

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

**Дергач Я. О.,
ЗВО спеціальності 073 Менеджмент
Миколаївський національний аграрний університет**

В умовах динамічних змін та невизначеності сучасного ринку здатність підприємств забезпечувати стійкість і конкурентоспроможність значною мірою залежить від ефективності їхнього інноваційного розвитку. Попри визнання важливості інноваційного підходу, залишається актуальною проблема розробки цілісних стратегій, які дозволяли б не лише адаптуватися до зовнішніх викликів, а й використовувати їх як можливості для зростання.

Інноваційні стратегії розглядаються вченими як ключовий інструмент адаптації бізнесу до викликів сучасності. За словами Мацієвського А. Є. та співавторів, навіть за обмежених ресурсів ефективність може бути досягнута завдяки цифровим інструментам і адаптивному плануванню [1]. Яворський М. В. акцентує на тому, що оцінка результативності інноваційних стратегій є необхідною умовою оптимізації діяльності підприємства та забезпечення його сталого розвитку [2]. Таким чином, дослідження підтверджують тісний зв'язок між інноваційною діяльністю та конкурентоспроможністю підприємств.

Інноваційний розвиток є основою стійкості підприємств в умовах швидких зовнішніх змін. Його сутність полягає у систематичному впровадженні нових технологій, продуктів і рішень, що забезпечують якісні трансформації бізнесу та підвищують його конкурентоспроможність. Ефективна інноваційна діяльність ґрунтується на глибокому аналізі ринку й потреб споживачів. У зв'язку з цим виникає потреба у визначенні стратегічних підходів, які дозволяють підприємствам ефективно впроваджувати інновації та закріплювати конкурентні позиції. Саме тому у сучасному менеджменті виокремлюють кілька концепцій інноваційних стратегій:

1. Концепція відкритих інновацій – взаємодія з партнерами та залучення зовнішніх знань для прискорення розвитку та зниження витрат.

2. Концепція радикальних інновацій – створення принципово нових продуктів або процесів, що докорінно змінюють ринок чи галузь.
3. Концепція інкрементальних інновацій – поступове вдосконалення існуючих продуктів чи процесів без докорінних змін.
4. Концепція «бережливих» інновацій – оптимізація ресурсів і мінімізація витрат, особливо актуальна в умовах кризи.
5. Клієнтоорієнтована концепція інновацій – створення продуктів і послуг на основі глибокого розуміння потреб споживачів.
6. Концепція зворотних інновацій – розробка продуктів для ринків, що розвиваються, з подальшою адаптацією для розвинених економік [1].

Важливою складовою інноваційних стратегій є їхня здатність поєднувати довгострокове бачення розвитку з гнучкістю у реагуванні на непередбачувані зміни середовища. Успіх їх реалізації визначається ефективним управлінням знаннями, залученням інвестицій та формуванням культури постійного вдосконалення. Інноваційні стратегії, орієнтовані на партнерство, кооперацію та розвиток людського потенціалу, дозволяють підприємствам не лише адаптуватися до викликів, а й створювати нові конкурентні переваги.

Отже, інноваційні стратегії відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств в умовах невизначеності. Вони дозволяють реагувати на потреби клієнтів, впроваджувати нові технології й оптимізувати діяльність навіть за обмежених ресурсів. Використання цифрових інструментів, адаптивного планування та системної оцінки ефективності інноваційних рішень створює підґрунтя для сталого розвитку підприємств у сучасному економічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Мацієвський А. Є., Солонінко В. З., Чорнодольський В. І., Ядельський Р. І., Яримович Ю. І., Ясків Н. Б. Інноваційні стратегії розвитку підприємств в умовах кризових ситуацій. Львів, 2024. С. 321–327. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13800328> (дата звернення: 27.09.2025).

2. Яворський М. В. Стратегія розвитку підприємства та її ефективність у сучасних умовах господарювання. Вінниця, 2024. С. 49. URL: [https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/53736/1/Yavorsky_M.V._Evnm-21%20\(1\).pdf](https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/53736/1/Yavorsky_M.V._Evnm-21%20(1).pdf) (дата звернення: 27.09.2025).

*Науковий керівник – Олійник Т. Г.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет*

МОНІТОРИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Дубінка Є.В.
здобувачка вищої освіти
Миколаївський національний аграрний університет

У сучасних умовах розвитку аграрного сектору економіки України та світу моніторинг ефективності менеджменту на сільськогосподарських підприємствах набуває особливого значення. Це зумовлено нестабільністю зовнішнього середовища, впливом глобальних викликів, таких як зміна клімату, війна та економічні кризи, а також необхідністю підвищення конкурентоспроможності. Згідно з даними OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development / Організація економічного співробітництва та розвитку), загальна підтримка сільськогосподарського сектору в 54 країнах у 2021-2023 роках становила в середньому 842 млрд дол. США на рік, що підкреслює важливість ефективного моніторингу для раціонального використання ресурсів [1]. Моніторинг дозволяє своєчасно виявляти проблеми, оцінювати результати управлінських рішень та забезпечувати раціональне використання ресурсів, сприяючи стійкому розвитку.

Проблема полягає в відсутності комплексних систем моніторингу, що інтегрують фінансові, операційні та стійкі аспекти управління аграрними