

бути ефективним способом захисту інновацій від недобросовісних конкурентів та забезпечення їхнього безперешкодного впровадження. Ці стратегії та інструменти допомагають підприємствам захищати свої інновації та зберігати конкурентну перевагу на ринку в умовах постійної конкуренції та змін.

### Література

1. Яценко, В. М. (2019). Сучасні тенденції функціонування і розвитку індустрії туризму та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry: Collective monograph*, 224-237.
2. Гнатенко, І. А., & Хаустова, Є. Б. (2021). Реалізація концепції економічної свободи та лібертаріанства в Україні з метою розвитку біржової діяльності, торгівлі та інноваційного підприємництва. *Актуальні проблеми економіки*, 2 (236), 57-66.
3. Гамова, І. В. Я. (2023). Інноваційний маркетинговий менеджмент в екосистемі е-торгівлі. *Маркетинг і цифрові технології*, 7(3), 131-143.

УДК 339.1

Оніпченко М. С., аспірант  
Національний університет фізичного виховання і спорту України  
Богданов В. В., аспірант  
Європейський університет  
Приступа Д. С., аспірант  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

### **РЕАЛІЗАЦІЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ ІННОВАЦІЙНО ОРІЄНТОВАНИХ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Антикризова політика для інноваційно активних суб'єктів підприємництва включає в себе ряд стратегій та заходів, спрямованих на збереження стійкості та здатності до виживання підприємства в умовах кризи. Розширення асортименту продукції та розподіл ризиків шляхом присутності на різних ринках допомагають підприємствам зберегти стабільність навіть у складних економічних умовах. Аналіз та оптимізація витрат може допомогти зберегти ресурси та знизити загальні витрати. Це може включати перегляд витрат на рекламу, маркетинг, операційні витрати та інші види витрат. Підтримка та розвиток команди співробітників, яка володіє потрібними навичками та знаннями, може допомогти підприємству ефективно реагувати на кризові ситуації та швидко адаптуватися до змін. Аналіз ризиків та розробка стратегій їх управління є ключовим аспектом

антикризової політики. Це може включати страхування, диверсифікацію портфеля, управління фінансовими ризиками та інші заходи.

Кризові періоди можуть відкривати нові можливості для розвитку та росту [1-3]. Підприємства можуть використовувати цей час для реалізації інноваційних ідей, розширення ринків або запровадження нових продуктів та послуг. Взаємодія з іншими підприємствами, урядовими організаціями та іншими стейкхолдерами може стати ефективним інструментом управління кризовою ситуацією та забезпечити доступ до ресурсів та підтримки. Ці стратегії та заходи допомагають інноваційно активним суб'єктам підприємництва зберегти стійкість та гнучкість в умовах кризи, а також використовувати можливості для подальшого розвитку та зростання [4-6].

Умови активізації маркетингового менеджменту вимагають від інноваційно активних суб'єктів підприємництва впровадження специфічних політик для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності їхніх інновацій. Підприємства можуть розробляти стратегії для позиціонування своїх інновацій на ринку, зокрема, визначення унікальних конкурентних переваг та розвиток бренду, що відповідає особливостям їхніх продуктів чи послуг. Збільшення обсягу маркетингових досліджень та аналізу дозволяє суб'єктам підприємництва краще розуміти потреби та попит на ринку, а також виявляти можливості для інновацій та підтримки прийняття стратегічних рішень. Суб'єкти підприємництва повинні бути готові швидко адаптуватися до змін у ринковому середовищі, використовуючи гнучкі маркетингові стратегії та швидко реагуючи на конкурентний тиск та зміни в попиті споживачів. Важливо розробляти ефективні стратегії ціноутворення та просування продукції, щоб забезпечити максимальну вигоду від інновацій та зберегти конкурентоспроможність на ринку. Розробка інтегрованих підходів до комунікації зі споживачами та іншими зацікавленими сторонами може збільшити ефективність маркетингових кампаній та підвищити рівень усвідомлення та зацікавленості у продуктах чи послугах. Підприємства повинні розробляти стратегії для постійного оновлення та розвитку свого портфеля інновацій, зокрема, за допомогою інвестицій у дослідження та розробки нових продуктів, технологій та послуг.

Ці політики спрямовані на підтримку ефективного маркетингового менеджменту та забезпечення успішного впровадження інновацій, що дозволяє суб'єктам підприємництва використовувати конкурентні переваги на ринку.

Як приклад, маркетингова та антикризова політика інноваційних підприємств в умовах війни вимагає комплексного підходу та розробки стратегій, спрямованих на збереження стійкості та виживання в складних умовах. Розширення асортименту продукції та диверсифікація ринків може допомогти зменшити вплив військових конфліктів на діяльність підприємства. Розробка продуктів для різних ринків і сегментів споживачів може збільшити стійкість бізнесу до економічних труднощів на одному

ринку. Аналіз ризиків та розробка стратегій управління ними є ключовим аспектом антикризової політики. Зниження надмірних витрат та збереження ресурсів може допомогти підприємствам витримати випробування військових конфліктів. Підприємства повинні адаптувати свої маркетингові стратегії до нових умов, зокрема, зміни в споживчому попиті, поведінці конкурентів та політиці цін. Важливо аналізувати та прогнозувати зміни на ринку та реагувати на них швидко і ефективно. Розширення географії своєї діяльності та співпраця з міжнародними партнерами може забезпечити інноваційним підприємствам додаткові можливості для розвитку та виживання у військових умовах. Підтримка та розвиток персоналу є важливим аспектом антикризової політики. Інвестування в навчання та розвиток співробітників дозволяє забезпечити компетентний персонал, який готовий ефективно працювати в умовах військових конфліктів. Важливо мати фінансові резерви та гнучкість в управлінні фінансами, щоб бути готовими до непередбачених витрат та економічних труднощів, які можуть виникнути внаслідок військових конфліктів. Зазначені напрямки можуть допомогти інноваційним підприємствам зберегти стійкість та продовжити свою діяльність в умовах військових конфліктів.

### Література

1. Бірюков, О. В. (2013). Інноваційні та інноваційно-активні підприємства: спільні та відмінні ознаки. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*, (25 (2)), 169-176.
2. Гнатенко, І. (2021). Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*, (1-2), 111-121.
3. Грищенко, І., Ганущак-Єфіменко, Л., Гнатенко, І., & Ребілас, Р. (2023). Управління дизайн середовищем розвитку інноваційного підприємництва в інтегрованих структурах в умовах післявоєнного відновлення. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(52), 341–352.
4. Зось-Кіор, М., Кирилюк, Є., & Терентьєва, О. (2021). Моделювання управління земельними ресурсами в Україні в контексті глобалізації та формування сталих агропродовольчих систем. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки*, 65-72.
5. Костюченко, В. М. (2010). Джерела фінансування інноваційного розвитку суб'єктів підприємництва в Україні: правовий аспект. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, (2 (17)), 161-167.

6. Поліщук, Н. В. (2009). Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, (2), 310-317.

УДК 339.5

Янечко С.В., аспірант  
Київський національний університет  
технологій та дизайну  
Лі Вей, аспірант  
Одеський державний аграрний університет  
Коваль В. Г., аспірант  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

### **АКТИВІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Логістика в зовнішньоекономічній діяльності інноваційних підприємств відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного управління ланцюгами постачання та максимізації міжнародної конкурентоспроможності. Інноваційні підприємства повинні постійно аналізувати та оптимізувати свої логістичні процеси, починаючи від закупівель сировини та компонентів до доставки готової продукції до клієнтів. Це може включати впровадження новітніх технологій, автоматизацію та використання аналітики для управління запасами та оптимізації маршрутів доставки. З міжнародним розширенням діяльності виникають нові виклики у логістиці, такі як митні формальності, управління міжнародними транспортними маршрутами та збереження нормативних вимог у різних країнах. Ефективне управління міжнародною логістикою дозволяє зменшити час та витрати на доставку, збільшуючи при цьому задоволення клієнтів. Інноваційні підприємства повинні мати гнучкі логістичні системи, які можуть швидко адаптуватися до змін у попиті, технологіях та ринкових умовах. Це включає реакцію на несподівані зміни, такі як зміни в законодавстві, тарифах або геополітичній ситуації. Бізнес може залучати до співпраці логістичних партнерів, таких як постачальники логістичних послуг, перевізники та транспортні компанії, для забезпечення найкращих умов постачання та доставки. З міжнародними перевезеннями пов'язані ризики, такі як затримки у поставках, втрата товарів або пошкодження вантажу. Стратегії страхування ризиків можуть допомогти зменшити вплив таких подій на діяльність підприємства [1-3].

Інноваційні підприємства можуть застосовувати новітні технології у логістичних процесах, такі як використання інтернету речей (далі – IoT), штучний інтелект (далі – ШІ), блокчейн технології тощо, для оптимізації та