

Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»
Одеський національний економічний університет
Сумський національний аграрний університет
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Українсько-Британський Центр Центру Європейської освіти та іноземних мов Полтавського
державного аграрного університету
Glendale Community College of Maricopa Community College System, Arizona (США)
Atlântica – Instituto Universitário (Португалія)
WSHlU - Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu (Польща)
Queen Mary University of London Ukrainian Society (Сполучене Королівство Великої Британії та
Північної Ірландії)
The University School of Occupational Safety Management in Katowice (Польща)
Academy of Management and Administration in Opole (Польща)
University of Economics in Bratislava (Словаччина)
Scientific Center of Innovative Research (Естонія)
Information Systems Management Institute (Латвія)
Eurasian National University them. L. N. Gumilev (Казахстан)

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної конференції

**«Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в
умовах глобалізації економіки: безпека, інновації,
лідерство»**

м. Полтава, 23 вересня 2025 року

**Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
Інститут модернізації змісту освіти МОН України
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України»
Одеський національний економічний університет
Сумський національний аграрний університет
Харківський національний економічний університет імені Семена
Кузнеця
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського
Українсько-Британський Центр Центру Європейської освіти та іноземних
мов Полтавського державного аграрного університету
Glendale Community College of Maricopa Community College System,
Arizona (США)
Atlântica – Instituto Universitário (Португалія)
WSHIU -Akademia Nauk Stosowanych w Poznaniu (Польща)
Queen Mary University of London Ukrainian Society (Сполучене Королівство
Великої Британії та Північної Ірландії)
The University School of Occupational Safety Management in Katowice
(Польща)
Academy of Management and Administration in Opole (Польща)
University of Economics in Bratislava (Словаччина)
Scientific Center of Innovative Research (Естонія)
Information Systems Management Institute (Латвія)
Eurasian National University them. L. N. Gumilev (Казахстан)**

МАТЕРІАЛИ

**III Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний
менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації
економіки: безпека, інновації, лідерство»**

23 вересня 2025 року

Полтава 2025

УДК 005. 21 : 338. 43 : 005. 591. 6 /. 934 : 316. 46

DOI: <https://doi.org/10.32782/23-09-25-1>

Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 23 вересня 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. Том 1. 310 с.

У матеріалах конференції розглядаються безпекові та інноваційні особливості стратегічного менеджменту агропродовольчої сфери в умовах актуалізації лідерства в глобальній економіці; практичні рекомендації щодо адаптації, протидії ризикам та підвищення ефективності розвитку суб'єктів господарювання.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

Редакційна колегія:

О. А. Галич, к.е.н., професор, ректор Полтавського державного аграрного університету,

В. І. Аранчій, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

Т. В. Воронько-Невідніча, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

V. Riashchenko – dr.oec., prof., expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science,

М. В. Зось-Кіор, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Д. В. Дячков, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Н. В. Баган, PhD з економіки, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено.

Big Data та штучний інтелект (для прогнозування попиту й урожайності);

IoT та супутниковий моніторинг (для управління виробництвом і логістикою);

блокчейн (для прозорості ланцюгів постачання);

цифрові платформи (для взаємодії зі споживачами та партнерами).

Використання цих технологій підвищує точність управлінських рішень і сприяє сталому розвитку підприємств.

Водночас, BANI-менеджмент передбачає інтеграцію принципів ESG (Environmental, Social, Governance) у стратегії агропродовольчих суб'єктів господарювання. Це включає екологізацію виробництва, зменшення вуглецевого сліду, відповідальне ставлення до працівників і партнерів. Такі практики підвищують довіру до брендів і формують конкурентні переваги на міжнародних ринках.

Таким чином, агропродовольча сфера функціонує в умовах високої нестабільності, що відповідає характеристикам BANI-світу. Проектний менеджмент є дієвим інструментом адаптації до непередбачуваних умов завдяки своїй гнучкості та орієнтації на результат. Інтеграція цифрових технологій і ESG-принципів у BANI-менеджмент дозволяє підвищити стійкість, ефективність та інноваційність агропідприємств.

Тож, агропродовольча сфера є однією з найбільш уразливих галузей, оскільки залежить від природних ресурсів, клімату та політичної стабільності. Нестабільність ланцюгів постачання, зростання витрат на виробництво та енергетичні ресурси, а також потреба у забезпеченні продовольчої безпеки вимагають нових підходів до управління. Саме тому BANI-менеджмент у поєднанні з проектними підходами стає критично важливим для адаптації та довгострокового розвитку.

Список використаних джерел:

1. Васютинська Л., Вишневецька В. Стратегічне планування в контексті проектного підходу. *Актуальні проблеми державного управління*. 2019. Вип. 4. С. 34-37.

2. Воронько-Невіднича Т. В. Інноваційні стимули сталого розвитку кадрового, лідерського та іміджевого потенціалів у

системі стратегічного управління суб'єктів аграрного сектору. Полтава, ПП «АСТРАЯ», 2025. 200 с.

3. Воронько-Невіднича Т. В., Собчишин В. М., Носенко В. О., Хрипко А. А., Катрич Д. А. Імплементация ESG-принципов у функціонування підприємств агропродовольчої сфери в контексті забезпечення стратегії капіталізації. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. № 3. С. 171-176.

4. Зачосова Н. В., Мельничук Д. П., Морару-Бурлеску Р. П. Кадрова політика в умовах BANI world: мотиваційні інструменти управління інтелектуально-кадровою, соціальною та економічною безпекою організації. *Review of Transport Economics and Management*. 2022. № 8 (24). С. 89–96.

5. Мізюк Б. М., Шкільняк М. М., Джегур Г. В., Полікровський Р. С. Інноваційні методики проектного менеджменту організацій в контексті реалізації політики сталого розвитку регіону в умовах децентралізації та COVID-19. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 3. С. 79-85

І. Гнатенко, д.е.н., професор,
професор кафедри підприємництва та бізнесу

І. Мягких, д.е.н., професор,
професор кафедри підприємництва та бізнесу

*Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Комерціалізація інновацій у сучасній економіці постає як один із ключових процесів, що визначає не лише здатність підприємства до зростання та посилення ринкових позицій, але й рівень його соціальної відповідальності перед суспільством, споживачами, працівниками та довкіллям. Традиційно корпоративна соціальна відповідальність розглядалася як інструмент формування іміджу та підвищення репутації компанії, проте у ХХІ столітті вона дедалі більше перетворюється на інтегрований елемент стратегічного

менеджменту. У цьому контексті комерціалізація інновацій, що забезпечує створення нових продуктів, технологій та бізнес-моделей, набуває особливого значення, адже дозволяє підвищити ефективність соціальних програм, забезпечити їхню економічну стійкість та інтегрувати соціальні цілі у стратегічні пріоритети підприємства.

Важливим моментом у дослідженні є розуміння того, що інновації самі по собі не гарантують підвищення ефективності бізнесу чи соціальних програм. Лише їх успішна комерціалізація, тобто трансформація нововведень у ринково орієнтовані продукти і послуги, здатна забезпечити фінансові ресурси для підтримки корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, компанія, що впроваджує інноваційні екологічно чисті технології виробництва, не лише знижує негативний вплив на довкілля, а й отримує конкурентні переваги, збільшує обсяги продажу, залучає інвесторів та формує позитивний імідж. Таким чином, комерціалізація інновацій виступає подвійним інструментом: з одного боку вона стимулює економічний розвиток підприємства, а з іншого створює передумови для розширення соціально орієнтованих програм [1-4].

Корпоративна соціальна відповідальність у сучасному бізнесі дедалі більше розглядається крізь призму сталого розвитку, що вимагає інтеграції економічних, екологічних та соціальних цілей. У цьому сенсі інновації є ключовим ресурсом, здатним забезпечити гармонізацію цих трьох складових. Зокрема, інноваційні технології енергоефективності та відновлюваної енергетики дозволяють підприємствам одночасно знижувати витрати, підвищувати екологічну безпеку та формувати позитивне ставлення суспільства. Їхня комерціалізація створює нові ринкові сегменти та можливості для диверсифікації бізнесу, що прямо впливає на стійкість і ефективність програм КСВ. Таким чином, інновації стають механізмом, який перетворює соціальні ініціативи з додаткових витрат у стратегічні інвестиції у майбутнє підприємства.

Особливої уваги заслуговує роль інновацій у формуванні партнерських моделей взаємодії бізнесу, держави та громадськості. Комерціалізація нових продуктів і технологій, спрямованих на вирішення соціально значущих проблем, таких

як охорона здоров'я, екологія, освіта чи розвиток місцевих громад, створює платформу для реалізації програм державно-приватного партнерства. У цих умовах корпоративна соціальна відповідальність перестає бути суто добровільною діяльністю і стає важливою складовою національних стратегій сталого розвитку. Для українських підприємств, що діють в умовах війни, економічних трансформацій та інтеграційних процесів у ЄС, це має особливе значення, адже відкриває можливості залучення міжнародних інвестицій та грантових програм [5-7].

Не менш важливою є інтеграція комерціалізації інновацій у внутрішні бізнес-процеси підприємства. Традиційно КСВ реалізувалася через окремі благодійні чи соціальні проекти, часто відокремлені від основної діяльності компанії. Сьогодні ж ефективність соціальної відповідальності визначається тим, наскільки вона інтегрована у бізнес-модель підприємства. Комерціалізація інновацій створює умови для такої інтеграції, адже нові продукти чи технології, що мають соціальну або екологічну цінність, стають безпосередньою частиною комерційної діяльності. Наприклад, підприємство, що виробляє біорозкладну упаковку, реалізує програму КСВ не лише через соціальні акції, а й безпосередньо через свою продукцію, яка є соціально орієнтованою за своєю суттю.

Важливим чинником є й репутаційний ефект, що виникає в результаті поєднання інновацій та соціальної відповідальності. У сучасному світі інформаційна прозорість і доступність цифрових комунікацій роблять поведінку компаній об'єктом постійної уваги з боку громадськості, клієнтів і партнерів. Комерціалізація інновацій, що відповідають принципам соціальної відповідальності, формує позитивний бренд підприємства, підвищує рівень довіри та лояльності споживачів, сприяє залученню кваліфікованого персоналу. Це особливо важливо для малих та середніх підприємств, які не можуть конкурувати з великими корпораціями за обсягами фінансових ресурсів, але здатні створювати унікальні інноваційні продукти та будувати довгострокові відносини зі своїми клієнтами на основі соціальних та етичних цінностей.

Водночас комерціалізація інновацій у сфері КСВ супроводжується низкою викликів і ризиків. По-перше, це

потреба значних інвестицій, які не завжди можуть бути швидко окуплені. По-друге, існує ризик так званого «greenwashing» ситуації, коли компанії декларують соціально відповідальну поведінку без реального змісту, використовуючи інновації лише як маркетинговий інструмент. По-третє, складність полягає у необхідності узгодження короткострокових економічних інтересів із довгостроковими соціальними цілями. Подолання цих викликів можливе завдяки системі стратегічного контролінгу, що дозволяє оцінювати ефективність інноваційних проєктів, формувати прозору нефінансову звітність та залучати незалежні експертні оцінки.

У глобальному контексті комерціалізація інновацій як фактор підвищення ефективності КСВ визначається тенденціями переходу до зеленої економіки, поширенням ESG-принципів та зростанням ролі сталого інвестування. Українські підприємства, що прагнуть інтегруватися у світову економіку, мають враховувати ці тренди, адже інновації стають необхідною умовою доступу до міжнародних ринків і фінансових ресурсів, що означає, що успішна комерціалізація інновацій не лише підвищує ефективність корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремої компанії, але й сприяє формуванню позитивного іміджу країни загалом.

У підсумку можна зазначити, що комерціалізація інновацій виступає потужним фактором підвищення ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств, оскільки забезпечує фінансову основу для реалізації соціальних програм, інтегрує соціальні цілі у бізнес-модель, формує позитивну репутацію та сприяє стійкому розвитку. Для українських підприємств, які перебувають у складних умовах воєнних викликів та економічної трансформації, поєднання інноваційності та соціальної відповідальності може стати ключовою стратегією виходу з кризи та інтеграції у глобальну економіку.

Список використаних джерел:

1. Гнатенко І. Управлінські, маркетингові та фінансові підходи оцінювання соціо-еколого-економічного ефекту взаємодії підприємств в умовах зміни споживчих переваг. *Економічний дискурс*. 2021, № 1-2. С. 111-121.