

підприємництво. 2017. № 3. С. 34–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2017_3_9. (дата звернення: 04.10.2020).

4. Свиридова С.С., Толстова С.А. Сучасні інструменти стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2(30). С. 109–116.

5. Крамаренко К.М., Муратова О.С. Стратегічне управління розвитком підприємств харчової промисловості. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2019. Вип. 27. Ч. 1. С. 84 – 87.

6. Горобець Н.М. Використання стратегічних інструментів менеджменту під час планування діяльності аграрних підприємств. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 3 (71). Частина 1. С. 185–192. URL: http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_1_2019_ukr/27.pdf (дата звернення: 04.10.2020).

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

***МЕЩЕРЯКОВ В.Є., КАНДИДАТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК
КУРГАНСЬКА М.Г.***

***ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.В. ДОКУЧАЄВА***

Суб'єкти малого підприємництва є головним елементами реалізації економічного потенціалу сільськогосподарських територій України. Фермерські господарства та інші форми малого аграрного підприємництва є повноправними учасниками аграрного ринку країни та займають значну нішу у виробництві сільськогосподарської продукції та реалізації продовольчої безпеки. Вони здатні швидко реагувати на потреби споживачів, диверсифікувати види діяльності, шукати найбільш оптимальні шляхи використання власних ресурсів, раціональні методи виробництва, підтримувати екологічний баланс територій тощо [1].

Диверсифікація є одним з основних інструментів управління розвитком підприємства агропромислового виробництва. Вона стабілізує діяльність, робить сільськогосподарського товаровиробника менш вразливим до кризових явищ. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стійкі та конкурентоспроможні, ніж

вузькоспеціалізовані [2]. Вони мають можливість переливати капітал у найприбутковіші виробництва.

Впровадження диверсифікації в сільськогосподарське виробництво є беззаперечно допоміжним, а то й головним фактором забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Диверсифікація в аграрному виробництві має позитивний характер, оскільки спонукає до інтеграції з вітчизняними переробними підприємствами підвищує рівень їх завантаженості, підвищує рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринку і сприяє забезпеченню економічної та продовольчої безпеки держави [3]. Тому, диверсифікація - це важливий організаційно-економічний фактор підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності.

Окрім цього, до сучасних інструментів управління підприємствами АПК ми відносимо комплекс інноваційних інструментів маркетингу. Для підприємств агропромислового виробництва значна частина інноваційних процесів має технічний характер і передбачає впровадження у господарську діяльність нових високопродуктивних систем машин і механізмів та відповідних технологій. Важливою складовою інноваційних процесів є інжиніринг – надання інженерно-консультативних послуг, що у світовій практиці виокремлено в самостійну сферу діяльності. Такі послуги мають переважно інтелектуальний характер, стосуються використання досягнень науки для підвищення ефективності й управління діяльності [4].

Для більшості підприємств агропромислового виробництва надзвичайної актуальності в сучасних умовах господарювання набуває усвідомлення необхідності розширення виробництва і підвищення рівня прибутковості шляхом запровадження інновацій, а як наслідок, інноваційних інструментів маркетингу. Всі без винятку учасники процесу інновацій мають бути зацікавлені у поєднанні їх інтересів і зусиль у створенні та застосуванні нових знань та технологій з метою виходу на внутрішній та зовнішній ринки з високотехнологічною продукцією [5]. Отже, впровадження інноваційних інструментів маркетингу в діяльність підприємств АПК виступає запорукою їх успішного розвитку. Діяльність підприємств АПК в умовах кризи та постійної конкуренції вимагає запровадження економічно обґрунтованої системи комплексу маркетингу загалом та інноваційних інструментів зокрема. З урахуванням вищевказаного доцільно

значити, що діяльність агропромислових підприємств прямо залежить від рівня організації маркетингової політики [5].

У управлінні розвитком аграрних підприємств також повинні застосовуватись наступні основні інструменти: формування прозорих правил розподілу коштів державної фінансової підтримки розвитку виробників сільськогосподарської продукції та дієвий механізм моніторингу їх використання; здійснення комплексного фінансування реалізації перспективних бізнес-проектів в аграрному секторі; забезпечення трансферу інноваційних технологій у сферу малого та середнього бізнесу в АПК, їх популяризація та фінансова підтримка через програми лізингу, франчайзингу, пільгового кредитування; формування високого рівня інвестиційної привабливості сільських територій та галузей аграрного виробництва; створення локальних інтегрованих виробничих систем, агротуристичних та агроінноваційних кластерів, "продуктових ланцюгів", популяризації кооперативного руху у середовищі сільських територіальних громад, збільшення частки зареєстрованої господарської діяльності на товарних засадах; створення цілісної системи інформаційно-консультаційного супроводу започаткування і розвитку власного бізнесу на селі тощо.

Література.

1. Батюк Г., Ціцька Н. Роль і теоретична сутність малих форм господарювання у виробництві сільськогосподарської продукції. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія "Економіка АПК"*. 2015. № 22 (1). С. 31-37.

2. Петрова Н. О. Стратегія диверсифікації сільськогосподарського виробництва, як шлях формування конкурентоспроможності підприємства АПК. *Вісник СНАУ*. 2009. №4. С. 129-130.

3. Белікова Н. В. Інноваційні напрями розвитку маркетингу в сфері агропромислового комплексу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 6. С. 15-18.

4. Абрамович І. А. Інноваційні інструменти комплексу маркетингу підприємств АПК. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 27. С 107-109.

5. Бойко В. В. Механізми та інструменти управління розвитком суб'єктів малого підприємництва АПК. *Агросвіт*. 2019. № 20. С 3-10.