

ЛІДЕРСЬКІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ТОВАРОЗНАВСТВА ЯК ДРАЙВЕР ІННОВАЦІЙ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

© 2025 ГРИНЬКО Т. В., ОЛІЙНИК Т. І., ПЕТЬКОВ В. Л.

УДК 005.52:001.89:658.8:339.137.2
JEL Classification: L15; M13; O31

Гринько Т. В., Олійник Т. І., Петьков В. Л. Лідерські стратегії у сфері товарознавства як драйвер інновацій та розвитку підприємництва

Метою статті є розкриття ролі лідерства у сфері товарознавства як одного з ключових чинників удосконалення ринкових стандартів, підвищення якості продукції та стимулювання розвитку підприємницької діяльності в умовах сучасної економіки. Наголошено, що ефективне лідерство у науковій сфері сприяє впровадженню інноваційних підходів до контролю якості, модернізації процедур сертифікації, гармонізації з міжнародними стандартами, а також застосуванню новітніх технологій у виробництві, зберіганні та логістиці товарів. Встановлено, що ефективність впровадження інновацій у сфері товарознавства безпосередньо визначає динаміку розвитку підприємництва, оскільки сприяє формуванню високоякісної та конкурентоспроможної продукції, здатної задовольнити зростаючі вимоги споживачів і відповідати сучасним ринковим стандартам. Застосування інновацій у товарознавчих дослідженнях виступає ключовим фактором зміцнення конкурентних позицій підприємств, оскільки забезпечує виробництво товарів, адаптованих до актуальних вимог споживчого ринку та регламентованих якісних стандартів. Особливу увагу приділено трансформаційному та підприємницькому типам лідерства, які сприяють формуванню гнучких міждисциплінарних команд, здатних адаптувати наукові розробки до актуальних потреб ринку. Таке лідерство забезпечує не лише ефективну взаємодію між дослідниками різних галузей, але й стимулює творче мислення, відкритість до змін та орієнтацію на результат. Трансформаційні лідери формують бачення розвитку, мотивують учасників дослідницьких процесів до досягнення спільних цілей, підтримують культуру інновацій і сприяють впровадженню нових підходів до вирішення прикладних задач у сфері товарознавства. Доведено, що наукове лідерство виступає каталізатором синергії між дослідницькими установами, бізнесом і державними структурами, що формує передумови для створення високотехнологічних продуктів і послуг. У цьому контексті проаналізовано концепцію «потрійної спіралі» як модель взаємодії науки, уряду та бізнесу, що дозволяє ефективно масштабувати інноваційні рішення та сприяти їхній комерціалізації в галузі товарознавства.

Ключові слова: лідерство, товарознавство, підприємництво, якість продукції, конкурентоспроможність, наукові дослідження.

Рис.: 2. Табл.: 2. Бібл.: 15.

Гринько Тетяна Валеріївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (просп. Дмитра Яворницького, 35, Дніпро, 49000, Україна)

E-mail: greisy25@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7882-4523>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/C-8756-2016>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56786484800>

Олійник Тетяна Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (просп. Дмитра Яворницького, 35, Дніпро, 49000, Україна)

E-mail: tetanaoliinyk@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1224-3790>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/T-4475-2017>

Петьков Владислав Леонідович – магістрант кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (просп. Дмитра Яворницького, 35, Дніпро, 49000, Україна)

E-mail: vlaoned@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4808-0412>

UDC 005.52:001.89:658.8:339.137.2
JEL Classification: L15; M13; O31

Grynko T. V., Oliinyk T. I., Petkov V. L. Leadership Strategies in Commodity Science as a Driver of Innovation and Entrepreneurship Development

The aim of the article is to reveal the role of leadership in the field of commodity science as one of the key factors in improving market standards, improving product quality and stimulating the development of entrepreneurial activity in the conditions of the modern economy. It is emphasized that effective leadership in the scientific field contributes to the implementation of innovative approaches to quality control, modernization of certification procedures, harmonization with international standards, as well as the application of the latest technologies in the production, storage and logistics of goods. It is found that the effectiveness of the implementation of innovations in the field of commodity science directly determines the dynamics of entrepreneurship development, as it contributes to the formation of high-quality and competitive products that can meet the growing demands of consumers and meet modern market standards. The use of innovations in commodity research is a key factor in strengthening the competitive positions of enterprises, as it ensures the production of goods adapted to the current requirements of the consumer market and regulated quality standards. Special attention is paid to transformational and entrepreneurial types of leadership, which contribute to the formation of flexible interdisciplinary teams capable of adapting scientific developments to the current needs of the market. Such leadership provides not only efficient interaction between researchers from different fields, but also stimulates creative thinking, openness to

change and result orientation. Transformational leaders form a vision of development, motivate participants in research processes to achieve common goals, support a culture of innovation and promote the implementation of new approaches to solving applied problems in the field of commodity science. It is proved that scientific leadership acts as a catalyst for synergy between research institutions, business and government structures, which forms the prerequisites for the creation of high-tech products and services. In this context, the conception of the "triple helix" is analyzed as a model of interaction between science, government and business, which allows for the efficient scaling of innovative solutions and their commercialization in the field of commodity science.

Keywords: leadership, commodity science, entrepreneurship, product quality, competitiveness, scientific research.

Fig.: 2. Tabl.: 2. Bibl.: 15.

Grynk Tetiana V. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Enterprise Management, Oles Honchar Dnipro National University (35 Dmytro Yavornytsky Ave., Dnipro, 49000, Ukraine)

E-mail: greisy25@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7882-4523>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/C-8756-2016>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=56786484800>

Oliinyk Tetyana I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Enterprise Management, Oles Honchar Dnipro National University (35 Dmytro Yavornytsky Ave., Dnipro, 49000, Ukraine)

E-mail: tetanaoliinyk@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1224-3790>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/T-4475-2017>

Petkov Vladislav L. – Master's Student of the Department of Economics, Entrepreneurship and Enterprise Management, Oles Honchar Dnipro National University (35 Dmytro Yavornytsky Ave., Dnipro, 49000, Ukraine)

E-mail: vlaoned@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4808-0412>

У контексті сучасної глобалізації економіки якість товарів і послуг стає одним із ключових чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. У зв'язку з цим товарознавство набуває особливої ваги як прикладна наукова дисципліна, що сприяє формуванню, оцінюванню та вдосконаленню ринкових стандартів, а також забезпеченню відповідності продукції вимогам споживачів, технічним регламентам і нормативно-правовим актам.

Успішність реалізації наукових досліджень у сфері товарознавства значною мірою визначається наявністю ефективного лідерства, яке виступає стратегічним ресурсом розвитку інновацій, управлінських рішень і підприємницької ініціативи. Лідерство, зокрема у формі наукового керівництва, організаційної підтримки та мотивації науковців, стає каталізатором формування нових підходів до стандартизації продукції, впровадження сучасних методів контролю якості та розвитку підприємницьких моделей, що відповідають запитам сучасного ринку.

Попри зростаюче визнання ролі лідерських підходів у науково-дослідній діяльності, їхній вплив на еволюцію методології товарознавства, інтеграцію стандартів якості та трансформацію підприємницького середовища залишається недостатньо вивченим. Наявна наукова література фрагментарно розглядає взаємозв'язок між лідерством і підвищенням ефективності досліджень у товарознавстві, що створює потребу в системному аналізі цього феномену.

Отже, детального вивчення потребує питання комплексної ролі лідерства у наукових дослідженнях товарознавства як чинника підвищення стандартів якості, адаптації до глобалізаційних викликів та активізації підприємницької діяльності. Розв'язання зазначеного завдання дозволить оптимізувати процеси стандартизації, підвищити інноваційний потенціал наукових установ і підприємств, а також сприятиме формуванню конкурентоспроможної економіки в умовах динамічного розвитку ринкового середовища.

У сучасних умовах глобалізації та інтенсивної конкуренції на ринку товарів і послуг підвищення ринкових стандартів та розвиток підприємництва, стали ключовими завданнями для науковців і практиків. Особливу увагу привертає роль лідерства, яке висвітлюється у наукових публікаціях як ділова комунікація [3], лідерські компетенції [5; 8; 13], фактор підвищення мотиваційної складової [11], формування корпоративної культури та продуктивності керівника [1; 14]. Іншим акцентом наукових досліджень є товарознавство із своїм вектором становлення і розвитку в сучасних умовах [2; 7; 15], сприяння підприємницькій інтеграції методів оцінки якості товарної продукції з адаптацією до змінюваних умов ринку [9; 10].

Наукові дослідження свідчать про тісний взаємозв'язок між рівнем ефективності управлінських рішень і здатністю керівників адаптуватися до нових викликів, що постають перед підприємствами у сфері виробництва та товарного забезпечення. Особливої уваги заслу-

гове трансформаційне лідерство як один із провідних підходів до управління, який ґрунтується на стимулюванні інновацій, мотивації персоналу та формуванні високопродуктивного наукового середовища.

У контексті товарознавства лідерство відіграє ключову роль у підвищенні якості наукових досліджень, адже ефективне керівництво сприяє розвитку міждисциплінарних команд, оптимізації дослідницьких процесів та впровадженню сучасних методів стандартизації продукції. Водночас результативність інновацій у товарознавстві безпосередньо впливає на розвиток підприємництва, оскільки забезпечує створення конкурентоспроможних товарів, які відповідають високим стандартам якості та очікуванням споживачів.

Отже, в межах сучасного наукового дискурсу спостерігається зростаючий інтерес до дослідження ролі лідерства як чинника формування ефективних моделей управління інноваційною діяльністю у сфері товарознавства. Це відкриває нові перспективи для інтеграції лідерських підходів у науково-виробничі процеси, що, своєю чергою, сприяє не лише покращенню якості розробок, а й активізації підприємницької ініціативи.

Розробка комплексної моделі взаємодії між лідерством, науковим середовищем та ринковими потребами підприємництва є важливим напрямом для подальших досліджень у цій галузі.

Метою статті є визначення та обґрунтування ролі лідерства як ключового чинника підвищення ефективності наукових досліджень у сфері товарознавства, його впливу на інноваційні процеси, стандартизацію продукції та розвиток підприємництва в умовах динамічного ринкового середовища, а також розробка рекомендацій щодо інтеграції лідерських підходів у науково-виробничу діяльність підприємств для забезпечення високих стандартів якості товарної продукції.

Сучасний стан підприємництва в Україні перебуває під впливом глибоких структурних трансформацій, зумовлених війною, економічною нестабільністю, адаптацією до європейських стандартів та цифровізацією. Значну частину підприємницької діяльності становить малий і середній бізнес, який здебільшого зосереджений у торговельній сфері і демонструє свою гнучкість і здатність швидко адаптуватися до змін, але водночас стикається з низкою системних проблем, серед яких слід виокремити [12]:

- ✦ нестабільне правове середовище та часті зміни у законодавстві, що ускладнюють стратегічне планування;

- ✦ високе податкове навантаження і складність адміністрування податків;
- ✦ обмежений доступ до фінансування, особливо до стартапів;
- ✦ військові дії та безпекові ризики, які призводять до втрати інфраструктури, ринків збуту та трудових ресурсів;
- ✦ низький рівень цифрової та інноваційної культури серед значної частини підприємств;
- ✦ кадровий дефіцит і масова міграція фахівців за кордон.

Попри ці виклики, у підприємницькому середовищі формуються позитивні тенденції: зростає роль соціального підприємництва, посилюється лідерство в бізнесі, впроваджуються цифрові сервіси, активно розвиваються кластери та бізнес-інкубатори.

Виходячи з того, що підприємництво є однією з ключових характеристик ринкової економіки і виступає фундаментальною передумовою для забезпечення сталого розвитку національного господарства, рівень підприємницької діяльності слугує своєрідним індикатором, який відображає характер трансформацій у зовнішньому середовищі країни [8]. Тут варто зазначити, що жодні позитивні зрушення в економіці не можуть бути реалізовані без активізації підприємницького сектора. Особливе значення в цьому контексті має мале підприємництво, яке завдяки своїй гнучкості найшвидше реагує на зміни у споживчому попиті та ринковій кон'юктурі.

У плані виникнення переваг і викликів для підприємництва, що пов'язані з проведенням необхідних реформ, набуває Європейська інтеграція яка є незворотним характером і закріплена у ключових державних документах, які визначають вектор національного розвитку [6]. З огляду на історичні, економічні та геополітичні чинники, прагнення до членства в Європейському Союзі розглядається не лише як зовнішньополітична мета, але і як глибокий трансформаційний процес, що охоплює всі сфери суспільного життя – від державного управління до соціальних стандартів і бізнес-середовища діяльності підприємств.

Останнє супроводжується для підприємництва як відкриттям нових можливостей, так і низкою суттєвих викликів, що посилює стратегію підприємництва, яка по суті є реалізацією концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (по-

тенціалом) бізнесу та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [4].

Виходячи з вищенаведеного сучасний етап розвитку національної економіки відзначається посиленням глобалізації, зростаючою конкуренцією на світових і внутрішніх ринках, а також динамічними змінами у споживчих вподобаннях і технологіях виробництва. У цьому контексті підприємництво у сфері товарознавства, що досліджує властивості, якість, класифікацію та оцінку товарів, відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності таких бізнес-одиниць і підвищенні рівня обслуговування споживачів. Водночас для ефективного розвитку економіки і адаптації до постійних змін в ринкових умовах необхідним є впровадження новітніх підходів, які можуть бути забезпечені лише за умови наявності високого рівня лідерства.

Лідерство у науковій сфері товарознавства є одним із визначальних чинників, що сприяє формуванню інноваційних стратегій, оптимізації методів оцінки якості продукції і створенню нових стандартів, які відповідають вимогам сучасного ринку. Сильні лідери, які володіють баченням розвитку, здатні мобілізувати наукові колективи до активної роботи над розробкою ефективних рішень, спрямованих на підвищення якості товарів та їх конкурентоспроможності. Таке лідерство забезпечує інтеграцію міждисциплінарних знань, сприяє залученню нових технологій і створенню синергетичних ефектів у взаємодії науки та бізнесу.

Зростаюча роль лідерства в наукових дослідженнях товарознавства обумовлена також необхідністю реагування на виклики глобалізації, зокрема стандартизацією продукції відповідно до міжнародних норм, розвиток сталого виробництва і орієнтацію на потреби споживачів, які все більше цінують екологічність та інноваційність. Отже, лідерські якості визначають здатність швидко адаптуватися до нових реалій, генерувати нові ідеї та впроваджувати передові технології, що безпосередньо впливає на підвищення ринкових стандартів.

Підвищення ринкових стандартів через лідерство у товарознавстві сприяє не лише покращенню якості продукції, але й стимулює розвиток підприємництва, оскільки підприємства, що впроваджують інноваційні наукові розробки, здобувають конкурентні переваги, розширюють ринки збуту та підвищують рівень довіри споживачів.

Таким чином, лідерство у наукових дослідженнях постає не лише як організаційно-управлінська функція, але і як ключовий драйвер науково-технічного прогресу, що безпосередньо

впливає на темпи інноваційного розвитку та економічне зростання. Ефективне наукове лідерство сприяє формуванню креативного дослідницького середовища, здатного генерувати нові знання, адаптувати сучасні технології та трансформувати їх у практично значущі продукти і рішення.

Лідери у науці відіграють вирішальну роль при визначенні пріоритетів досліджень, координації міждисциплінарних команд, залученні ресурсів і налагодженні партнерств між академічним середовищем, бізнесом та урядовими інституціями. Це, своєю чергою, підвищує ефективність наукових розробок, сприяє комерціалізації результатів досліджень і стимулює розвиток високотехнологічного підприємництва, що має певний інвестиційний ефект. Тобто інвестиції у розвиток лідерського потенціалу в науці мають мультиплікативний ефект – вони зміцнюють інноваційний потенціал країни, сприяють трансферу технологій, розширюють науково-промислові зв'язки та забезпечують довгострокову конкурентоспроможність національної економіки в глобальному середовищі.

Дослідження ролі лідерства у сфері товарознавства дає змогу визначити ефективні стилі керівництва та розробити рекомендації щодо вдосконалення взаємодії між науковими установами та бізнесом. Це, своєю чергою, сприятиме формуванню сталих ринкових стандартів, які відповідатимуть сучасним викликам, а також підтримці конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному рівнях.

Лідерство у наукових дослідженнях товарознавства – це здатність очолювати, мотивувати та направляти дослідницькі групи до досягнення інноваційних результатів, які відповідають сучасним ринковим вимогам. Тут важливим аспектом є те, що лідер не лише координує процеси, а й формує бачення розвитку, задає стратегічні пріоритети, сприяє креативності та впровадженню нових методів і технологій. Саме через сильне лідерство наукові дослідження можуть трансформуватися в інструмент підвищення якості товарів, що, своєю чергою, впливає на встановлення і підтримку високих ринкових стандартів.

Підвищення ринкових стандартів через лідерство та лідерські стратегії у товарознавстві реалізується у кількох напрямках. По-перше, лідери стимулюють застосування передових наукових методів оцінки якості, що дозволяє більш точно і комплексно аналізувати властивості товарів, виявляти їхні недоліки і вдосконалювати виробничо-комерційні процеси. По-друге, лідерство забезпечує інтеграцію міждисциплінарних знань та співпрацю різних зацікавлених сторін – науковців,

виробників, державних регуляторів, що сприяє формуванню гармонізованих стандартів, які відпо-

відають як національним, так і міжнародним вимогам (рис. 1).

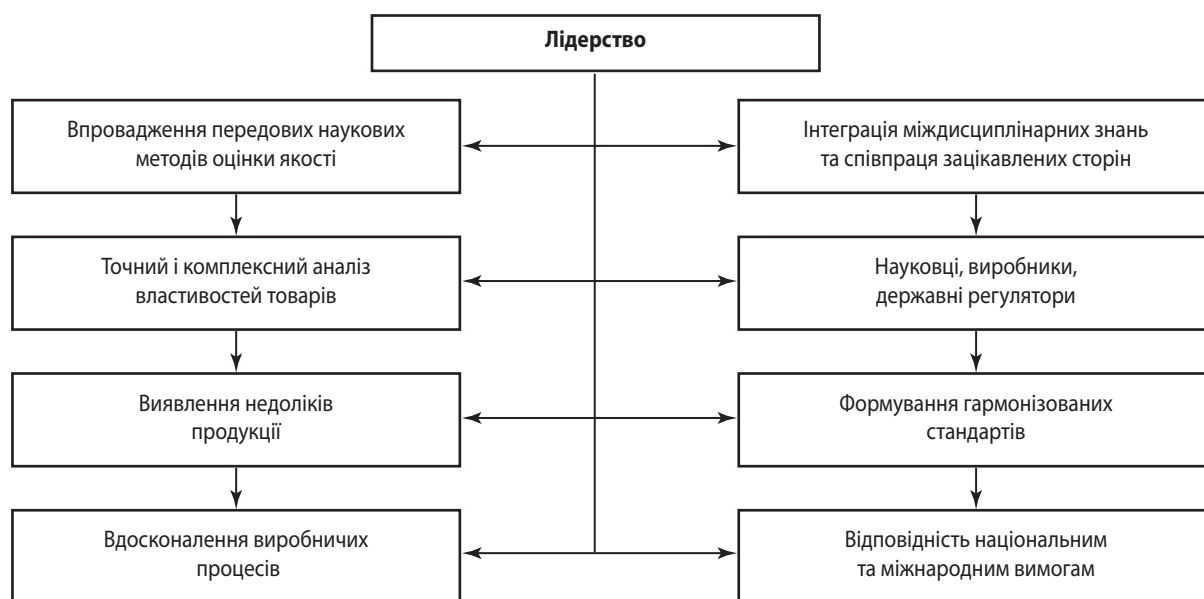


Рис. 1. Напрямки підвищення гармонізованих ринкових стандартів через лідерство

Джерело: авторська розробка.

Крім того, лідерство в наукових дослідженнях товарознавства створює умови для активної інноваційної діяльності, що має безпосередній вплив на розвиток підприємництва. Підприємства, які орієнтуються на результати наукових розробок під керівництвом сильних лідерів, отримують конкурентні переваги за рахунок виробництва високоякісної продукції, впровадження інноваційних технологій та оптимізації витрат. Це дозволяє їм займати міцні позиції на ринку, розширювати асортимент і виходити на нові ринки збуту.

Особливо важливою є роль лідерства у формуванні «потрійної спіралі» – моделі ефективної взаємодії науки, бізнесу і держави. Це стимулює розвиток підприємництва, оскільки підприємці отримують доступ до сучасних наукових розробок, технологій і методів управління якістю (рис. 2).

Таким чином, роль лідерства у наукових дослідженнях товарознавства є ключовою для підвищення ринкових стандартів. Воно визначає якість наукової діяльності, рівень інноваційності, ступінь інтеграції знань і технологій, а також формує основу для сталого розвитку підприємництва. Лідерські компетенції науковців сприяють не лише вирішенню науково-технічних завдань, а й створенню конкурентних переваг на ринку, забезпеченню якості продукції і формуванню довіри споживачів.

В умовах стрімких змін і високих вимог до якості товарної продукції подальше вдосконалення лідерських підходів у товарознавчих досліджен-

нях є важливим завданням для науки та практики. Тому розвиток системи лідерства має базуватися на підвищенні професійної компетентності дослідників, формуванні інноваційної культури, активній співпраці з підприємствами та державними інституціями. Це забезпечить ефективне впровадження наукових результатів у виробництво, підвищить стандарти якості та сприятиме сталому економічному розвитку.

Таким чином, наукове лідерство – це специфічна форма управління, що передбачає здатність керівника наукового або науково-виробничого колективу ініціювати та координувати інноваційні процеси, мобілізувати знання та ресурси для досягнення високих результатів. Воно включає інтелектуальне лідерство, стратегічне мислення і здатність адаптувати новітні технології під конкретні умови виробництва.

У сучасних умовах стрімкого технологічного прогресу здатність бізнесу швидко трансформувати результати наукових досліджень у конкурентоспроможні продукти чи послуги стає критичною перевагою. Трансформаційне та підприємницьке лідерство виступають двома взаємодоповнюючими чинниками, які сприяють формуванню високоефективних команд, здатних до оперативної адаптації та інновацій.

Трансформаційні лідери мають здатність впливати на цінності, переконання і мотивацію



Рис. 2. Роль лідерства у формуванні «потрійної спіралі» науки, бізнесу і держави

Джерело: авторська розробка.

своїх команд, формуючи унікальну корпоративну культуру, орієнтовану на інновації і зміни. Основні риси трансформаційного лідера, які сприяють адаптації наукових результатів до ринку, включають такі ключові риси (табл. 1).

Такий підхід дозволяє сформувати адаптивні команди, здатні швидко реагувати на нові виклики, розробляти інноваційні продукти і ефективно трансформувати наукові напрацювання у практичні рішення.

Таблиця 1

Ключові риси трансформаційного лідерства та їх вплив на формування інноваційної команди

Риси трансформаційного лідерства	Опис впливу на команду та інновації
Візійність і стратегічне мислення	Формування чіткого бачення майбутнього, яке надихає команду на спільні зусилля з впровадження інновацій
Індивідуальний підхід і розвиток потенціалу	Підтримка професійного зростання членів команди, заохочення креативності та автономії
Створення атмосфери довіри і підтримки	Стимулювання відкритого обміну ідеями, що прискорює трансформацію наукових ідей у практичні рішення
Мотивація до досягнення високих результатів	Допомога команді долати опір змінам і підтримка у складних ринкових умовах

Джерело: авторська розробка.

Підприємницьке лідерство доповнює трансформаційний підхід, акцентуючи увагу на комерціалізації наукових розробок та їх успішному виведенні на ринок, що сприяє формуванню команд, які створюють не лише інновації, а й успішно виводять їх на ринок, конкурують та генерують прибуток підприємства (табл. 2).

З таких позицій можна констатувати, що поєднання трансформаційного та підприємницького лідерства дає синергетичний ефект, а саме:

- ✦ трансформаційне лідерство формує мотиваційне ядро команди, забезпечує креативний потенціал і внутрішню згуртованість;

Характерні риси підприємницького лідерства та їх роль у комерціалізації наукових розробок

Характерні риси підприємницького лідера	Опис впливу та значення для адаптації наукових результатів
Ініціативність і готовність до ризику	Активний пошук нових можливостей, експерименти та швидке прийняття рішень
Орієнтація на клієнта і ринкові потреби	Глибоке розуміння запитів ринку для адаптації наукових розробок під реальні потреби споживачів
Здатність налагоджувати партнерства і мобілізувати ресурси	Ефективне залучення інвестицій, формування мереж співпраці та підтримка інноваційних проєктів
Гнучкість і швидкість реагування	Створення структур, здатних оперативно адаптуватися до змін кон'юнктури і технологічних трендів

Джерело: авторська розробка.

- ✦ підприємницьке лідерство орієнтує команду на практичну реалізацію, маркетинг і економічну ефективність.

Разом вони створюють умови для формування команд, які володіють і творчою свободою, і ринковою орієнтацією, здатних адаптувати результати наукових досліджень до реальних потреб і швидко реагувати на зміни.

Отже, трансформаційне і підприємницьке лідерство виступають фундаментальними підходами для формування команд, здатних ефективно адаптувати наукові розробки під вимоги ринку. Їхнє поєднання створює баланс між інноваційністю і практичною орієнтацією, що є ключовим чинником успіху підприємництва у конкурентному середовищі.

Впровадження лідерських підходів у сфері товарознавства сприяє не лише підвищенню споживчої довіри до продукції, але й розширенню ринкової присутності підприємств. Лідери у товарознавчих дослідженнях активно впроваджують інноваційні методи оцінки якості товарів, використання сучасних технологій контролю і стандартизації, що дозволяє ефективно відповідати на зростаючі вимоги споживачів і регуляторів. Завдяки цьому формуються умови для створення прозорих і надійних систем контролю якості, що значно підвищує рівень довіри до брендів.

Підвищена споживча довіра, своєю чергою, сприяє зростанню попиту та відкриває нові можливості для розширення ринкової присутності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. До того ж лідерські підходи стимулюють розвиток інноваційних продуктів і послуг, що створює основу для формування інноваційно орієнтованої економіки. Вона характеризується високим рівнем науково-технічного розвитку, швидкою адаптацією до змін ринку, а

також здатністю генерувати стійкі конкурентні переваги.

Таким чином, інтеграція ефективного лідерства у товарознавчі дослідження не лише підвищує якість товарної продукції і задовольняє потреби сучасного споживача, а й відіграє ключову роль у створенні економічної системи, орієнтованої на інновації та сталий розвиток.

ВИСНОВКИ

Лідерство у наукових дослідженнях товарознавства є визначальним фактором підвищення якості товарної продукції, формування сучасних ринкових стандартів і стимулювання розвитку підприємництва. Поєднання трансформаційного та підприємницького лідерства створює умови для створення високоефективних команд, здатних швидко адаптувати результати наукових розробок до вимог ринку, що забезпечує конкурентні переваги підприємств. Модель «потрійної спіралі» підтверджує ефективність партнерства між наукою, бізнесом і державою у масштабуванні інноваційних рішень, а аналіз зарубіжного досвіду, демонструє важливість лідерства у комерціалізації наукових розробок та дотриманні міжнародних стандартів якості. Впровадження лідерських підходів у товарознавчі дослідження сприяє не лише зростанню споживчої довіри і розширенню ринкової присутності вітчизняних підприємств, але й формуванню інноваційно орієнтованої економіки, здатної ефективно реагувати на зміни.

З метою проведення подальших досліджень в цьому напрямі доцільно зосередитись на розробці методологій оцінки впливу різних стилів лідерства на конкретні показники інноваційної активності підприємств у сфері товарознавства, а також на вивченні механізмів взаємодії між науковими установами і бізнесом в умовах цифрової трансформації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Антонюк Р. Особиста ефективність як основа лідерської продуктивності керівника організації. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування»*. 2023. Вип. 3. С. 11–21. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-5681-2023-3.02>
2. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2017. № 13. С. 381–387.
3. Гаврилук О. О., Талах Т. А. Ділові комунікації в системі наукових досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-68>
4. Готь О. Я., Бондаренко С. М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*. 2017. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660>
5. Діденко О., Костюченко М. Лідерська компетентність як предмет наукових досліджень. *Збірник наукових праць НАЗК України. Серія : педагогічні науки*. 2022. Т. 29. № 2. С. 208–221.
6. Забашта Є. Ю. Розвиток підприємництва в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-37>
7. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*. 2024. № 1 (50). С. 104–111. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-50-12>
8. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку. *Економіка та держава*. 2015. № 6. С. 103–106.
9. Короленко О., Поліщук І., Кутова Н. Ефективність системи управління якістю в товарознавстві для підвищення рентабельності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-19>
10. Лозова Т. М. Сучасні аспекти управління якістю товарів. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 35. С. 30–38.
11. Олійник І. В. Лідерство, орієнтоване на людину, як фактор підвищення мотивації та продуктивності працівників компанії. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2024. Вип. 21. С. 120–126. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.21.12>
12. Сачинська Л. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємництва в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 3. С. 45–48.
13. Тлустенко А. Концептуальні підходи до визначення поняття лідерської компетентності у наукових дослідженнях. *Грааль науки*. 2023. № 29. С. 281–284. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.07.07.2023.045>
14. Храпкіна В. В., Храпкін О. М. Роль лідера у формування корпоративної культури підприємства. *Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління»*. 2024. Вип. 55. С. 68–75. URL: <https://em.duit.in.ua/index.php/home/article/view/191>
15. Чернега І. І., Уланчук В. С., Соколюк С. Ю., Жарун О. В. Розвиток товарознавства в сучасних умовах. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 2 (8). С. 60–69. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69)

REFERENCES

- Antoniuk, R. (2023). *Osobysta efektyvnist yak osnova liderskoi produktyvnosti kerivnyka orhanizatsii* [Personal effectiveness as the basis of leadership productivity of the head of the organization]. *Naukovyi visnyk Vinnytskoi akademii bezperervnoi osvity. Seriiia «Ekolohiia. Publichne upravlinnia ta administruvan-nia»*, 3, 11–21. <https://doi.org/10.32782/2786-5681-2023-3.02>
- Borysenko, O. S., & Fisun, Yu. V. (2017). *Tendentsii rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh* [Trends in the development of commodity science in modern conditions]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 13, 381–387.
- Cherneh, I. I., Ulanchuk, V. S., Sokoliuk, S. Yu., & Zharun, O. V. (2023). *Rozvytok tovaroznavstva v suchasnykh umovakh* [Development of commodity science in modern conditions]. *Aktualni pytannia u suchasnii nautsi*, 2(8), 60–69. [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69)
- Didenko, O., & Kostyuchenko, M. (2022). *Liderska kompetentnist yak predmet naukovykh doslidzhen* [Leadership competence as a subject of scientific research]. *Zbirnyk naukovykh prats NAZK Ukrainy. Seriiia : pedahohichni nauky*, 29(2), 208–221.
- Havryliuk, O. O., & Talakh, T. A. (2023). *Dilovi komunikatsii v systemi naukovykh doslidzhen* [Business communications in the system of scientific research]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-68>
- Hot, O. Ya., & Bondarenko, S. M. (2017). *Stratehiia pidpriemstva yak chynnyk yoho konkurentospromozhnosti* [Enterprise strategy as a factor in its competitiveness]. *Efektyvna ekonomika*, 6. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=56605>
- Kashuba, O. M. (2015). *Pidpriemnytstvo v Ukraini: problemy i perspektyvy rozvytku* [Entrepreneurship in Ukraine: problems and prospects of development]. *Ekonomika ta derzhava*, 6, 103–106.
- Khrapkina, V. V., & Khrapkin, O. M. (2024). *Rol lidera u formuvannia korporativnoi kultury pidpriemstva* [The

role of the leader in the formation of the corporate culture of the enterprise]. *Zbirnyk naukovykh prats DUIT. Seriiia «Ekonomika i upravlinnia», 55, 68–75. Retrieved from <https://em.duit.in.ua/index.php/home/article/view/191>*

Korolenko, O., Polishchuk, I., & Kutova, N. (2024). *Efektivnist systemy upravlinnia yakistiu v tovaroznavstvi dlia pidvyshchennia rentabelnosti pidpriemstva* [Efficiency of the quality management system in commodity science to increase the profitability of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo, 69*. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-19>

Lozova, T. M. (2023). *Suchasni aspekty upravlinnia yakistiu tovariv* [Modern aspects of product quality management]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia, 35, 30–38*.

Oliinyk, I. V. (2024). *Liderstvo, oriietovane na liudynu, yak faktor pidvyshchennia motyvatsii ta produktyvnosti pratsivnykiv kompanii* [People-oriented leadership as a factor in increasing the motivation and productivity of company employees]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriiia: Ekonomika, 21, 120–126*. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.21.12>

Sachynska, L. (2023). *Suchasnyi stan ta problemy rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini* [The current state and problems of entrepreneurship development in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, 3, 45–48*.

Тlustenko, A. (2023). *Kontseptualni pidkhody do vyznachennia poniattia liderskoi kompetentnosti u naukovykh doslidzhenniakh* [Conceptual approaches to defining the concept of leadership competence in scientific research]. *Hraal nauky, 29, 281–284*. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.07.07.2023.045>

Zabashta, Ye. Yu. (2023). *Rozvytok pidpriemnytstva v umovakh yevropeiskoi intehratsii* [Development of entrepreneurship in the context of European integration]. *Ekonomika ta suspilstvo, 56*. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-37>

Zavadsykh, H. M. (2024). *Osnovni napriamky i problemy rozvytku suchasnoho tovaroznavstva* [The main directions and problems of the development of modern commodity science]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu imeni Dmytra Motornoho, 1(50), 104–111*. <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-50-12>

УДК 338.2

JEL Classification: D2; M2; O2

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-8-221-232>

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТНОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

© 2025 КРАСНОНОСОВА О. М., ЧЖАН Л.

УДК 338.2

JEL Classification: D2; M2; O2

Красноносова О. М., Чжан Л. Особливості проєктного планування в діяльності малих підприємств

Сучасні процеси прогресивних змін економічного середовища пов'язані з науково-технологічним прискоренням. Вони висувають нові вимоги до суб'єктів діяльності по своєчасному і навіть випереджальному відстеженню цих змін і гнучкої адаптації до них. Малі підприємства в багатьох національних економіках стають драйвером цих змін, до таких країн можна віднести Україну та Китайську Народну Республіку. Проблематика визначення та реалізації проєктних планів підприємств була та залишається актуальною як для суб'єктів діяльності, так і для наукової спільноти. Метою роботи є визначення особливостей проєктного планування у діяльності малих підприємств. Протягом останнього десятиріччя динаміка й умови діяльності малих підприємств в Україні зазнали значних змін. Це пов'язано як з глобальними світовими чинниками, такими як спалах пандемії COVID-19, так і з внутрішніми змінами в Україні. За динамікою чисельності малих підприємств можна зазначити, що кількість суб'єктів малого бізнесу, незважаючи на внутрішнє важке безпекове становище в Україні, швидко відновлюється. Починаючи з 2022 року негативна динаміка чисельних характеристик малих підприємств в Україні пов'язана з форс-мажорними обставинами від військової агресії сусідньої держави. У стані безпеки, які відповідають «мирним умовам» діяльності, тенденції діяльності малих підприємств мають інший характер, відповідний періоду 2014–2021 років. Аналогічні процеси розвитку бізнесу відбуваються у Китайській Народній Республіці (КНР). Діяльність і поширення малого бізнесу стає передумовою природного перетворення значної кількості успішних невеликих суб'єктів економічної діяльності до розмірів «середнього». Конкурентні умови діяльності, які стимулюють підприємницьку ініціативу, сприяють збільшенню масштабів діяльності. Незважаючи на означені процеси «масштабування», малі підприємства відіграють важливу роль в економіці будь-якої країни, в тому числі України та Китаю. Вони є важливим елементом бізнес-середовища, забезпечують економічне зростання та створення нових робочих місць, сприяють інноваційному розвитку та забезпечують конкурентну боротьбу на ринку. У сучасному бізнес-середовищі малих підприємств, яке характеризується високою конкуренцією, проєктне планування стає інструментом для досягнення конкурентних переваг і забезпечення їх стабільного розвитку. Актуальності використанню методів проєктного планування надають сучасні нестабільні та швидкозмінні умови діяльності підприємств. Проєктне планування дозволяє визначити не тільки етапи реалізації, а й переваги та загрози, які можуть виникнути в процесі реалізації. Порівняння основних характеристик діяльності малого бізнесу та проєктного планування за допомогою авторської матриці виявило їх суттєву подібність, на відміну від традиційного планування.

Ключові слова: планування, формування планів, суб'єкти господарювання, малі підприємства, малий бізнес, розвиток діяльності, планування розвитку, проєкт, проєктне планування, конкурентоспроможність підприємства.