

Дмитро Веркуш

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»

Харківського національного університету

імені В. Н. Каразіна, Харків. Україна.

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-5267-6022>

МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

У статті обґрунтовано теоретико-методологічні та прикладні засади формування адаптивно-орієнтованого механізму розвитку інноваційності підприємств кондитерської галузі в умовах невизначеності макросередовища. Показано, що сучасні трансформаційні процеси у харчовій промисловості супроводжуються екстремальною турбулентністю, деструктивними викликами VUCA-світу, інфраструктурною нестабільністю, кадровим дефіцитом та суттєвою зміною структури споживчого попиту, що актуалізує потребу в пошуку нових інструментів забезпечення життєздатності бізнесу.

Доведено необхідність переходу від класичних, статичних методів менеджменту до формування комплексного тривірневого механізму, який забезпечує інтеграцію корпоративного, бізнес-рівня та функціонального блоків у єдину адаптивну систему управління на засадах безперервного оновлення асортименту, технологій та маркетингових стратегій.

Розкрито вплив факторів невизначеності на фінансово-економічну стійкість кондитерських підприємств та обґрунтовано роль альтернативних джерел фінансування, зокрема державних і міжнародних безповоротних грантових програм, у мінімізації інвестиційних ризиків R&D-діяльності. Водночас визначено значення просторово-географічної та економіко-правової диференціації територій України, що дозволило виокремити специфіку функціонування підприємств у прифронтовій та тилівій зонах господарювання.

Запропоновано інструментарій попередньої типізації суб'єктів господарювання за допомогою побудови матриці параметрів інноваційності на засадах багатовимірного кластерного аналізу. Уточнено сутність механізму розвитку інноваційності як динамічної, адаптивної та багаторівневої системи управлінського впливу, що поєднує методи фіскальної оптимізації, екосистеми D2C, цифрові канали маркетингових комунікацій та інструменти грантово-бюджетного забезпечення з метою капіталізації ринкових асиметрій на користь підприємства.

Представлено структурно-логічну схему механізму, яка замикається на єдиному цільовому ядрі та забезпечує гнучкість асортиментної матриці, технологічну готовність виробництва до екологізації пакування за регламентами ЄС, діджиталізацію збуту та стабільну інтеграцію вітчизняного кондитерського бізнесу в європейський економічний простір. Запропонований механізм

дозволяє забезпечити перехід підприємств від реактивного виживання до стратегічного випередження та формування довгострокових конкурентних переваг.

Ключові слова: механізм розвитку, інноваційність підприємства, кондитерська галузь, невизначеність, VUCA, діджиталізація, грантове фінансування, D2C-модель, просторова диференціація, адаптація.