

Бондар-Підгурська О. В.
*д-р екон. наук, проф.,
професор кафедри менеджменту
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна
ORCID: 0000-0001-7792-4023;*

Лилов А. А.
*студент кафедри менеджменту,
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна;*

Пересада О. О.
*студент кафедри менеджменту,
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НОВОВВЕДЕНЬ У ДИНАМІЧНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ, ІННОВАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ І СТАЛИЙ РОЗВИТОК

У сучасних умовах бурхливого розвитку технологій і впливу глобалізації підприємства функціонують і розвиваються у середовищі, яке характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими змінами ринкових умов і необхідністю постійної трансформації бізнес-процесів. Саме тому нововведення та інноваційна діяльність стають одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Ефективний менеджмент нововведень дозволяє підприємствам адаптуватися до зовнішніх змін, мінімізувати ризики виникнення кризових ситуацій і реалізувати цілі сталого розвитку завдяки правильно обраній стратегії.

При цьому менеджмент нововведень можна розглядати як систему принципів, методів, інструментів управління процесами створення, впровадження і комерціалізації нових продуктів, технологій та організаційних рішень, а також з позиції процесу – послідовного поєднання базових його функцій (рис.1). Основна мета полягає у підвищенні результативності діяльності підприємств, формування інноваційного потенціалу, здатного забезпечити стійкість у динамічному конкурентному середовищі, де інновації стають як чинником їх розвитку, так і необхідною умовою життєздатності підприємств на ринку. Тому, динамічне конкурентне середовище вимагає від підприємств формування гнучких систем управління, здатних швидко реагувати на зміни, впровадження сучасних методів, підходів, принципів менеджменту нововведень, серед яких найбільш актуальними нині є стратегічне планування інноваційної діяльності, управління знаннями, використання цифрових технологій та розвиток нової корпоративної культури, орієнтованої на творчість і постійне вдосконалення. Провідне місце тут належить інноваційній інфраструктурі підприємств, яка поєднує технологічні центри, партнерські мережі, науково-дослідні департаменти.

Задля підвищення рівня ефективності менеджменту нововведень варто, на авторську думку, застосовувати комплексний підхід, що дозволить позиціонувати нововведення як інструмент антикризового управління, основу інноваційної привабливості підприємства та сталого його розвитку в динамічному конкурентному середовищі [1-2] (рис.1). Саме інноваційна діяльність стає інструментом антикризового управління, оскільки дозволяє підприємствам шукати нові ринки, оптимізувати витрати та мінімізувати використання ресурсів. У періоди економічних занепадів нововведення стають джерелом змін і відновлення економічної активності [3]. При цьому, до особливостей менеджменту нововведень із позиції антикризового управління можна зарахувати: 1) швидкість і гнучкість рішень (короткі цикли планування, “швидкі перемоги”, тестування рішень без довгих погоджень); 2) пріоритетизацію портфеля інновацій (фокус на нововведеннях, спроможних забезпечити швидкий ефект (витрати, ліквідність, безперервність процесів), уникнення “дорогих і довгих” проєктів); 3) специфічне управління ризиками та сценарне планування: ранні сигнали, стрес-тести тощо); 4) ресурсна мобілізація (перерозподіл бюджету та персоналу, створення кросфункціональних антикризових команд); 5) обов’язкове збереження критичних функцій (нововведення спрямовані на стабілізацію операцій – логістика, енергостійкість, ІТ-безпека, якість).

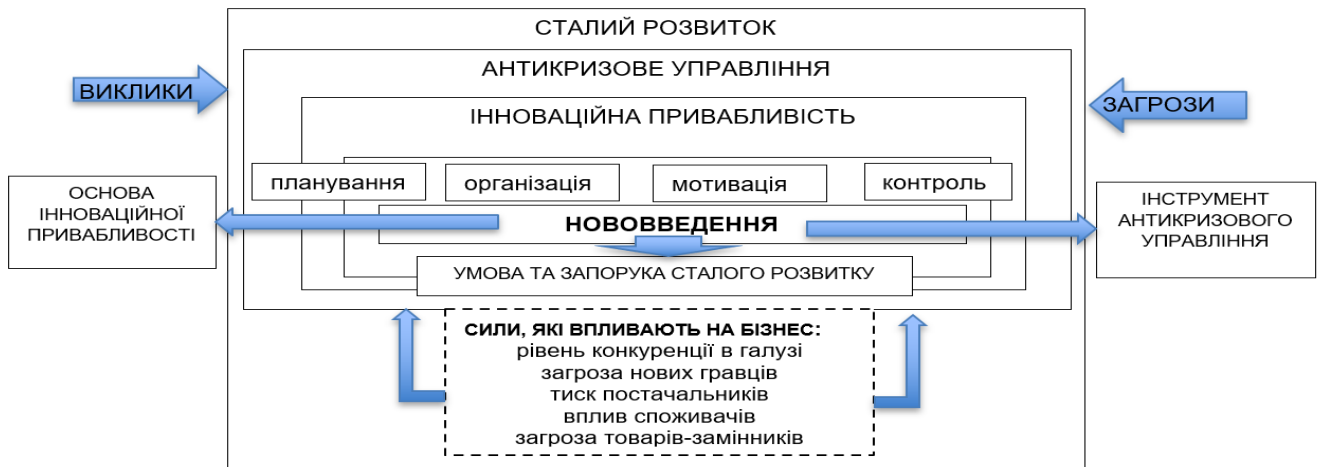


Рисунок 1 – Візуалізація комплексного підходу до менеджменту нововведень як інструменту антикризового управління, основи інноваційної привабливості підприємства та сталого його розвитку в динамічному конкурентному середовищі

Джерело: авторська розробка

Інноваційна привабливість підприємства є важливим чинником залучення інвестицій і розвитку партнерських відносин. Підприємства з високим рівнем інноваційної привабливості мають більше шансів на отримання грошової підтримки, участі у міжнародних проєктах і диверсифікації їх діяльності на глобальних ринках [4]. При цьому, до особливостей менеджменту нововведень із позиції інноваційної привабливості можна зарахувати такі: 1) чітка ціннісна пропозиція інновації (інвестору або партнеру має бути зрозуміло “що дає інновація” – ринок, масштабування, економічний ефект); 2) прозорість і вимірюваність (KPI інновацій (ROI, payback, NPV, частка нових продуктів у доході), культура доказовості (дані, пілоти, результат)); 3) наявність партнерств та екосистем (кооперація з університетами, стартапами, інкубаторами, кластерами; відкриті інновації); 4) захист об’єктів інтелектуальної власності (патенти, ноу-хау, договори, щоб інновації були “капіталізованими”); 5) акцент на «бренд інноваційності» (репутація підприємства як технологічного та авангардного посилює доступ до фінансування, кадрів і ринків).

Інноваційна діяльність підприємств сприяє формуванню більш збалансованої економічної системи. При цьому, до особливостей менеджменту нововведень з позиції реалізації цілей сталого розвитку можна зарахувати такі: 1) поєднання економічних, екологічних і соціальних цілей (нововведення мають бути спрямовані на мінімізацію витрат з одночасним поліпшенням екологічних і соціальних індикаторів); 2) дотримання принципів енергоефективності і ресурсозбереження (“зелені” технології, мінімізація витрат, перехід до циркулярних моделей); 3) орієнтація на ESG і комплаєнс (відповідність стандартам, прозорість постачання, етика, безпека праці); 4) забезпечення стійкості ланцюгів постачання (диверсифікація постачальників, локалізація, цифрова прозорість); 5) формування людського капіталу нового покоління і культури змін (навчання, залученість, інклюзивність) [1-4].

Таким чином, у динамічному конкурентному середовищі менеджмент нововведень спрямований на комплексне управління змінами підприємства, забезпечуючи антикризовість як швидкість і резильєнтність, інноваційну привабливість як ресурси й масштаб, а сталий розвиток як довгострокову стійкість.

Список використаних джерел

1. Бондар О. В. Методологічні та концептуальні основи трансформації економіки України на шляху інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2010. № 5 (19). С. 13–19.
2. Бондар-Підгурська О. В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2016. 531 с.
3. Бондар-Підгурська О. В. Інноваційна активність промисловості в умовах глобальної кризи. *Технологічний аудит і резерви виробництва*. 2013. №2/2 (10). С. 18–22.
4. Бондар-Підгурська О. В., Хоменко І. І., Коновалова Н. С. Інноваційна привабливість організацій у ситуаціях війни та післявоєнної розбудови економіки України: корпоративні відносини й інтелектуальна власність. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С. 36-46. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2022&abstract=2022_8_0_36_46 (дата звернення: 09.03.2026).