

6. Третяк А. М., Другак В. М. Наукові основи економіки землекористування та землевпорядкування. Київ : ЦЗРУ, 2003. 337 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*ГРІДІН О.В., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
БРЕДИХІН В.В., К.Т.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Продовольчий ринок України представлений величезною кількістю суб'єктів господарювання, що забезпечують населення країни необхідними продуктами харчування, зокрема хлібом та хлібобулочними виробами. При цьому, не можна не відмітити, що хлібобулочна продукція посідає одне з головних місць в раціоні абсолютної більшості українського населення й, відповідно, має стабільний без особливих коливань попит [5].

Безумовно, хлібопекарська галузь є важливою складовою продовольчого комплексу України, на діяльність її підприємств здійснюють суттєвий вплив найрізноманітніші чинники, зокрема: ринкова кон'юнктура, рівень конкуренції, купівельна спроможність населення, традиції споживання тощо. Особливістю хлібопекарської галузі України є те, що вона представлена широкою мережею вітчизняних хлібо заводів і пекарень. При цьому, близько 80 % продукції виробляється великими промисловими підприємствами, решта – міні-пекарнями та пекарнями при торгових центрах [6].

Зазначимо, що за останні десятиліття спостерігається суттєвий спад саме промислового виробництва хлібопродукції, що обумовлюється дефіцитом інвестицій, недостатньою та дещо незбалансованою державною політикою, яка мала б бути спрямована на стабілізацію і розвиток галузі, проте опосередковано призвела до зниження ефективності виробництва, сприяла проявам недобросовісної конкурентної боротьби, частково є наслідком систематичного підвищення цін на ресурси виробництва (енергетичні, сировинні, техніко-технологічні) тощо. В таких непростих умовах діяльність практично кожного хлібопекарського підприємства, нажаль, направлена не на забезпечення розвитку, через розширення

асортименту та впровадження інноваційних технологій, а, головним чином, – на виживання за рахунок скорочення витрат виробництва [8].

Сучасні умови функціонування української економіки вимагають від підприємств харчової промисловості реалізації нових ідей, впровадження інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку. В умовах жорсткої конкуренції інвестиції та інновації відіграють важливу роль у стратегічному розвитку будь-якого комерційного підприємства [1-2]. Інноваційні ідеї, продукти, технології та управлінські рішення визначають успіх суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечують їх фінансову стабільність. Основна продукція хлібопекарських підприємств хліб і хлібобулочні вироби різних сортів і видів – є необхідним продуктом щоденного споживання. Це визначає стратегічне значення хлібопекарської галузі, що забезпечує населення продуктами харчування, які задовольняють значну частину добової потреби в енергії та поживних речовинах. Тому ефективна діяльність хлібопекарських підприємств, що забезпечується внаслідок тісного взаємозв'язку інновацій та інвестицій, має в масштабах країни надважливе соціально-економічне значення [4].

Умови діяльності сучасних підприємств характеризуються наявністю конкуренції, динамічністю кон'юнктури ринку, змінами у зовнішньому середовищі, глобалізаційними процесами, тому довгострокове функціонування підприємства можливе лише за наявності його розвитку. Інтенсивний тип економічного розвитку характеризується приростом за рахунок якісного оновлення засобів виробництва, впровадження нових ефективних технологій, тобто інноваційними процесами, тому розвиток підприємств відбувається на основі інвестиційно-інноваційної діяльності та сприяє поліпшенню організації виробництва та підвищенню продуктивності праці, покращенню якості і зниженню її напруженості. Стійкий розвиток підприємства нерозривно пов'язаний з інноваційною діяльністю – комплексною категорією, яка поєднує у собі внутрішній потенціал підприємства та його інноваційну активність. Інноваційний розвиток визначає не лише потенційні можливості системи, але і ступінь впровадження нових технологій [7]. Основне призначення інноваційного розвитку полягає у сприянні економічному зростанню підприємства на основі розробки і реалізації нових або поліпшувючих технологій. Отже, одним зі шляхів розвитку підприємства є підвищення конкурентоспроможності за допомогою впровадження інновацій у його діяльність [3, 7]. У процесі інноваційної діяльності підприємство отримує інноваційний ефект – перспективну перевагу,

яка здатна забезпечити оптимізацію його розвитку й поява якої пов'язана з послідовним процесом розробки, створення та реалізації певного виду інноваційного продукту, що, залежно від цього, сприятиме визначенню певних особливостей конкретного типу переваг [1, 3, 7].

Інноваційно-інвестиційна діяльність спрямована на пошук та ефективне використання фінансових ресурсів для втілення науково-технічних ідей у споживчі цінності. Інноваційна продукція розширює ринкові можливості підприємства, а процесні інновації сприяють якісному оновленню їх виробничих систем, що позначаються на їх здатності створювати продукцію із вищою споживчою цінністю. Тим самим забезпечується інноваційний розвиток підприємства [3, 7].

Висновки. Підводячи підсумок зазначимо, що інноваційна діяльність є однією з найголовніших умов підвищення рівня ефективності діяльності підприємств, оскільки пов'язана з використанням сучасних науково-технічних досліджень і новітніх розробок. І лише інтенсивний інноваційний шлях розвитку хлібопекарних підприємств сприятиме їх динамічному успішному розвитку.

Література.

1. Грідін О.В. Ключові проблеми формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку аграрної сфери економіки та шляхи їх вирішення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 2. С. 11-20. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-2-2>
2. Грідін О.В. Перепони інноваційного розвитку аграрної сфери та шляхи їх подолання. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*. I Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 19-21 березня 2019 р.: тези доповіді. У 2-х частинах. Львів: ЛНАУ, 2019. Ч. 2. С. 71-74.
3. Дунда С.П. Основні шляхи розвитку хлібопекарних підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2013. Вип. 5. С. 35-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2013_5_9
4. Дурбалова Н.І. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарських підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11, Вип. 3. С. 66-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2019_11_3_9
5. Жайворонок Л.В. Структурні особливості виробництва та ринку хлібобулочних виробів України. *Економіка та держава*. 2017. № 1. С. 82-87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_1_20
6. Завертаній Д.В. Сучасний стан та перспективи розвитку хлібопекарської галузі України. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2015. Т. 14, Вип. 2. С. 194-203. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2015_14_2_20

7. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / за ред. професора Г.С. Мазнева. Харків: Вид-во «Майдан», 2015. 592 с.

8. Кондіус І.С., Радчук Ю.Л. Тенденції розвитку хлібопекарської галузі в Україні. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 47-56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2019_2_10

PRINCIPLES OF COMMUNICATION MANAGEMENT

KUSKOVA S. V.

***KHARKOV PETRO VASYLENKO NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY
OF AGRICULTURE***

KOVTUNOV A. V.

BELARUSSIAN STATE AGRARIAN TECHNICAL UNIVERSITY

Effective communication in practice is a prerequisite for successful achievement of the goals set by the enterprise. At the same time, communication is one of the most debatable issues in management, regarding which clarity and clarity in understanding has not yet been achieved.

An analysis of the economic literature and the views of communications management professionals have made it possible to clarify the importance of communications and the functions they perform in the enterprise [1-7].

Modern research in the field of communications allows distinguishing the following approaches to the definition of the concept of "communication":

- management - communication as a function of management, as the transmission of orders and an explanation of the procedures and operations performed;

- system - communication as a system of interacting elements that ensure the functioning of the enterprise;

- cultural - communication as a way of expressing organizational culture;

- humanistic - communication as a factor in the development of human potential [2, 7].

In our opinion, the most appropriate in modern conditions is the sociological-managerial approach to the study of all aspects and problems of communication, because it is distinct multidisciplinary character. Representatives of various sciences - economists, management specialists,