



Slovak international scientific journal

№43, 2020

Slovak international scientific journal VOL.2

The journal has a certificate of registration at the International Centre in Paris – ISSN 5782-5319.

The frequency of publication – 12 times per year.

Reception of articles in the journal – on the daily basis.

The output of journal is monthly scheduled.

Languages: all articles are published in the language of writing by the author.

The format of the journal is A4, coated paper, matte laminated cover.

Articles published in the journal have the status of international publication.

The Editorial Board of the journal:

Editor in chief – Boleslav Motko, Comenius University in Bratislava, Faculty of Management

The secretary of the journal – Milica Kovacova, The Pan-European University, Faculty of Informatics

- Lucia Janicka – Slovak University of Technology in Bratislava
- Stanislav Čerňák – The Plant Production Research Center Piešťany
- Miroslav Výtisk – Slovak University of Agriculture Nitra
- Dušan Igaz – Slovak University of Agriculture
- Terézia Mészárossová – Matej Bel University
- Peter Masaryk – University of Rzeszów
- Filip Kocisov – Institute of Political Science
- Andrej Bujalski – Technical University of Košice
- Jaroslav Kovac – University of SS. Cyril and Methodius in Trnava
- Paweł Miklo – Technical University Bratislava
- Jozef Molnár – The Slovak University of Technology in Bratislava
- Tomajko Milaslavski – Slovak University of Agriculture
- Natália Jurková – Univerzita Komenského v Bratislave
- Jan Adamczyk – Institute of state and law AS CR
- Boris Belier – Univerzita Komenského v Bratislave
- Stefan Fišan – Comenius University
- Terézia Majercakova – Central European University

1000 copies

Slovak international scientific journal

Partizanska, 1248/2

Bratislava, Slovakia 811 03

email: info@sis-journal.com

site: <http://sis-journal.com>

CONTENT

ECONOMY

Amons S., Krasniak O. STRATEGY OF FORMATION OF THE PRODUCT RANGE OF THE ENTERPRISE 3	Kolesnik T. MAIN TRENDS OF MARKETING RESEARCH IN THE AGRICULTURAL SPHERE OF MARKET TRANSFORMATION28
Harbar Zh. INNOVATIVE COMPONENT OF EXPORT POTENTIAL OF PROCESSING ENTERPRISES IN AGRICULTURE 9	Kubai O. PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE ECONOMY OF THE REGION37
Mazur K., Hontaruk Y. STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PROCESSING ENTERPRISES ON THE INVESTMENT AND INNOVATION BASIS.....18	Samborska O., Kolesnik T. DYNAMIC OF GREEN ECONOMY DEVELOPMENT IN UKRAINE46

NORMAL AND PATHOLOGICAL PHYSIOLOGY

Styazhkina S., Chernyshova T., Smetanin M. CONNECTIVE TISSUE DYSPLASIA IN SURGICAL PATIENTS.....53

PEDAGOGY

Makhmudova D., Masharipov A., Khajiev R. ENVIRONMENTAL EDUCATION OF STUDENTS IN THE PROCESS OF LEARNING ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL PROTECTION AS AN IMPORTANT SOCIO-PEDAGOGICAL TASK..... 57	Rublevskaya E., Alexandrova T., Shilko S. DIRECTIONS OF USE OF DIDACTIC GAMES IN THE PROCESS OF EDUCATION OF RESPECT FOR NATURAL RESOURCES IN PRESCHOOL CHILDREN59
--	--

2. Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання [Електроний ресурс] / А.В. Троян // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708>
3. Діденко Є.О. Управління асортиментною політикою підприємства [Електроний ресурс] / Є.О. Діденко, Д.С. Савельєв // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910>
4. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: Монографія / Л.В.Балабанова, О.А. Риндіна. – Донецьк: Дон дует, 2006. – 230 с.
5. Марченко І.С. Категорійний менеджмент в комерції: інструмент управління асортиментом товарів у роздрібній торгівлі / І.С. Марченко // Вісник МГТУ. – М. – № 1. – Т. 14. – 2011. – С. 25– 29.
6. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика [Текст]: Підручник / В.Я Кардаш. – К.: КНЕУ, 2010. – 240 с.
7. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності: навч. посіб. / Г.М. Тарасюк. – К.: Каравела, 2005. – 400 с.
8. Котлер Филипп, Армстронг Гари, Сондерс Джон, Вонг Вероника. Основы маркетинга / Пер. с англ. – М., СПб., К.: Изд. дом «Вильямс», 1999. – 1152 с.
9. Єрмошенко М.М., Ерохін С.А., Базилук А.В. Маркетинг // Маркетинг : підручник. – К.: Нац. акад. управління, 2011. – 631 с.
10. Ансофф І.В. Новая корпоративная стратегия [Текст] / І.В. Ансофф // Питер Ком. – 2008. – 416 с.
11. Polkowska I., Krygier D. Proces planowania asortymentu w przedsiębiorstwie handlowym // I. Polkowska, D. Krygier / Logistyka – nauka №6. – 2012 pp.555-560.
12. Мажара А.В., Батова Т.Н. Классификация основных показателей товарного ассортимента предприятия. //Международный студенческий научный вестник. 2015. № 1. С. 1-8.
13. Дихтль Э. Практический маркетинг / Э. Дихтль, Х. Хершген - М.: Высшая школа, 2005 г. - 369 с.
14. Юрова, Н.А. Управление ассортиментом как функциональный аспект коммерческой деятельности / Н.А. Юрова // Вестник ЮжноУральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. - 2015. - № 8 (141). - С. 83-89.

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Гарбар Ж.В.

*доктор економічних наук, доцент,
Вінницький національний аграрний університет,
м. Вінниця, Україна*

INNOVATIVE COMPONENT OF EXPORT POTENTIAL OF PROCESSING ENTERPRISES IN AGRICULTURE

Harbar Zh.

*Doctor of Economics, Associated Professor,
Vinnitsia National Agrarian University
Vinnitsya, Ukraine*

Анотація

У статті обґрунтовано необхідність активізації інноваційної діяльності, яка забезпечує формування та реалізацію стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК. Визначено етапи управлінських рішень щодо реалізації експортного потенціалу підприємства. Розглянуто складові формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК. Розкрито напрями розвитку ринкових можливостей переробних підприємств АПК на зовнішніх ринках. Охарактеризовано сучасний стан інноваційного процесу в переробних підприємствах АПК. Окреслено основні цілі впровадження інновацій. Доведено, що основою ефективної інноваційної діяльності переробних підприємств АПК є прогнозування потреби в інноваціях, на основі яких розробляються принципово нові прогресивні технології, здійснюється випуск високотехнологічної продукції.

Abstract

The article substantiates the need to intensify innovation, which ensures the formation and implementation of a strategy to increase the export potential of processing enterprises in agriculture. The stages of management decisions on the realization of the export potential of the enterprise are determined. The components of formation of export potential of processing enterprises of agrarian and industrial complex are considered. The directions of development of market opportunities of processing enterprises of agrarian and industrial complex in foreign markets are revealed. The current state of the innovation process in the processing enterprises of agro-industrial complex is characterized. The main goals of innovation implementation are outlined. It is proved that the basis of effective innovative activity of processing enterprises of agrarian and industrial complex is forecasting of need for

innovations on the basis of which fundamentally new progressive technologies are developed, release of high-tech production is carried out.

Ключові слова: експортний потенціал, інновація, інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційна активність, переробні підприємства АПК, стратегія.

Keywords: export potential, innovation, innovation activity, innovation process, innovation activity, agro-industrial processing enterprises, strategy.

Постановка проблеми. Інтеграція економіки України у світове господарство та її ефективність значною мірою залежить від наявних експортних ресурсів країни. Запорукою успішного економічного розвитку і глобального позиціонування України є конкурентоспроможний розвиток та реалізація експортних можливостей переробних підприємств агропромислового комплексу. Стимулювання інвестиційної активності підприємств, впровадження у виробництво прогресивних високотехнологічних процесів, розробка та випуск нової конкурентоспроможної продукції дозволяє досягнути поставленої мети в довгостроковому періоді.

Спроможність переробних підприємств АПК ефективно конкурувати на ринку залежить від упровадження інноваційних технологій у виробничий процес підприємств, оскільки дає можливість визначити ключові переваги підприємства, рівень інноваційності його продукції та використовуваних технологій, що закладають основу конкурентних переваг та зростання експортного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці впливу інновацій на зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК присвячено роботи багатьох науковців, серед яких: В. Байрака, Ю. Зборовська, Л. Кобиляцький, О. Кондратюк, Т. Пепа та ін. Водночас, віддаючи належне напрацюванням науковців, варто відмітити, що дана проблема не є вирішеною на цей час, потребують подовження досліджень обґрунтування необхідності активізації інноваційної діяльності, яка забезпечує формування та реалізацію стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування необхідності активізації інноваційної діяльності, яка забезпечує формування та реалізацію стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Експортний потенціал – це максимальна спроможність підприємства за даного рівня техніко-економічної бази продукувати конкурентоспроможну продукцію на національній території та реалізувати її на світовому ринку.

Підходи сучасних науковців до визначення експортного потенціалу не завжди збігаються та розглядаються в них, як правило, лише окремі аспекти досліджуваного явища. Тому необхідне проведення всебічного аналізу категорії «експортний потенціал».

О. Кондратюк пропонує розглядати експортний потенціал як структурну одиницю економічного потенціалу та визначає його як здатність наці-

ональної економіки робити продукцію конкурентоспроможною на світових ринках і експортувати її в достатніх обсягах за світовими цінами [8]. С. Дорогунцов експортний потенціал визначає як обсяг товарів і послуг, що можуть бути вироблені в економічній та соціальній сферах і реалізовані на світовому ринку з максимальною користю для країни [13, с. 957]. У визначенні мова йде лише про перспективний рівень потенціалу. В. Плескач та Д. Стеченко в першій частині визначення характеризують його як обсяг благ, які національна економіка може виробляти і реалізовувати за межами країни. В. Плескач додає (при визначенні зовнішніх та внутрішніх обмеженнях), намагаючись максимізувати власний прибуток [12]. Д. Стеченко додає: а також її здатністю відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені [16]. Т. Ломаченко розглядає експортний потенціал як частку експортної продукції в загальному обсязі виробництва з урахуванням коефіцієнта конкурентоспроможності даної продукції і ринкового попиту на неї [10]. У такому визначенні експортний потенціал розглядається як частка експортної продукції, що на нашу думку не є коректним. На думку Т. Скорнякової, експортний потенціал – це здатність економічного суб'єкта виробляти конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію, яка може подолати існуючі експортні бар'єри та бути ефективно проданою за кордон [14, с. 4]. Поняття потенціал характеризується досягнутим та перспективним рівнями, в цьому ж визначенні скоріше мова йдеться лише про досягнутий рівень. Т. Пепа визначає експортний потенціал як частину виробничого потенціалу країни, результати розвитку якої реалізуються в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Тобто це здатність економіки відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені [14]. В. Байрака, Л. Кобиляцький, С. Фомишин [2; 17, с. 190] пропонують визначення експортного потенціалу як сукупності ресурсів країни, тобто відбувається ототожнення потенціалу з ресурсами, що є неприйнятним.

Розглядаючи експортний потенціал аграрних підприємств та агропромислового комплексу, деякі науковці намагаються визначити відмінності та особливості, які обумовлюються специфікою галузі. Я. Бойко визначає експортний потенціал АПК як можливість виробництва необхідного обсягу агропродукції, яка за показниками якості й конкурентоспроможності відповідає вимогам світового ринку, з метою експортної реалізації та максимальною користю для країни [3]. Ю. Зборовська пропонує розглядати експортний потенціал підприємства АПК як здатність мобілізувати свої виробничі ресурси (сировинні, фінансові, інтелектуальні, трудові, організаційні) та використовувати їх з максимальною ефективністю, виробляючи при цьому

конкурентоспроможну продукцію з інноваційними параметрами, яка користувалася б попитом на зовнішніх ринках, а також можливість забезпечувати постійний економічний розвиток підприємства за рахунок експортної діяльності [7].

Розглядаючи сутність категорії експортний потенціал, більшість авторів дотримуються власних підходів, визначаючи його як можливість, ресурси або ж складову інших видів потенціалів.

Схожі та стислі визначення експортного потенціалу даються в різних економічних довідникових виданнях, у яких зокрема зазначається, що це здатність (спроможність) або можливість країни експортувати наявні вироби, ресурси, продукти, товари та послуги, які вона виробляє [4, с. 845; 15, с. 456].

Отже, експортний потенціал є своєрідним показником розвитку та конкурентоспроможності як окремих суб'єктів, так і країни в цілому та ефективності її участі у міжнародному поділі праці;

Експортний потенціал притаманний суб'єктам різних ієрархічних рівнів: підприємству, галузі, регіону, країні. Відповідно між ними існує тісний взаємозв'язок: експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів регіонів та експортних потенціалів окремих галузей. Вони в свою чергу складаються з експортних потенціалів підприємств, які є основою цього ланцюга, адже саме підприємства здійснюють експортну діяльність,

тобто забезпечують реалізацію експортного потенціалу, як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності;

Експортний потенціал переробного підприємства АПК – це фактична здатність підприємства формувати та реалізовувати продукти харчування на зовнішньому ринку та його потенційна можливість зберігати або збільшувати обсяги експортної продукції в довгостроковій перспективі, враховуючи потреби та тенденції зовнішніх ринків, що надасть можливість ефективно конкурувати на них.

Експортний потенціал має забезпечити довгострокове функціонування підприємства на зовнішніх ринках та досягнення стратегічних цілей з використанням наявних ресурсів. В умовах розширення зовнішньоекономічної діяльності слід наголосити саме на стратегічній складовій управління експортним потенціалом підприємства, адже саме вона здійснює визначальний вплив на управління: в залежності від обраної на зовнішньому ринку стратегії: у підприємства є можливість диверсифікації шляхів використання власного експортного потенціалу, що забезпечує оптимальну відповідність стратегічним альтернативам.

В процесі реалізації експортний потенціал переробного підприємства АПК повинен пройти основні етапи, логічна послідовність яких повинна виглядати, на нашу думку, наступним чином (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи управлінських рішень щодо реалізації експортного потенціалу підприємства

Етапи	Характеристики етапів
Перший етап	Аналіз зовнішнього ринку та діяльності підприємства
Другий етап	Прийняття підприємством рішення про вихід на зовнішній ринок
Третій етап	Аналіз внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на формування експортного потенціалу
Четвертий етап	Оцінка експортного потенціалу підприємства
П'ятий етап	Вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок
Шостий етап	Вихід підприємства на зовнішній ринок. Реалізація експортного потенціалу
Сьомий етап	Аналіз ефективності експортної діяльності підприємства та її коригування
Восьмий етап	Підтримка наявного експортного потенціалу підприємства
Дев'ятий етап	Нарощування експортного потенціалу підприємства

Експортний потенціал переробних підприємств АПК утворюють виробнича, інноваційна, управлінська, маркетингова та логістична складові, що мають зовнішньоекономічну спрямованість та

забезпечуються відповідними кадровими, матеріально-технічними, фінансовими, інформаційними та технологічними ресурсами підприємств (рис. 1).

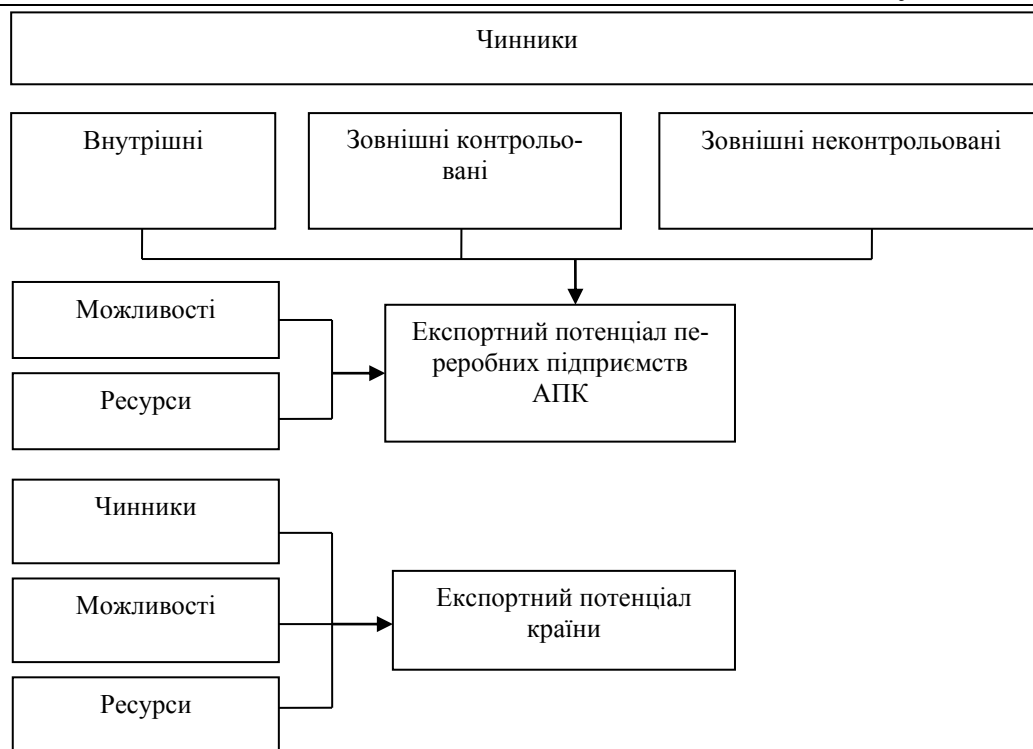


Рис. 1. Складові формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК

Визначальними ресурсами формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК є:

- кадрові (забезпеченість підприємства кадрами відповідних професійно-кваліфікаційних вимог);
- виробничі (забезпеченість необхідними засобами, потрібними для виробництва промислової продукції);
- фінансово-інвестиційні (забезпеченість грошовими коштами (власними, позиченими та/чи залученими);
- інноваційні (забезпеченість новітніми технологіями та інноваційними засобами виробництва);
- маркетингові (забезпеченість необхідними засобами просування промислової продукції на внутрішньому та/чи зовнішньому ринку);
- інформаційні (забезпеченість інформацією);
- організаційно-управлінські (наявність ефективної системи управління та організаційно-управлінських методів, які використовуються у виробництві та реалізації промислової продукції).

Натомість, можливості, як одну зі складових формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК чи експортного потенціалу країни, можна об'єднати в такі групи:

- кадрово-трудові (професійні здібності, рівень кваліфікації);
- виробничі (рівень виробничих резервів);
- фінансові (рівень грошового забезпечення);
- сировинно-матеріальні (наявність та доступність сировини і матеріалів, зокрема предметів праці, необхідних для виробництва та реалізації промислової продукції);
- природні (доступність компонентів живої та неживої природи);
- інвестиційні (наявні обсяги капіталовкладень у виробництво та реалізацію промислової продукції);

- інноваційні (науково-технічний та інноваційний розвиток у сфері промислового виробництва);
- соціальні (людський, інтелектуальний та соціальний розвиток зайнятих у промисловому виробництві; рівень знань, вмінь і навичок у сфері виробництва промислової продукції та її реалізації, зокрема на зарубіжних ринках);
- інформаційні (доступність інформаційних джерел);
- організаційно-управлінські (досвід організаційно-управлінської діяльності).

Між складовими експортного потенціалу існує взаємодоповнююча та взаємозалежна єдність, тобто кожна з цих складових впливає одна на одну, визначаючи в результаті, на скільки ефективно буде реалізований експортний потенціал підприємства.

Збільшення експортного потенціалу вітчизняних переробних підприємств можливо на основі аналізу товарної структури експорту та конкурентних переваг вітчизняної продукції, визначення прогресивних форм продажу на зовнішніх ринках, а також на основі оцінки географічної диверсифікації поставок.

Україна володіє потужним експортним потенціалом, але не за усіма видами продовольства. Аналіз структури агропродовольчого експорту підтверджує наявність значних галузевих диспропорцій. Так, в 2018 р. 53,1% загального обсягу експорту сільськогосподарської продукції і продовольства становила продукція рослинного походження. При цьому найбільша частка у загальному обсязі експорту продукції рослинництва (більше 72%) припадала на зернову групу. Існує стійка тенденція (близько 23%) щодо експортної орієнтації продукції олійно-жирового комплексу (табл. 2).

Таблиця 2

Обсяг експорту продукції агропродовольчого комплексу України, 2014-2018 рр.

Показники	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг експорту товарів, млн. дол. США	53901,7	38127,1	36361,7	43264,7	47335,0
Обсяг агропродовольчого експорту, млн. дол. США – всього:	16668,9	14563,1	15281,7	17756,9	18611,8
у т. ч.:					
продукти тваринного походження	1014,5	823,4	775,0	1108,8	1210,6
продукти рослинного походження	8736,1	7971,5	8093,7	9215,7	9886,1
жири та олії тваринного та рослинного походження	3822,0	3299,8	3963,0	4605,7	4496,5
готові харчові продукти	3096,3	2468,4	2450,0	2826,7	3018,6
Частка агропродовольчого експорту в загальному обсязі експорту товарів, %	30,9	38,2	42,0	41,1	39,3
Частка експорту готових харчових продуктів в загальному обсязі експорту товарів, %	5,8	6,5	6,7	6,5	6,4
Частка експорту готових харчових продуктів в агропродовольчому обсязі експорту товарів, %	18,9	17,0	16,0	15,9	16,2

Складено та розраховано за даними Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Обсяг експорту продукції харчової промисловості, як складової агропродовольчого комплексу, має негативні тенденції. За останні роки частка готових харчових продуктів у загальній вартості експортованої сільськогосподарської продукції та продовольства зменшилась від 18,9% у 2014 р. до 16,2% у 2018 р.

Якщо враховувати те, що конкурентоспроможна продукція повинна мати не лише якісні, цінові, а й фіксовані канали збуту, то з погляду на це серед основних товарів вітчизняного агропродовольчого експорту найбільш конкурентоспроможною на світовому ринку залишається пшениця, обсяги експорту якої є не лише значними, але й найбільшою мірою збалансованими за напрямками поставок – приблизно по третині в країни Європи, Азії та Африки. Таку ж характеристику мають диверсифікований збут кукурудзи та соняшникової олії.

Необхідно врахувати і те, що в глобальному середовищі перспективи нарощування агропродовольчого експорту визначаються з урахуванням рентабельності виробництва, конкурентоспроможності й ефективності експорту кожного виду продукції. Загальний рівень конкурентоспроможності національної економіки в сучасних умовах, в т.ч. й аграрного сектора, визначається експертами як низький. Водночас зберігаються передумови для закріплення стійкої позиції на зовнішніх ринках аграрної продукції й створення конкурентоспроможного агропромислового комплексу.

Так, держава при формуванні свого продовольчого ринку надає пріоритет розвитку власного виробництва. Україна вже зараз за рахунок власного виробництва повністю забезпечує внутрішні потреби у таких продуктах, як молокопродукти, цукор, овочі, плоди, рослинна олія та ін. Це дозволяє запроваджувати додаткові заходи по відновленню спеціалізованих зон виробництва та експортної реалізації цих продуктів.

Згідно з І. Ансоффом [1, с. 343] та відповідно до запропонованих Ф. Котлером [9, с. 428] принципів організації маркетингової діяльності, орієнтованої на пошук зовнішніх і внутрішніх можливостей

тривалого виживання й розвитку експортоорієнтованих підприємств (удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікація маркетингових зусиль, інтенсифікація комерційних зусиль) можна виділити чотири напрями розвитку ринкових можливостей переробних підприємств АПК на зовнішніх ринках:

– розширення меж ринку (вихід на європейські ринки; розширення ринку шляхом охоплення нових сегментів; розширення ринку за рахунок застосування нових способів використання існуючого товару);

– розробка й реалізація нового товару (введення на ринок нових модифікацій товарів; введення на ринок нових товарів, які замінюють ті, що випускаються; виведення на ринок нових виробів, призначених для задоволення існуючих потреб, але не іншим способом, ніж традиційні товари; виведення на ринок принципово нових товарів, що призначені для задоволення потреб, які існують тільки потенційно чи формують нові потреби);

– диверсифікація виробництва та збуту (пропонування на нових ринках нових товарів, що розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства; виробництво різноманітних за призначенням і сфер використання товарів, у тому числі ніяк не пов'язаних із попереднім видом діяльності; реалізація товарів на різних ринках; орієнтація у виробничо-збутовій діяльності на ніші ринку);

– глибоке проникнення на ринок (використання цінових стратегій, що приводять до зниження цін; проведення заходів щодо стимулювання збуту (реклама, пропаганда, стимулювання продажу, особистий продаж); розширення збутової мережі).

Значною мірою розвиток експортного потенціалу переробних підприємств АПК України залежить від впровадження інновацій, що забезпечують підвищення ефективності експортних операцій в АПК. Ефективність інноваційної діяльності доведена досвідом економічно розвинених країн, вона є безальтернативною для України.

Основними цілями впровадження інновацій в

контексті зростання експортного потенціалу є збереження і підвищення рівня ефективності використання ресурсів переробних підприємств АПК.

Перспективи на зовнішньому ринку має вітчизняна продукція, отримана з використанням прогресивної технології органічного виробництва (зернові та олійні культури, крупи, соки, сиропи, повидло, мед, м'ясні та молочні вироби). Значний потенціал на ринку є й у насіння та олії з високоолеїнового соняшнику.

Основні характеристики нинішнього етапу інноваційного процесу в переробних підприємствах АПК наступні.

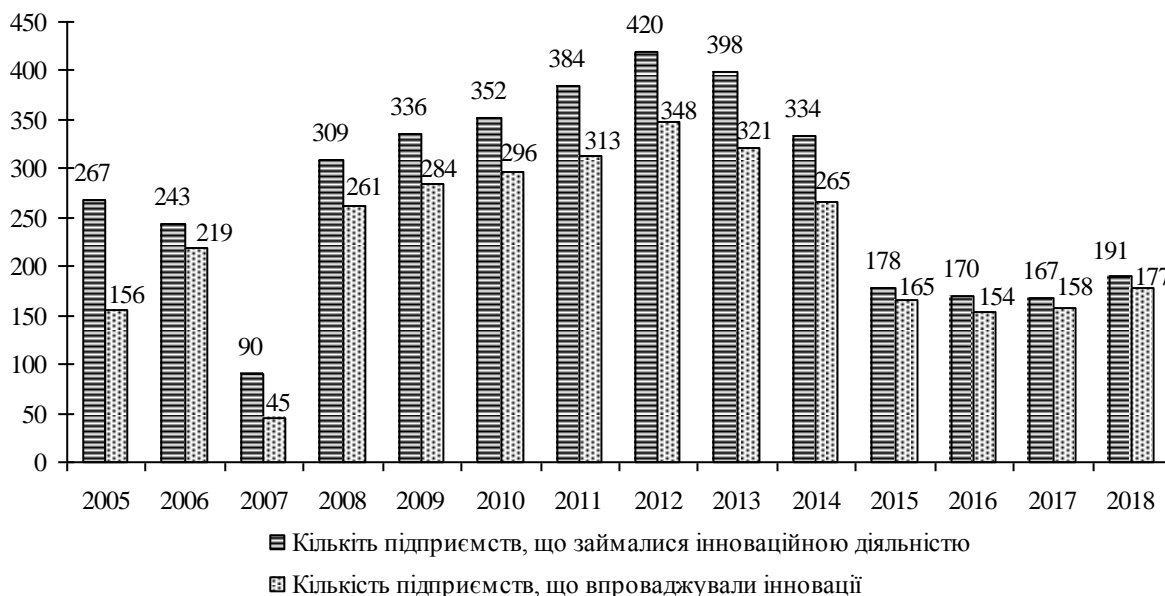


Рис. 2. Кількість переробних підприємств АПК України, що займалися інноваційною діяльністю та впроваджували інновації, 2005-2018 рр.

Складено та розраховано за даними Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Такі тенденції вказують, що в умовах посилення ринкової конкуренції значна кількість виробників не витримує зовнішнього тиску, а інноваційна спрямованість розвитку виступає ключовою вимогою і необхідною гарантією збереження їх конкурентних позицій.

Варто також відзначити, що рівень інноваційної активності переробних підприємств АПК України не відповідає світовим вимогам, адже мінімальний рівень інноваційної активності, що вимагає ефективний розвиток становить 40-45%.

У країнах Європейського Союзу частка інноваційних підприємств становить близько 53%: серед країн ЄС мінімальні показники інноваційної активності підприємств мають Португалія (26%) та Греція (29%). Країни-лідери інноваційної активності у цій галузі мають набагато вищі показники: Нідерланди – 62%, Австрія – 67%, Німеччина – 69%, Данія – 71%, Ірландія – 74%.

2. Обмежене використання переробними підприємствами АПК власних інноваційних розробок (як щодо ресурсів, так і технологій). Вітчизняні переробні підприємства АПК нині переважно виступають користувачами або адаптують до власних умов зарубіжні розробки.

1. Зниження рівня інноваційної активності підприємств. Динаміка показників інноваційної активності переробних підприємств АПК (рис. 2) вказує, що впродовж останніх 6 років спостерігається скорочення інноваційно активних виробників: за 2013-2018 рр. кількість таких підприємств зменшилася відповідно до 191 та 177 не досягнувши навіть показників 2006 р. Частка переробних підприємств АПК України, які займалися інноваційною діяльністю в 2018 р. склала 19,8%, а частка підприємств, які впроваджували інновації – 18,3%.

3. Взаємообумовленість ступеня інноваційної активності переробних підприємств АПК та їх прибутковості. Так, найбільшу інноваційну активність наразі демонструють підприємства з відносно вищим рівнем прибутковості, зокрема, з чистим доходом від 50 млн. грн. і вищим, серед яких 64% здійснюють інноваційну діяльність. У свою чергу інноваційна діяльність виступає одним з важливих чинників зростання доходів виробників.

4. Диверсифікація напрямів інноваційної діяльності ефективних підприємств. Ефективні інноваційно активні підприємства здійснюють інноваційну діяльність не лише за основною спеціалізацією, а є інноваційно активними в цілому. До того ж щодо таких підприємств існує висока ймовірність впливу управлінського ресурсу, який складно оцінити кількісно.

5. Абсолютне переважання власних коштів підприємств серед джерел фінансування інновацій. При цьому основну частку коштів підприємства спрямовують на придбання основних засобів – машин, обладнання, установок, а також оборотних засобів. Решта коштів витрачаються на фінансування досліджень та розробок (табл. 3).

Таблиця 3

Обсяг та структура фінансування інноваційної діяльності переробних підприємств АПК України за джерелами фінансування, 2014-2018 рр.

Показники	2014		2015		2016		2017		2018	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Обсяги фінансування інноваційної діяльності	2173,6	100,0	1540,3	100,0	2186,5	100,0	1402,0	100,0	1336,9	100,0
у т. ч. за рахунок власних коштів	1768,5	81,4	1476,6	95,9	1771,4	81,0	1274,3	90,9	1202,2	89,9
коштів державного бюджету	0,004	0,0002	0,05	0,003	0,65	0,03	-	-	-	-
коштів місцевих бюджетів	-	-	0,3	0,02	6,5	0,3	-	-	-	-
коштів іноземних інвесторів	0,4	0,02	1,6	0,1	6,5	0,3	-	-	-	-
кредитів	403,2	18,5	61,8	4,0	375,0	17,2	113,3	8,1	117,2	8,8
інших коштів	1,5	0,07	-		25,0	1,1				

Складено та розраховано за даними Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Різностямованість інноваційної діяльності підприємств за її видами. В 2018 р. нові технології впроваджували 77% інноваційно активних переробних підприємств (з яких 85% запровадили новітні

методи виробництва, 10% – покращили інфраструктуру чи розподіл вхідних ресурсів) та 50% – удосконалювали допоміжні види діяльності.

Продуктові інновації в 2018 р. впроваджували 88% інноваційно активних підприємств (табл. 4).

Таблиця 4

Продуктові інновації, впроваджені переробними підприємствами АПК України, 2014-2018 рр.

Показники	2014	2015	2016	2017	2018
Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, од.	723	455	885	563	893
з них:					
нові для ринку	113	68	191	80	229
частка інноваційних видів продукції, нових для ринку, %	15,6	14,9	21,6	14,2	25,6
машини, устаткування, апарати, прилади	26	26	37	54	58
з них:					
нові для ринку	-	10	17	-	14

Складено та розраховано за даними Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Кількість процесних (технологічних) інновацій, впроваджених переробними підприємствами АПК впродовж останніх трьох років суттєво зро-

сла. Зокрема кількість впроваджених у виробництво нових технологічних процесів за останні три роки збільшилася на 75,9% (рис. 3).



Рис. 3. Процесні (технологічні) інновації, впроваджені переробними підприємствами АПК України, 2014-2018 рр.

Складено та розраховано за даними Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Крім впровадження технологічних інновацій, переробні підприємства АПК можуть бути активними в організаційних та маркетингових інноваціях, які підвищують якість і ефективність роботи підприємства та поліпшують обмін інформацією й використання нових знань і технологій, а також можуть впливати на продуктивність підприємства, вихід на нові ринки або сегменти ринку та розроблення нових способів просування продукції.

У контексті організаційних інновацій переробні підприємства АПК переважно займаються навчанням кадрів та вдосконалюють організацію управління.

7. Низький рівень використання підприємствами інституційних джерел інформації щодо інноваційних розробок та можливостей їх впровадження – насамперед від університетів і державних академічних та галузевих НДІ, а також від приватних НДІ і комерційних лабораторій. Багато підприємств відзначають середній ступінь важливості інформації, отриманої на конференціях, виставках, ярмарках, з наукових журналів і спеціалізованих публікацій.

Основним джерелом інформації щодо інновацій для підприємств є внутрішні джерела (в межах підприємства або групи підприємств). Підприємства, які зазначають про співпрацю з питань інноваційної діяльності з іншими підприємствами або організаціями, основним типом партнера називають постачальників обладнання і ресурсів.

8. Інновації для довкілля. Понад половини підприємств відзначають існування певних вигод, які принесли для довкілля впроваджені ними інновації. Серед найбільш поширених – скорочення використання матеріалів на одиницю продукції (45% підприємств), зниження енергоспоживання на одиницю продукції (48%), зменшення рівня забруднення ґрунту, води чи повітря (34%). Основною причиною, що спонукає виробників до запрова-

дження природоохоронних інновацій, є необхідність відповідати чинним екологічним нормам (35%). Натомість практично не діє такий чинник, як можливість отримання від держави певних фінансових преференцій у зв'язку із впровадженням зазначених інновацій.

Основними цілями впровадження інновацій на переробних підприємствах АПК є:

- оновлення застарілих ресурсів або процесів;
- вихід на нові ринки чи збільшення частки ринку;
- зменшення витрат праці, матеріалів та енергії на одиницю продукції (понад 50% підприємств оцінюють ці стимули за найвищим рейтингом).

Водночас для переробних підприємств АПК менш цікавим є зменшення негативного впливу на навколишнє середовище та розширення номенклатури товарів чи послуг.

Стосовно організаційних і маркетингових інновацій значна кількість переробних підприємств АПК такий стимул, як «поширення товарів на нові географічні ринки», вважають неважливим, що свідчить про суттєву обмеженість для більшості підприємств можливостей виходу на зарубіжні ринки та необхідність створення умов для експорту власної продукції.

Наразі в Україні зберігається висока невизначеність при впровадженні інновацій, яка пов'язана з необхідністю виявлення методів й механізмів впливу на інноваційну активність підприємств. Сукупність конкретних методів, підходів, прийомів та форм, що використовується підприємствами для впровадження інноваційної складової, відповідно до визначених критеріїв і цілей формують модель зростання експортного потенціалу підприємств, що дає можливість розв'язати певні індивідуально визначені кожним підприємством завдання, враховуючи особливості його фінансово-господарської діяльності, складові стратегії розвитку.

Для вітчизняних переробних підприємств АПК особливо важливо забезпечити в економічному просторі режим найбільшого сприяння зростанню експортного потенціалу підприємств. Тому, однією з важливих функцій стратегічного управління на підприємствах є розробка стратегії зростання експортного потенціалу з метою завоювання на ринку сильних позицій та створення підходів щодо її успішної реалізації в умовах невизначеності підприємницького середовища, потужної конкуренції та внутрішніх проблем, що передбачає визначення цілей й довгострокових перспектив розвитку інвестиційної діяльності на підприємстві; перетво-

рення загальних цілей на конкретні напрями здійснення інвестиційної діяльності; ефективну реалізацію розробленої стратегії з метою досягнення поставлених цілей і перспектив розвитку; аналіз ситуації на ринку, внесення коректив у довгострокові напрями інвестиційної діяльності з урахуванням накопиченого досвіду, умов, що змінюються, нових ідей та можливостей [5].

Основою ефективної інноваційної діяльності переробних підприємств АПК є прогнозування потреби в інноваціях, на основі яких розробляються принципово нові прогресивні технології, здійснюється випуск високотехнологічної продукції (табл. 5).

Таблиця 5

Розробка та реалізація стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК

Етапи стратегічного планування	Стратегія зростання експортного потенціалу на основі розробки нової продукції	
	Дослідження та розробка	Реалізація
Мета	Формування нових наукових концепцій та закономірностей розвитку підприємства	Використання отриманих інноваційних знань
Розподіл робіт	Індивідуальна та колективна розробка проєктів	Здійснення розподілу завдань, оцінка та контроль їх виконання
Відбір та контроль	Відбір інноваційних проєктів з метою забезпечення своєчасної їх зміни та пріоритету	Регулярне здійснення контролю для досягнення цілей у визначені терміни та у встановлених межах витрат
Управління стратегічним розвитком	Здійснення компетентної оцінки результатів реалізації стратегії	Дотримання встановлених термінів завершення розробки та своєчасний вихід на ринок з новою продукцією
Стимулювання новаторства	Розв'язання наукових проблем з метою досягнення переваг на ринку нової продукції	Кадрові зміни, мотивація персоналу

Формування інноваційної складової стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК забезпечує можливість врахування майбутніх завдань, розгляд діяльності підприємства як безперервного процесу, в якому поточні дії пов'язані з майбутніми.

До етапів розробки й реалізації стратегії зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК можна віднести:

- визначення місії та системи стратегічних цілей;
- оцінка експортного потенціалу та підприємницького середовища;
- визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства;
- вибір стратегії зростання експортного потенціалу підприємства;
- реалізація стратегії зростання експортного потенціалу підприємства.

Висновки. Основними характеристиками інноваційного процесу на переробних підприємствах АПК є: низький рівень інноваційної активності; взаємообумовленість ступеня інноваційної активності підприємства та його прибутковості; диверсифікація напрямів інноваційної діяльності ефективних підприємств; абсолютне переважання власних коштів підприємств серед джерел фінансування

інновацій; низький рівень використання підприємствами інституційних джерел інформації щодо інноваційних розробок; недостатня наявність позитивних ефектів для довкілля від впровадження інновацій.

Серед найвагоміших причин гальмування процесу впровадження інновацій на вітчизняних переробних підприємствах АПК можна виокремити; недостатній рівень фінансового забезпечення підприємств; низьку доступність кредитів та державної підтримки для модернізації виробництва; нерозвиненість системи інформаційного забезпечення інноваційного процесу; відсутність вмотивованості багатьох керівників підприємств (насамперед з числа малих і середніх) щодо впровадження інновацій.

Останнє є наслідком як їхньої недостатньої освіченості й відповідно відносно низької культури виробництва, так і пасивної позиції держави в питанні дотримання підприємствами екологічних стандартів (що в усьому світі безпосередньо пов'язано з використанням новітніх технологій та забезпечується прив'язкою бюджетної підтримки виробників до виконання ними умов екологізації їхньої діяльності за жорсткого контролю та покарання).

Посилення інноваційної активності переробних підприємствах АПК можливе передусім за покращення їх загального фінансового стану, на що

мають бути спрямовані першочергові заходи державної аграрної політики.

Держава може забезпечити активізацію інноваційної діяльності за умов: створення і підтримання об'єднань малих підприємств (зокрема кооперативів) як засобу розширення можливостей інвестування таких виробників, просування у їх середовищі науково-технічних інновацій; активізації діяльності державних академічних і галузевих НДІ щодо співпраці з підприємствами та покращення поінформованості у сфері поширення інновацій.

Розвиток переробних підприємств АПК на інноваційній основі – це єдиний можливий шлях підтримання високої динаміки зростання та зміцнення позицій підприємства в умовах вичерпання природних ресурсів і посилення міжнародної конкуренції. За нинішніх умов визначним чинником зростання експортного потенціалу переробних підприємств АПК виступає активна реалізація інноваційної складової, що повинна знайти своє продовження на вищому рівні функціонування підприємства та полягає у розширенні випуску продукції з інноваційними характеристиками та зміцненні конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжних ринках.

Список літератури

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Москва : Экономика, 1989. 519 с.
2. Байрака В.М., Кобиляцький Л.С. Експортний потенціал інвестиційного комплексу : стан, проблеми і перспективи. Київ : Українська академія зовнішньої торгівлі, 2002. 202 с.
3. Бойко Я.Б. Експортний потенціал : сутність поняття та зв'язок з економічним потенціалом країни. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2016. № 1. С. 160-164.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Москва : Книжный мир, 2003. 895 с.
5. Гудзь Ю.Ф. Особливості виходу українських переробних підприємств на європейські ринки в сучасних умовах. Інноваційний розвиток еконо-

міки: глобальні тенденції та національні особливості : колективна монографія. Рига, Латвія : Вид. «Izdevniecība «Baltija Publishing», 2018. С. 5-28.

6. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Зборовська Ю.Л. Формування експортного потенціалу переробних підприємств АПК : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Уманський національний університет садівництва. Умань, 2011. 20 с.

8. Кондратюк О.І. Економічний потенціал країни, його суть та тенденції розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 3 (105). С. 91-98.

9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва : Прогресс, 1990. 736 с.

10. Ломаченко Т.І. Розрахунки експортного потенціалу виноградарсько-виноробних підприємств. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 1999. Вип. 2 (7). С. 52–56.

11. Пепа Т.В. Експортний потенціал харчової промисловості: потужність та рівень використання. Економіка промисловості України : збірник наук. праць. 2000. С. 42-43.

12. Плескач В., Шарипова О. Оцінка и активізація експортного потенціала регіона. Бизнес-інформ. 1998. № 6. С. 65-66.

13. Розміщення продуктивних сил: регіональна економіка : підруч. / За ред. С.І. Дорогунцова. Київ : КНЕУ, 2005. 988 с.

14. Скорнякова Т.В. Експортний потенціал обробної промисловості України : управління процесом формування : монографія. Київ : Науковий Світ, 2006. 175 с.

15. Современный экономический словарь / сост. Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. Москва : Инфра-М, 2006. 496 с.

16. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : навч. посіб. Київ : Вікар, 2002. 374 с.

17. Фомишин С.В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: учеб. пособие. Херсон: Олди-плюс, 2002. 560 с.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК НА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

Мазур К.В.

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри аграрного менеджменту, Вінницький національний аграрний університет

Гонтарук Я.В.

асистент кафедри аграрного менеджменту, Вінницький національний аграрний університет

STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PROCESSING ENTERPRISES ON THE INVESTMENT AND INNOVATION BASIS

Mazur K.

candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Agrarian Management, Vinnytsia National Agrarian University

Hontaruk Y.

Lecturer of the Department of Agrarian Management, Vinnytsia National Agrarian University