

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ



МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Одеса, 2020

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА І ТОРГІВЛІ

**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Одеса, 2020

УДК 658.8:005.342:338.242
М 25
ISBN 978-617-7768-22-6

Колективна монографія. «Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». ОНАХТ. – Роздільна: Вид-во «Лерадрук», 2020- 757 с.

Рекомендується до друку вченою радою Одеської національної академії харчових технологій, протокол №3 від 06.10.2020.

Монографія присвячена дослідженню методологічних і прикладних питань економічного розвитку з врахуванням маркетингової стратегії у підприємницькій діяльності. Дана праця безперечно зацікавить науковців, аспірантів, студентів та всіх небайдужих до теми монографії.

Автори несуть відповідальність за зміст і достовірність поданих матеріалів. Подані матеріали не підлягають рецензуванню та публікуються у авторській редакції.

Погоджуючись взяти участь у монографії, автор (автори) висловлює згоду на опублікування своїх матеріалів у мережі Інтернет (розміщення монографії в електронному примірнику у PDF-форматі на офіційному сайті академії).

©Вид-во «Лерадрук», 2020
©Одеська національна академія харчових технологій, 2020

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Відповідальний редактор:

Мардар М. Р. д.т.н.,

професор, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків ОНАХТ;

Відповідальний секретар:

Євтушок О. В. к.е.н.,

старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Члени редакційної колегії:

Мельник Ю. М., д.е.н., доцент директор навчально-наукового інституту прикладної економіки і менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна ОНАХТ

Лагодієнко В. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Павлов О. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості ОНАХТ;

Лайко О. І., д.е.н., заступник директора з наукової роботи Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України;

Дога-Мирзак М., д.е.н., директор докторської школи економічних наук, Молдовський державний університет, Молдова

Казамбаєва А. М., к.е.н., доцент Західно-Казахстанського аграрно-технічного університету ім. Жангир хана, Казахстан;

Наркевич Л. В., к.е.н., доцент кафедри «Економіка і управління» Білорусько-Російського університету, Білорусь

Пармаклі Д. М., д.е.н., професор Комратського державного університету, Молдова;

Сичова Н. В., к.е.н., доцент, декан гуманітарно-економічного факультету Гомельського державного технічного університету ім. П.Й. Сухого, Білорусь;

Шералієва Ж. А., к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і підприємництва в сільському господарстві Киргизького національного аграрного університету ім. К.І. Скрябіна, Киргизія;

Агунова Л. В., к.т.н., інспектор відділу міжнародних грантів і договорів, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Бахчиванжи Л. А., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Голубьонкова О. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Кордзая Н. Р., к.т.н., директор центру маркетингу, реклами та профорієнтаційної діяльності, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Кручек О. А., к.т.н., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Соколюк К. Ю., к.е.н. ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ;

Черевата Т. М., к.с.-г. наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ.

ПЕРЕДМОВА

Як свідчить досвід розвинених країн, теоретичне надбання і прикладне застосування маркетингу сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, їхньої продукції (послуг), допомагає посісти чільне місце на вітчизняних і міжнародних ринках. В свою чергу важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво. Сьогодні підприємницька діяльність виступає рушійною силою господарської динаміки, конкурентоспроможності, впровадження інновацій та процвітання нації.

В Україні проблема становлення і розвитку підприємництва в галузі економіки належить до категорій особливо актуальних, оскільки вона безпосередньо пов'язана з рівнем соціальної комфортності населення. Розвиток підприємництва забезпечує не тільки матеріальну стабільність населення, але й сприяє розвитку інтелектуального, морального, культурного потенціалу нації. Актуальність проблеми підвищення ефективності підприємницької діяльності на основі маркетингових стратегій обумовлена новими для країн з перехідною економікою викликами з боку запровадження ринкових засад господарювання та формування ринкового механізму. Розуміння науковцями масштабності цієї проблеми спонукала авторів представленої монографії залучити до дослідження, аналізування, розробки оптимальних рішень і рекомендацій цілого комплексу маркетингового інструментарію, заснованого на загальних принципах маркетингового управління.

Достовірність отриманих авторами результатів підтверджується дослідженням достатньої кількості класичних і сучасних наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених-дослідників, а також відносин у сфері підприємництва, торгівлі, маркетингу, стратегічного управління, в яких відображено сучасну зарубіжну й вітчизняну наукову думку з розглянутої проблематики.

Монографія «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку» структурована за напрямками, які охоплюють наступні аспекти: сучасні проблеми та пріоритети діяльності підприємств, маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги, стратегічне управління розвитком підприємництва, розвиток ринків товарів та послуг в Україні та за кордоном, маркетингові тренди і стратегії розвитку підприємництва в сфері виробництва, торгівлі та послуг.

Кожен розділ представленої колективної роботи містить обґрунтовані пропозиції і рекомендації щодо комплексного вирішення цілої низки проблем розвитку підприємництва на основі маркетингових стратегій. Поручені проблемні аспекти управління підприємством характеризуються широким горизонтом охоплення та пов'язані не лише з підприємницькими та маркетинговими функціями, а й торкаються організаційних, фінансових, мотивуючих, стимулюючих, соціальних, стратегічних, екологічних, інформаційних та інших напрямів.

У представленій колективній монографії авторами пропонується рішення теоретичних та методичних аспектів проблеми підприємництва та маркетингових стратегій. Зокрема розглядається еволюція підходів до визначення сутності підприємництва, пропонується методичне забезпечення інноваційного маркетингового інструментарію, розвитку кадрового потенціалу підприємств у цифровій економіці, розвитку аутсорсингових послуг, марочних стратегій та брендінгу, стратегій інвестування, стратегічного планування харчових та переробних підприємств та цілої низки інших аспектів розвитку підприємництва.

Впевнені, роботи авторів монографії сформулюють нові вектори наукових дискусій на тему маркетингу та підприємництва як визначального фактору у забезпеченні розвитку національної економіки, що і є запорукою конкурентоспроможності України на світовому ринку.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Ковтун В.А., Kovtun Valentyna

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

к. с.-г. н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів, Україна

Kherson State Agricultural University Candidate of Agricultural

Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the

Department of Economics and Finance, Ukraine

Анотація

Стратегічне управління інноваційною діяльністю сільськогосподарських підприємств спрямовується на пошук та реалізацію інноваційних проєктів, які забезпечать стабільний і прибутковий розвиток суб'єкта господарювання в довгостроковій перспективі. Виконуючи цю функцію, менеджери аграрних підприємств повинні створити власну інноваційну стратегію, яка дасть змогу пристосуватися до змінних зовнішніх умов, та визначити вдалий час для її реалізації. Вибір найдієвішої інноваційної стратегії залежить від базової стратегії підприємства, його поточного стану та конкурентного середовища, тобто від сукупності внутрішніх і зовнішніх умов. У статті зазначається, що в Україні розпочався новий етап розвитку сільського господарства, який характеризується збільшення обсягів використання інноваційних технологій. Встановлено, що ефективними для аграріїв є інноваційні платформи, які працюють у сфері big data такі продукти як: БАЙЕР БІЗНЕС ПЛЮС, AGRIANALYTICA, SAATBAU PROFIT MANAGER тощо.

Abstract

Strategic management of innovation activities of agricultural enterprises is aimed at finding and implementing innovative projects that will ensure stable and profitable development of the business entity in the long run. Performing this function, managers of agricultural enterprises must create their own innovation strategy that will allow them to adapt to changing external conditions and determine the right time for its implementation. The choice of the most effective innovation strategy depends on the basic strategy of the enterprise, its current state and competitive environment, ie on the combination of internal and external conditions. The article notes that a new stage of agricultural development has begun in Ukraine, which is characterized by an increase in the use of innovative technologies. It has been established that innovative platforms working in the field of big data such as: BAYER BUSINESS PLUS, AGRIANALYTICA, SAATBAU PROFIT MANAGER, etc. are effective for farmers.

Вступ

Розвиток будь-якого аграрного підприємства неможливий без розробки стратегічних напрямів діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях і мають інноваційний характер. Стратегія розвитку підприємства включає використання науково – технічних досягнень у сфері організації управління, техніки й технології та комплексний підхід до інноваційної діяльності.

Актуальність наукових досліджень заключається в тому, що розвиток сільсько-го господарства є однією з найбільш перспективних сфер світового бізнесу. Аграрним підприємствам необхідно активно шукати та впроваджувати високоякісні інноваційні рішення, які здатні підвищити обсяг виробництва, переробки та реалізації продукції рослинництва та тваринництва з високим економічним ефектом.

Мета дослідження – на основі дослідження теоретико-методичних та аналітичних аспектів впровадження інноваційних ідей у аграрних підприємствах сформулювати та обґрунтувати комплекс стратегій, які пов'язані з інноваційною стратегією їх розвитку спрямованих на підвищення забезпечення конкурентоспроможності аграрної продукції та підвищення ефективності її виробництва, переробки та реалізації.

Основними завданнями дослідження є аналіз сучасного стану інноваційного забезпечення аграрних підприємств та вплив його на ефективне використання ресурсів аграрних підприємств і важливість розробки стратегії управління інноваційним розвитком аграрних підприємств та ефективний механізм використання інноваційних технологічних рішень із метою отримання економічного та соціального ефекту.

Відсутність концептуально цілісної методологічної та методичної бази формування конкурентоспроможного інноваційно-інвестиційного середовища аграрного виробництва потребує фахового доопрацювання, метою якого є поглиблення науково-методичних основ, розробки інструментарію та практичних рекомендацій щодо створення ефективної стратегії адаптації аграрного виробництва до умов глобального інноваційно-інвестиційного середовища. Предметом такої стратегії є сукупність теоретичних, методичних та практичних підходів щодо формування стратегій підвищення адаптивності аграрного сектору до глобальних процесів.

Базовою основою теоретико-методологічних підходів для стратегічного управління інноваційним розвитком аграрних підприємств є положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем ефективності аграрного виробництва, законодавчі і нормативно-правові акти з питань регулювання ринку інновацій. При розробці стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств використовують такі методи: діалектичний, критичний, порівняльний, абстрактно-логічний, економіко-статистичний, SWOT, PEST аналізи. Інформаційною базою є нормативно-правові акти Верховної ради України і Кабінету Міністрів, загальнодержавні програми, статистично-аналітична інформація Державного комітету статистики, наукові публікації, наукова інформація у мережі Інтернет, дані аграрних підприємств тощо [1, с.81].

Вклад основних результатів. Інноваційний розвиток є невід'ємною і активною частиною всіх сфер життєдіяльності суспільства. Значення інноваційного розвитку для регіонів важко переоцінити: тільки через інновації можна забезпечити конкурентоспроможність продукції як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Ефективне використання інновацій стає вирішальним фактором соціально- економічного розвитку і розв'язання економічних, екологічних, соціальних та інших проблем.

Актуальність проблематики забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства в сучасних умовах пов'язана з інтенсивною зміною зовнішнього середовища і слабкою науково-методичною розробленістю багатьох сторін формування та реалізації конкурентних переваг цих суб'єктів господарювання з використанням комплексу інноваційних досягнень. В умовах України багато аграрних підприємств в недостатній мірі використовують інструменти інноваційного управ-

ління для посилення свого конкурентного потенціалу. Зміна тенденцій у аграрному виробництві відбувається настільки швидко, що навіть найбільш прогресивним підприємствам важко передбачити стійкі конкурентні переваги свого майбутнього розвитку. Без стратегії щодо змін у попиті на ту чи іншу продукцію, а також урахування ризиків внаслідок непередбачуваних змін або невдалих чи несвоєчасних інновацій жодне підприємство не може тривалий час утримувати лідируючі позиції на аграрному ринку.

На сьогоднішній день бізнес здійснює господарську діяльність в умовах глобального конкурентного середовища. При цьому саме інноваційний розвиток виступає ефективним інструментом вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Використання засобів інноваційного впровадження у вирішенні завдання формування конкурентоспроможності аграрної продукції є одним з ключових напрямків стратегічного та тактичного управління підприємством. Здатність підприємства та його продукції протягом тривалого часу вдало виконувати свої функції на аграрному ринку та домінувати в окремих або усіх видах своєї діяльності над конкурентами більше характеризує конкурентоспроможність, як комплексну категорію [2].

Інноваційні стратегії потребують розробки тактики їх практичного втілення. Останнім часом деякі автори висловлюють припущення, що підприємство спочатку випробовує на практиці різні тактичні заходи, виходячи з конкретної ринкової обстановки, а вже потім формулює свою стратегію для обґрунтування загального напрямку діяльності, якого це підприємство дотримувалось. Метод проб і помилок досить часто зустрічається в аграрному виробництві, господарства не завжди здійснюють регулярний аналіз результатів своєї діяльності. Проте дана методика є досить ризикованою, особливо у довгостроковій перспективі, оскільки не дає реалістичного уявлення про завдання підприємства, отже не може забезпечувати координацію аграрного виробництва для їх успішного функціонування. Вона не може бути узагальнена і поширена на діяльність більшості підприємств аграрного спрямування, які у відповідності до економічних законів прагнуть звести до мінімуму ризик. Інноваційна стратегія повинна бути чітко сформульована на довгострокову перспективу та визначати особливості тактичних кроків по її втіленню.

В економічній науці не розроблено єдиної класифікації інноваційних стратегій, але більшість дослідників пропонують класифікувати їх за ознаками, що надають можливість визначити або передбачити поведінку підприємства в умовах мінливого інноваційно-інвестиційного середовища. З метою класифікації інноваційних стратегій в першу чергу необхідно визначити різновиди інноваційних стратегій і встановити їх залежність від особливостей аграрної сфери, розмірів підприємства та показників його економічної діяльності.

Н.М. Сіренко вважає основною умовою успішного розвитку аграрного виробництва впровадження наступних видів інноваційних стратегій:

1. Стратегію формування попиту на продукцію підприємства (соціально орієнтовані інновації, направлені на збільшення кількості робочих місць та рівня соціальної підтримки).

2. Пріоритетно-експортну стратегію (всі види інновацій, але пріоритет повинен надаватися радикальним техніко-технологічним, біологічним та ресурсозберігаючим інноваціям).

3. Конкурентну стратегію (техніко-технологічні, організаційні інновації, направлені на підвищення економічної ефективності виробництва продукції).

4. Прирістну стратегію для внутрішнього регіонального споживання (інноваційна модернізація техніки і технологій, спрямована на збільшення обсягів виробництва, інноваційні підходи до формування сівозмін).

5. Стратегію стабілізації (покращуючи інновації, направлені на підвищення рівня рентабельності підприємств та підвищення якості життя населення).

6. Стратегію додаткового зовнішнього залучення продукції (організаційні інновації в постачанні продукції, вертикальна й горизонтальна кооперація та інтеграція) [3 с. 112].

Інноваційна стратегія сприяє інноваційній активності та може бути різною: наступальною, якщо метою є лідируюча позиція на ринку; оборонною, коли вигідніше триматися слідом за «лідером», щоб запозичувати його нововведення з внесенням деяких змін; імітаційною, якщо наступна за обома групами використовує їх досягнення та уникає помилок; залежною, коли метою є самозбереження, виконуються субконтрактні роботи для підприємств-новаторів Дані види інноваційної стратегії можуть застосовуватися як окремо, так і в комбінованому вигляді на різних рівнях розвитку аграрної сфери [4, с.97].

Однією з найбільш перспективних сфер світового бізнесу сьогодні є сільське господарство. Провідні аграрні підприємства активно шукають та впроваджують високоякісні інноваційні рішення, які здатні підвищити обсяг виробництва, переробки та реалізації продукції, її продуктивність і ефективність діяльності господарств. Важливе значення має розробка стратегії для забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Інноваційні стратегії базуються на оцінці стратегічних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на процеси аграрного виробництва, основними з яких є організаційні особливості підприємств сфери виробництва, стан ринків, можливість впровадження інновацій, конкурентна ситуація, стан інвестиційної політики як підприємства по виробництву, переробці, реалізації аграрної продукції так і держави в цілому [5].

Головною стратегією інноваційного розвитку аграрних підприємств повинна бути стратегія глобалізації, яка складається з декількох стратегічних складових із обов'язковими екологічними, технологічними компонентами та стратегією бізнес-планування інноваційним розвитком. На даному етапі розвитку екологічна стратегія вимагає проаналізувати та обґрунтувати всі аспекти природно-кліматичних умов, системи обробки, внесення добрив та захисту рослин, а також врахувати вимоги ринку до якості продукції. Що стосується технологічної стратегії, то вона повинна знаходитися на перших позиціях впливу на загальні результати стратегічного управління аграрній підприємств. Аграрні господарства необхідно терміново забезпечувати модерним, енергозберігаючим багатофункціональним машинно-тракторним переозброєнням, провести технологічну модернізацію агропромисловості. Таке переозброєння дасть можливість підприємствам скоротити загальну кількість використаної техніки та стати основою для введення нових високопродуктивних інноваційних технологій у виробництво як основного стратегічного чинника для досягнення конкурентоспроможності аграрної продукції. Загалом кожне аграрне господарство повинне передбачати свою діяльність за загальною схемою бізнес-планування з заданими параметрами ефективного кінцевого результату [6].

Основні напрямки стратегії інноваційного регіонального розвитку є: цільовий ринок, позиція та асортимент аграрної продукції, ціноутворення, реклама, стимулювання переробки та збуту продукції, тощо. Для цього необхідно вжити та-

ких заходів: збільшити частку аграрного ринку, зробивши ставку на зацікавлених споживачів конкретної продукції; забезпечити привабливість послуг за рахунок збільшення гарантійного терміну експлуатації і надання комплексів робіт та послуг; розширити номенклатури робіт та послуг і підтримки високої конкурентоспроможності аграрної продукції з метою окупації ринкових сегментів, які можуть бути зайняті конкурентами [7, с.82].

Інновацією у розвитку сільського господарства є зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері задля одержання економічного ефекту, спрямованого на задоволення певних суспільних потреб. Інноваційна модель розвитку сільського господарства – це сукупність взаємозв'язаних організаційних структур, що здійснюють апробацію та комерційну реалізацію наукових знань і технологій та займаються виробничою діяльністю. Формування стійких конкурентних переваг аграрного виробництва в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища, потребує для аграрних підприємств розробки інноваційно-інвестиційної стратегії з метою економічного ефективного їх розвитку. На рисунку 1 відображена взаємозв'язок стратегії інноваційного розвитку з іншими стратегіями розвитку аграрних підприємств [8].



Рис. 1. Взаємозв'язок стратегії інноваційного розвитку з іншими стратегіями розвитку аграрних підприємств

На сьогоднішній день, головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва й реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції. Стратегія інноваційного розвитку аграрних підприємств – це сукупність дій та методів ведення інноваційної діяльності, що має свою специфіку та забезпечує конкурентні переваги за рахунок інновацій. Основу інноваційного потенціалу підприємства складають кадрові та матеріально-технічні складові, а також наявність науково-технічної й інтелектуальної власності. Особливо важливою є наявність кадрів – спеціалістів і вчених, що забезпечують інноваційний процес новими знаннями, ідеями, винаходами, ноу-хау, новими технологіями

Інноваційна стратегія розвитку аграрних підприємств передбачає системний підхід до освоєння інновацій. Інноваційний потенціал розглядається як: сукупність ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності; сукупність активів, що

використовуються в інноваційній діяльності; можливості підприємства, що визначають обсяги, терміни, кількість і якість його інноваційної діяльності; здатність підприємства проявляти інноваційну активність; міра готовності підприємства до здійснення інноваційної активності; складна динамічна система, що здійснює інноваційну діяльність; характеристика потоку нововведень; складова інтелектуального потенціалу; певна структура його складових; одна з трьох складових інноваційного простору. Він є складною динамічною системою генерування, накопичення і трансформування наукових, управлінських ідей та науково-технічних, маркетингових результатів і інноваційні продукти на основі здійснення безперервного управління аграрним підприємством [9, с. 69].

Стратегічне управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств спрямовується на пошук та реалізацію інноваційних проєктів, які забезпечать стабільний і прибутковий розвиток суб'єкта господарювання в довгостроковій перспективі. Виконуючи цю функцію, менеджери аграрних підприємств повинні створити власну інноваційну стратегію, яка дасть змогу пристосуватися до змінних зовнішніх умов, та визначити вдалий час для її реалізації. Вибір найдієвішої інноваційної стратегії залежить від базової стратегії підприємства, його поточного стану та конкурентного середовища, тобто від сукупності внутрішніх і зовнішніх умов. Розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення стратегічних напрямів діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях і мають інноваційний характер.

Правильно обрана стратегія є найважливішим результатом і ефективним механізмом стратегічного управління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, фінансово-економічного, соціального і організаційного потенціалу аграрного підприємства в певних напрямках. Першочерговим завданням постає визначення пріоритетних напрямів розвитку підприємства, забезпечення конкурентоспроможності продукції та підвищення ефективності виробництва. Незважаючи на те, що стратегії інноваційного розвитку відкривають нові можливості, для більшості аграрних підприємств завдання стратегічного планування інноваційного розвитку є досить новим.

Для вдосконалення аграрної політики необхідним є врахування інноваційної компоненти, що дасть можливість посилити внутрішні індикатори господарської діяльності аграрних підприємств на основі формування технологічних, агротехнічних та організаційно-економічними можливостей у інноваційному напрямі. Однією із головних причин низької інноваційної активності вітчизняних аграрних підприємств є відсутність механізмів та інструментів зацікавленості у впровадженні інноваційних розробок у аграрне виробництво [10, с. 33].

Порівняльний аналіз сучасних поглядів на сутність та можливості управління розвитком аграрного підприємства встановлює, що вирішення цього завдання потребує залучення методологічного апарату теорії систем (дослідження підприємства як бізнес-системи), еволюційної теорії та синергетики (дослідження механізму розвитку соціально-економічних систем), неінституціональної економічної теорії (дослідження умов, що впливають на розвиток системи і її здатність до самоорганізації), теорії обмеженої раціональності (для вибору варіантів і напрямів інвестування розвитку)

Вагому роль у обґрунтуванні інноваційної стратегії відіграє інвестиційний аналіз, який розглядається як процес вивчення та оцінки альтернативних інвестицій та реальних проєктів з метою встановлення інвестиційних потреб, вибору та пошуку джерел фінансування, прогнозу фінансової віддачі від нього у вигляді

грошових потоків та оцінки його ефективності шляхом зіставлення майбутніх грошових потоків з обсягом інвестицій, що відносяться до певного часу. Інвестиційний аналіз дає змогу не тільки виокремити перспективні, з позицій завдань розвитку інвестиційні проекти, а й визначитися з типом інвестиційного портфеля і вимогами до його формування. Значне місце у підготовці інвестиційних стратегічних рішень повинен займати аналіз здатності підприємства до освоєння нових технологій, закладених у інвестиційних проєктах. Водночас необхідно враховувати й те, які наслідки матиме реалізація підприємством інвестиційної програми для середовища господарювання загалом, щоб оцінити можливі ризики внаслідок протидії з боку зацікавлених осіб. Неодмінною умовою вибору інвестиційної стратегії підприємства має бути адекватна оцінка його інноваційно-інвестиційного потенціалу, причому саме у такому поєднанні [11, с. 123-124].

Можна виділити три стратегічні напрями ресурсно-технологічного оновлення аграрного сектору: створення і застосування технологій і біоресурсів, що сприяють здешевленню вироблюваної продукції; розробка та впровадження технологій і біоресурсів, які дають можливість істотно підвищити якість продуктів харчування та аграрної сировини; створення та використання технологій і основних біологічних засобів виробництва, що забезпечують випуск екологічно чистого продовольства й екологічну аграрну діяльність, переробку її продукції. [12, с.18].

Здійснення ефективної інноваційної діяльності аграрних підприємств можливо лише за допомогою державної підтримки, яка має здійснюватися через систему економічних механізмів та важелів. Концептуальну модель формування стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств аграрної сфери, де ключовою складовою є чітке формулювання та визначення цілей діяльності аграрного підприємства, що забезпечить формулювання вірних інноваційних орієнтирів на різних стадіях діяльності. Формування стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку дасть можливість підвищити конкурентоспроможність продукції агропідприємств, забезпечити стійкі позиції на ринку та підвищити ефективність їх функціонування [13, с 125].

Аграрним підприємствам необхідний новий підхід до організації внутрішнього планування. Для залучення іноземних інвесторів необхідним є бізнес-план, який би відповідав міжнародним стандартам і був адаптований до наших умов. В процесі бізнес-планування найбільш широко необхідно застосовувати програми Comfar (UNIDO), Project Expert, пакети компаній „ІНЕК” та „Альт-Інвест”, Project Manager, Success та інші. Агропромисловий сектор економіки України для впровадження інноваційних розробок потребує щорічних інвестицій не менше 75 млрд. грн. [14, с. 602].

Інноваційна діяльність у сільському господарстві – це комплексний процес створення нових або більш продуктивних високоврожайних сортів, поголів'я худоби, елітного насіння, високопродуктивних сільськогосподарських машин і агрегатів тощо, впровадження прогресивних техніко-технологічних, організаційно-економічних й управлінських рішень, комерціалізація сучасних споживчих норм. Щоб створити сприятливі умови для інноваційного розвитку аграрного бізнесу в Україні, потрібно ліквідувати фінансову нестабільність сільського господарства, що стримує фінансових інвесторів. Заходи щодо фінансового оздоровлення підприємств АПК повинні стати пріоритетними в державній аграрній політиці [15].

Реалізація завдань інноваційного забезпечення конкурентоспроможності аграрного підприємства досягається шляхом використання різних елементів стратегічного інноваційного управління:

- методичне забезпечення – сукупність методів інноваційного управління, які

можуть застосовуватися при аналізі, оцінці конкурентоспроможності, управлінні нею;

- інструментальне - маркетингове забезпечення, що надає специфічні інноваційного маркетингові інструменти управління конкурентоспроможністю;

- інформаційне - в процесі прийому маркетингових досліджень підприємство отримує інформацію, яка може бути використана з метою підвищення його інноваційної діяльності;

- організаційне забезпечення - в разі наявності на підприємствах служб маркетингу і відповідних фахівців з інноваційного розвитку дана служба може реалізовувати заходи по підвищеній конкурентоспроможності підприємства;

- концептуальне - інноваційний маркетинг пропонує сукупність концепцій ринкового розвитку, що відображають завдання діяльності підприємства, які використовуються при визначенні параметрів конкурентоспроможності.

За предметом та сферою застосування можна виділити маркетингові інновації: вихід на нові сегменти ринку; - підвищення якості продукції та розширення асортименту; - нові канали розподілу продукції [16, с. 94].

Впровадження сучасних систем землекористування та інформаційних агротехнологій вимагають розробки та впровадження інноваційних інформаційних технологій. До таких систем можна віднести Global Positioning System (GPS), "Rapid Eye", CORINE Land Cover (Coordination of Information on the Environment). Встановлено, що ефективними для аграріїв є інноваційні платформи, які працюють у сфері big data такі продукти як: БАЙЕР БІЗНЕС ПЛЮС, AGRIANALYTICA, SAATBAU PROFIT MANAGER тощо. Ґрунтово-кліматичні умови України дають змогу значно розширити обсяги органічного землеробства, які за експертними оцінками можуть досягти 7 % сільськогосподарських угідь у 2020 році [17].

Програми GEO-Агро, ГІС Панорама Землеробство, Farm Works Site (Pro), SST Summit, SMS Desktop Software (Advanced і Basic), JD Reports MAP, АграрОфіс, Agro-Net NG, FarmView Record Keeper та інші дають можливість автоматичного розрахунку потреби в насінні, добривах та засобах захисту рослин, а також забезпечують функцію ефективного управління земельними, виробничими, трудовими та фінансовими ресурсами аграрних підприємств.

Великі можливості ефективного використання ресурсів аграрних підприємств відкриває застосування смартфонів та мобільних додатків, які можуть здійснювати: відстеження та контроль транспортних засобів; контроль водіїв; нагадування й попередження; супровід і підтримку. Всю необхідну інформацію забезпечують такі програми, як: GEO-Обліковець, GEOПлан, Кишеньковий вимірювач, Агронавт, Farm Works Mobile, SST Stratus, SMS Mobile, AGROGPS Mobilbox та інші [18, с. 296].

Інноваційні технологічні рішення дозволяють максимально зменшити залежність від природних умов, використовувати особливості погоди на користь розвитку рослин, автоматизувати систему поливу, планувати внесення добрив на основі хімічного аналізу вмісту поживних речовин кожного поля, здійснювати моніторинг наявності шкідників та планувати внесення інсектицидів при перевищенні порогу їх шкідочинності тощо. Поліпшення агротехнічних робіт забезпечить заощадження мінеральних добрив на 13,9 млрд. грн. на рік. Впровадження ресурсозберігаючих і мінімальних технологій обробітку ґрунту Mini-till, No-till або Zero-till та Strip-till мають схожі проблеми в адаптації до вітчизняних умов господарювання. До них можна віднести слабку державну підтримку, значні фінансові витрати, необхідність заміни машинно-тракторного парку та використання сучас-

них інформаційних технологій. Економічний ефект від запровадження мінімального обробітку ґрунту в 2020 році становитиме 6,3 млрд. грн. [19, с.77].

Ефективність впровадження інноваційних агротехнічних заходів у рослинництві наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Ефективність впровадження пріоритетних заходів у рослинництві

Види заходів	Роки		Темп росту, %
	2015	2020	
Біологізація			
Внесення органічних добрив, млн. т. забезпечить:	57,9	105	181,3
- приріст гумусу, тис. т	2606	4725	181,3
- надходження NPK, тис. т.	1186	2098	176,9
Запровадження науково - обґрунтованих сівозмін			
-посіви багаторічних трав , млн. га.	1,8	1,9	105,6
- бобових культур, млн. га.	2,3	2,8	121,7
забезпечить: - щорічне утворення гумусу, тис. т.	3680	3760	102,2
- фіксації біологічного азоту, тис. т.	496	502	101,2
-економію мінеральних добрив, млн. грн.	4960	5020	101,2
Розширення посівів сидеральних культур			
Площа посівів, млн. га забезпечить:	1,5	2,0	133,3
- утворення гумусу, тис. т.	1350	1800	133,3
- надходження NPK, тис. т.	251	342	136,2
- економію мінеральних добрив, млн. грн.	1960	2620	133,7
Використання на добрива побічної продукції рослинництва			
Обсяг побічної продукції, млн. т забезпечить:	28,8	37,5	130,2
- утворення гумусу, тис. т.	4296	5513	128,3
- надходження NPK, тис. т.	630	820	130,2
- економію мінеральних добрив, млн. грн.	4920	6280	127,6

Джерело : [19, с.78]

Значне підвищення продуктивності й адаптивності культур шляхом переведення галузі рослинництва на постіндустріальні моделі розвитку за прогнозними показниками приведе до збільшення їх урожайності в 1,5–2,7 разу порівняно з 2010 роком (табл. 2).

Останніми роками все більший попит має екологічно безпечна продукція. Основними мотивами придбання такої продукції є потреба у захисті дітей, різні захворювання, харчова цінність. Нові світові тренди щодо здорової та правильної їжі, вегетаріанство є основним драйверами органічного ринку. Дані на основі дослідження органічного ринку, яке проведено Information Center Green Dossier (OrganicInfo.ua), Органік Стандарт та Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) в рамках проєкту «Дослідження органічного ринку та підтримка політичного розвитку, що впроваджувався за фінансової підтримки Швейцарської Конфедерації,

вказують що Україна займала у 2019 році друге місце (зі 123 країн) з експорту органічної продукції в ЄС. Це на дві сходинки вище, ніж в 2017 році. Таким чином Україна збільшила обсяг експорту на 27% більш ніж 337 тис.т., що становить 10% всієї агропродукції, що була ввезена в Європу. Перше місце займає Китай з часткою в 13%, за Україною відповідно розташувалися Домініканська республіка, Еквадор і Перу, 10, 9 і 7% відповідно. України експортує зернові, олійні культури та овочі і фрукти [20, с. 80].

Таблиця 2.

Результати продуктивності сільськогосподарських культур від впровадження інноваційних рішень, ц/га

Культури	Роки			2020 рік в % до	
	2010	2015	2020 (прогноз)	2010 р.	2015 р.
Зернові та зернобобові	26,9	43,8	49,4	183,6	112,8
Цукрові буряки	280	400	438	156,4	109,5
Олійні	15,2	22,0	29,6	194,7	134,5
Овочеві	174	222	256	147,1	115,3
Баштанні	92	125	250	271,7	200,0
Плодово-ягідні	76,1	98,4	130,0	170,8	132,1
Виноград	60,3	62,0	69,3	114,9	111,8

Джерело : [19, с.78]

Галузю аграрної сфери, що потребує значних інвестицій і на даному етапі розвитку знаходиться в кризовому стані, є тваринництво. Але воно стимулює суб'єктів господарювання до модернізації, технологічної оснащеності та провадження новітніх інтелектуальних технічних рішень. Для галузі тваринництва при ефективному використанні ресурсного її потенціалу можливості сучасних інформаційних систем дозволяють: підтримувати оптимальний мікроклімат у приміщеннях із тваринами; відстежувати динаміку їх здоров'я, приросту маси тварин та відповідності даних показників нормативним критеріям; автоматизувати планування структури стада; враховувати генеалогію та біологічні цикли при плануванні розмноження тварин; формувати автоматизовано раціон їх харчування; автоматизувати план ветеринарних заходів (щеплень, оглядів, зважувань тощо).

Суть інноваційних технологій, що стосуються тваринництва, полягають у впровадженні, в першу чергу біотехнологій із застосуванням методів клітинної та генної інженерії у підвищенні відтворювальних функцій тварин та в перспективі – створенням вітчизняного ринку племінних ресурсів, який би повністю забезпечив внутрішню потребу та орієнтувався на експорт.

Сучасні норми годівлі повинні враховувати потреби тварин в енергії, сухій речовині, протеїнах, вуглеводах, клітковині, жирі, мікроелементах, каротині, вітамінах методом створення різноманітних режимів годівлі стосовно відповідних порід тварин через точність їх дозування. Техніко-технологічного забезпечення, що характеризується оновленням технологічної бази ферм новітнім обладнанням для утримання тварин досить слабка. Через відсутність організаційно-економічної, фінансової та матеріально-технічної підтримки для впровадження ресурсозберігаючих технологій, що базуються на повній автоматизації процесу, викори-

станні робототехніки, створенні кормової бази, розведенні високопродуктивного поголів'я відсутні. Основним завданням для галузі тваринництва, завдяки впровадженню інноваційних технологій, є збільшення виробництва валової продукції у 2020 році до 83,4 млрд грн, що майже в 2 рази більше 2010 року, а також збільшення обсягів виробництва м'яса в забійній масі у 2020 році до 4365 тис. т., або темп приросту цього показника буде становити 112,0 % [21, с. 80].

Висновки

Зважаючи на сучасні виклики конкурентного середовища та світової глобалізації для забезпечення розвитку вітчизняних аграрних підприємств нагальним стає впровадження інновацій. Тільки досягнення світового рівня інноваційної активності є для аграрних підприємств його конкурентоспроможністю. Розробка програми інноваційного розвитку та відповідної стратегії є базою формування конкурентних переваг і стійкого фінансового стану вітчизняних аграрних підприємств.

Для прийняття раціональних стратегічних управлінських рішень у аграрних підприємствах для покращення їх інноваційного розвитку сучасні технології дозволяють виявляти недоліки та ризики в технологічних процесах. Впроваджуючи в діяльність аграрних підприємств інноваційні технології, інвестиційні кошти працюють не тільки на стратегічні плани, а і на їх тактичні можливості, заощаджуючи земельні, виробничі, трудові та фінансові ресурси.

Правильно обрана стратегія є найважливішим результатом і ефективним механізмом стратегічного управління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, фінансово-економічного, соціального і організаційного потенціалу підприємства в певних напрямках. При цьому, першочерговим завданням постає визначення пріоритетних напрямів розвитку підприємства, забезпечення конкурентоспроможності продукції та підвищення ефективності виробництва.

Перспективи подальших розробок у цьому напрямку заключаються в тому, що незважаючи на те, що стратегії інноваційного розвитку відкривають нові можливості, для більшості аграрних підприємств завдання стратегічного планування інноваційного розвитку є досить новим. Тому побуда стратегії інноваційного розвитку підприємства повинна бути забезпечена удосконаленою правово-методичною базою та інвестиційними коштами для вибору оптимального варіанту інновацій, впровадження в підприємство, стабільність та інтенсивний тип розвитку цих суб'єктів господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковтун В.А. *Методологічні та методичні підходи до стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних підприємств МНПК «Філософські обрії сьогодення»*, Херсон, ДВНЗ «ХДАУ», 2019. С.80-84.
2. Кривешко О.В., Сідун П.В. *Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів*. URL:http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/13854/1/28_180-188_Vis_720.
3. Сіренко Н. М. *Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки України: Монографія*. Миколаїв, 2010. 416 с.
4. Покотилова В. І. *Управління інноваційною діяльністю в аграрному виробництві: монографія*. К.: ННЦІАЕ, 2008. 304 с.
5. *The global innovation index 2017*. Innovation feeding the world/Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent /http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf

6. Глобальні концепції національних інноваційних систем. За редакцією: К. Фрідмен, Б. Лундвалл, Р. Нельсон, Ф. Хайєк URL: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2007-2\(43\)/94.pdf](http://www.kdu.edu.ua/statti/2007-2(43)/94.pdf).
7. Орлова В.М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства Економічний нобелівський вісник 2015. № 1 (8) С. 79-85
8. Гребеннікова А.А. Розвиток сільського господарства на інноваційній основі. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5338>
9. Ковтун В.А. Інноваційний та фінансовий ресурсний потенціал аграрних підприємств Фінансовий простір № 2 (№34) С. 62-73.
10. Афендікова Н.О. Інноваційний розвиток аграрного виробництва в сучасних умовах. Економіка та держава. № 6, 2016. С. 32—34.
11. Волчанська Л.В. Формування інвестиційної стратегії економічного розвитку аграрних підприємств. Економіка та держава № 6. 2014. С.120-124.
12. Писаренко Т.В. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка. К.: УкрІНТЕІ, 2018. 98 с.
13. Шаманська О. І. Формування системи інноваційно-орієнтованого розвитку аграрних підприємств. Ефективна економіка. № 12, 2016. С. 123-128
14. Ковтун В.А. Стан та перспективи інвестиційного забезпечення галузі сільського господарства України. МНПІК. Сучасний рух науки, Way Science. Дніпро, 2018. С.599-604.
5. Тверезовська Н.Т., Нелепова А.В. Інформаційні технології в агрономії. 2017 р. URL: https://pidruchniki.com/1337101861366/informatika/rozvitok_vprovadzhennya_informatsiynih_tehnologiy_silskomu_gospodarstvi
16. Донець О.І. Інновація та її особливості в аграрному секторі економіки України. Економічний аналіз. 2013. No 12 (1). С. 92–97
17. Tanklevska N., Kovtun V. The intelligent technological solutions as a tool of efficient use of the agriculture resources. Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право. 2019. С.64-72
18. Тищенко С.І. Роль інформаційних технологій у діяльності аграрних підприємств. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. 2015 р. № 3. С. 291–297.
19. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015 р. Вип. 7 (172). С. 75-81.
20. Внутрішній ринок органічної продукції України, експорт та імпорт за 2019 рік. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/95>
21. Ковтун В.А. Роль інтелектуальних технологічних рішень для ефективного використання ресурсів сільського господарства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління- 2019. №1(18). URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/18-2019-ukr>

<i>Лозовська Г. М., Значек Р. Р.</i> Комплексне використання інструментів інтернет-маркетингу при просуванні товарів та послуг	231
<i>Пинчукова Ю. М., Масанский С. Л.</i> Структурно-аналитическое моделирование потребительной стоимости в товароведных исследованиях	245
<i>Сыцко В. Е., Целикова Л. В., Сахарова Д. Б.</i> Маркетинговые подходы в оценке конкурентоспособности организаций и товаров	258
<i>Ус М. І.</i> Маркетинг партнерських відносин у ризик-орієнтованій системі накопичувального пенсійного забезпечення	270
<i>Ушакова О. А.</i> Факторинг у кредитно-гарантійній діяльності системно важливих банків України	283
РОЗДІЛ 3. Стратегічне управління розвитком підприємництва	296
<i>Боровік Л. В., Borovik L. V.</i> Стратегія державного управління інвестиціями у сільському господарстві	297
<i>Громова О. Є., Нгомова О. Ує.</i> Роль та місце маркетингу в управлінні конкурентоздатністю підприємств	310
<i>Ковтун В. А.</i> Стратегічне управління інноваційним розвитком аграрних підприємств	323
<i>Лагодієнко В. В., Голодонюк О. М., Мільчева В. В.</i> Інноваційний напрямок розвитку виноробства в Україні	335
<i>Поліщук І. І., Довгань Ю. В.</i> Стратегія підприємства та вплив маркетингу на її формування	347
<i>Сидоренко Ю. Ю.</i> Хеджирование в системе управления рыночными финансовыми рисками	361
<i>Соловьева Л. Л.</i> Марочные стратегии белорусских организаций	389
<i>Ткач В. О., Камушков О. С., Язіна В.А.</i> Умови формування концепцій управління розвитком готельно-ресторанного господарства як складової державних програм розвитку туризму	403
<i>Толкачева Е. Г., Липская А. О.</i> Интегральная оценка деятельности организации её стейкхолдерами	420
<i>Шафранская И. В., Шафранский И. Н.</i> Стратегическое планирование программы развития мясоперерабатывающего предприятия	433
РОЗДІЛ 4. Розвиток ринків товарів та послуг в Україні та за кордоном	460
<i>Бахчиванжи Л. А., Барбінягра О. М., Бахчиванжи В. В.</i> Потенціал, проблеми та перспективи експортно-імпорتنих відносин України та Китаю як сучасний тренд розвитку підприємницької діяльності в агробізнесі	461
<i>Бордун Т. В., Донець Л. Я.</i> Маркетингові дослідження ринку твердого біопалива (marketing research of the solid biofuel market)	474
<i>Гасанова Т. В., Misnikova L. V.</i> Развитие рынка товаров и услуг в Беларуси	489

Одеська національна академія харчових технологій

Колективна монографія

**МАРКЕТИНГ, ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ:
СУЧАСНИЙ СТАН, НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ**

Підписано до друку 28.12.2020. Формат 70x108/16.

Папір офсетний. Гарнітура Сиргум.

Друк офсетний. Ум. печ. арк. 47,25.

Тираж 500 прим. Зам. 96

Надруковано з готових оригінал-макетів замовника.

ВидавництвоТОВ «Лерадрук»,

67400, вул. Європейська, 44. м. Роздільна, Одеська обл.,