

ГОНЧАРУК В. Г., здобувач вищої освіти

Науковий керівник – **СУХОРИКОВА АННА**, к. н. з держ. упр., доцент,
Миколаївського національного аграрного університету, Миколаїв

ЛІДЕРСТВО МЕНЕДЖЕРА У ВПРОВАДЖЕННІ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

У сучасних умовах зростаючої конкуренції та динамічного розвитку ринкових відносин здатність підприємств упроваджувати маркетингові інновації стає одним із ключових чинників їхнього успіху. Вирішальну роль у цьому процесі відіграє лідерство менеджера, адже саме від його бачення, компетентності та вміння мотивувати команду залежить ефективність реалізації нових підходів. Менеджер-лідер не лише формує стратегічні орієнтири, а й створює сприятливе середовище для творчого пошуку, ініціативності та адаптації інновацій до потреб споживачів.

Лідерство менеджера відіграє ключову роль у впровадженні маркетингових інновацій. Управлінські та особистісні якості лідера впливають на здатність підприємства швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, впроваджувати нові підходи до просування продукції та формувати конкурентні переваги. Ефективне лідерство сприяє розвитку інноваційної культури, підвищенню мотивації персоналу та підвищенню результативності маркетингових стратегій.

Маркетинг інновацій можна розглядати як діяльність, спрямовану на пошук нових напрямів розвитку, створення абсолютно нових товарів та впровадження інновацій у вже існуючі продукти [4]. З практичної точки зору, маркетинг інновацій передбачає виробництво та збут інноваційної продукції з метою задоволення потреб споживачів і підвищення конкурентоспроможності товарів. Це передбачає проведення маркетингових досліджень, які допомагають визначити, які продукти потребують удосконалення або розробки з початку. На основі результатів таких досліджень розробляються нові інновації та організовується їхнє просування на ринок [1].

Будь-яка інновація матиме практичну цінність лише тоді, коли вона сприятиме ефективнішій роботі команди чи підрозділу та буде сприйматися іншими як крок уперед. Тому керівникам проєктів і команд важливо приділяти особливу увагу розвитку соціальної ідентифікації. Зокрема, результати досліджень свідчать, що ключовими чинниками цього процесу є лідерство, засноване на ідентичності, та стиль «лідера-учасника взаємодії». Саме ці аспекти значною мірою визначають рівень згуртованості й належності працівників до колективу. Отже, якість взаємодії між лідером і командою безпосередньо впливає на формування соціальної ідентифікації. Керівники, які вибудовують конструктивні стосунки зі своїми співробітниками, сприяють зростанню відчуття єдності та спільної відповідальності в колективі. [2]

Формування культури інновацій потребує комплексного підходу та поступової трансформації. Необхідно розробити чітку стратегію, що визначає пріоритети: створення нових продуктів, вдосконалення існуючих або оптимізація процесів, а також конкретні цілі та ресурси для їх реалізації.



Працівників слід стимулювати до генерації ідей, підтримувати міжфункціональну взаємодію та забезпечувати психологічну безпеку, де помилки сприймаються як джерело навчання [5]. Менеджери мають демонструвати зацікавленість у ініціативах команди, мінімізувати бюрократичні перепони та публічно відзначати досягнення, що сприяє активному впровадженню інновацій і зміцнює інноваційну культуру організації. [3]

Лідерство менеджера є ключовим для успішного впровадження маркетингових інновацій. Компетентний керівник стимулює ініціативність працівників, створює сприятливе середовище для креативності та забезпечує ефективну реалізацію нових рішень. Важливе значення має розвиток командної ідентифікації, підтримка психологічної безпеки та зменшення бюрократії. Ефективне лідерство підвищує результативність інновацій, зміцнює конкурентоспроможність і сприяє сталому розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/46.pdf
2. Лідерство та менеджмент впровадження інновацій у забезпеченні цифрових трансформацій. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1483/1493>
3. Poltorak A., Khrystenko O., Sukhorukova A., Moroz T., Sharin O. Development of an integrated Approach to assessing the impact of innovative development on the level of financial security of households. Eastern-European of Enterprise Technologies, 2022, 1 (13-115). P. 103-112.
4. Бобровська Н. В., Сухорукова А. Л., Бурковська А. І. Трансформаційні процеси бізнес-середовища в контексті європейської інтеграції України. Modern Economics. Електронне наукове видання з економічних наук. №34. Вересень 2022. Миколаївський національний аграрний університет, 2022. С.13-20.
5. Щербаков О. Л., Курепін В. М. Регулювання режиму праці та відпочинку працівників аграрної галузі. Проблеми та перспективи розвитку охорони праці: збірник наук. праць V Всеукраїнської науково–практичної конференції викладачів та фахівців–практиків та XV Всеукраїнської науково-практичної конференції курсантів, студентів, аспірантів та ад'юнктів (м. Львів. 15 травня 2025 р.). Львів : ЛДУБЖД, 2025. С. 132-135.

