дослідницьких розробок; невідповідність методів управління аграрним підприємством вимогам зовнішнього середовища; слабка розвиненість маркетингових технологій; низький професійний рівень підприємця-інноватора).

Отже, для успішного просування пріоритетних напрямів інноваційного розвитку агропромислового виробництва необхідно забезпечити ефективне управління інноваційним процесом на засадах маркетингу. Докладніше взаємозв'язок таких понять, як маркетинг та інновація, а також найбільш поширене їх поєднання буде розглянуто в наступному підрозділі.

Список використаних джерел:

1. Савіцька О. П. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств сфери послуг. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права». 2020. С.33–36.
2. Цвілий С.М. Корнієнко О.М. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 42. 2021. С.50–55.

Бичкова С.-А. С., здобувач освіти,
науковий керівник: **Безверха Я. Ю.**, викладач,
ВСП «Київський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасні інноваційно-технологічні рішення є основою для розвитку економік країн, зокрема України. Вони забезпечують підвищення ефективності виробництва, зменшення витрат, створення нових робочих місць і підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Модернізація економіки України потребує впровадження новітніх технологій у різних сферах: від промисловості до сільського господарства. Важливими складовими цього процесу є цифровізація, зелена енергетика, інновації в агросекторі та розвиток інфраструктури [1, 4].

Цифровізація економіки України передбачає впровадження і використання електронного урядування та цифрових послуг, Інтернету речей (IoT) і штучного інтелекту, блокчейн-технологій. Одним з ключових напрямів цифровізації економіки України є впровадження електронного урядування та цифрових послуг для громадян і підприємств. Завдяки розвитку електронних державних послуг, спрощуються взаємодії між державними

З М І С Т

СЕКЦІЯ 1

ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	3
Мазур Н .А., Місюк К. М.	3
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ	3
Котвицька Н. М.	6
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СУЧАСНИХ АГРАРНИХ І ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	6
Карпенко А. В., Юртаєв Д. М.	9
ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА СТИМУЛЮВАННЯ В СФЕРІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
Дибчук Л. В.	11
ТЕХНОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ В МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЯХ УКРАЇНИ.....	11
Siedykh Kostiantyn	14
JUSTIFICATION OF THE CONCEPT FOR DEVELOPING CHEESECAKE TECHNOLOGY BASED ON COMBINED DAIRY RAW MATERIALS	14
Сторожилова У. Л., Девід Хельбек.....	15
МАЙБУТНЄ ОСВІТИ: КОЛЕДЖІ НА ШЛЯХУ ДО ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ...	17
Аштаєва Н. Л., Аштаєв О. С.....	19
АНАЛІЗ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В ХАРЧОВІЙ ГАЛУЗІ	19
Бабак М. І.	21
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	21
Бережна Ю. Г.	24
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РІШЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	24
Бичкова С.-А. С.	26
ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	26
Буревич С .С.	29
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТИ: КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	29
Вітрик І. В.	30
НАПРЯМИ МІНІМІЗАЦІЇ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	30