

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД

*Ал-Шабан Алаа Табіт Ніама, аспірант,
alaath.1974@gmail.com*

*Національний університет біоресурсів і
природокористування України*

Одним із перспективних шляхів економічного росту підприємств є їх інноваційний розвиток. Практика агробізнесу в Україні свідчить, що активне впровадження інновацій на сучасному етапі розвитку агропромислових підприємств можуть не лише забезпечити високі показники їх економічного зростання, але й підвищити конкурентоспроможність, ринкову стійкість, експортний потенціал, допоможуть вирішити економічні, екологічні, соціальні проблеми. Інноваційна діяльність є однією з основних складових процесу забезпечення успішного функціонування підприємств будь-якої галузі. Тому сучасні економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, ефективної організації досліджень та розробок, нововведень, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в інноваційній діяльності кожного підприємства (Shavshyn, 2017).

Вітчизняний та зарубіжний досвід ефективного функціонування підприємств аграрного сектору свідчить, що для даних підприємств особливої уваги набуває вміння оперативно змінюватися, не втратити можливості розвитку, що мають місце при змінах ситуації на ринку, ідентифікувати динаміку інноваційної активності на ринку, виявити зміни існуючих чи можливості виникнення нових потреб споживачів та знайти шляхи їх задоволення ефективним шляхом. Маркетингові стратегії інноваційного розвитку та стратегічні підходи в управлінні підприємством відіграють у цьому основоположну роль.

Стратегічне управління – найбільш прогресивна і така що відповідає сучасним вимогам концептуальна форма

управління, яка передбачає постійне гнучке реагування на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства, згідно з якою планування на досить тривалий період часу неможливе без детального аналізу поточної ситуації, виявлення закономірностей її розвитку, тенденцій їх зміни (Garkavenko, 2006).

В Україні існує певний дефіцит методичних розробок діагностичного дослідження маркетингових стратегій інноваційного розвитку та навіть маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору, які б дозволили дослідити причинно-наслідкові зв'язки проблемних та кризових ситуацій, а також надати комплексну оцінку ефективності процесу маркетингу підприємства в поточних умовах макрота мікросередовища, а також виявити потенційні можливості та загрози розвитку підприємства.

Якщо аналізувати маркетингові стратегії інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору, то слід констатувати той факт, що у більшості підприємств ці стратегії відсутні апріорі. Якщо підприємство аграрного сектору не впроваджує вищевказані стратегії – то у процесі аналізу доцільно відзначити, чи є на підприємстві відділ маркетингу, або спеціаліст з маркетингу на аутсорсі.

Якщо на підприємстві немає відділу маркетингу, то аналіз, підрахунок даних та оцінювання результатів буде здійснюватися, виходячи з тих функцій маркетингу, котрі виконують періодично керівники маркетингово-продуктових бригад та мерчандайзери.

Наступним кроком буде аналіз інноваційної діяльності на підприємстві аграрного сектору в цілому. Ефективність інноваційної діяльності визначається безпосередньо після впровадження інновацій у маркетингову діяльність та виробництво. Саме після впровадження інновації можна робити певні висновки про ефективність її ринкового застосування, зміни прибутковості, задоволення потреб ринку і окремих груп споживачів. Велику роль при цьому відіграє економіко-математичне моделювання.

Інноваційна активність являє собою комплексне і складне явище, і потрібний системний, гнучкий і багатокритерійний підхід до оцінки, як окремих її параметрів, так і явища в цілому. При оцінці інноваційної активності необхідно відобразити стан окремих складових конкурентоспроможності підприємства, які формуються під впливом інноваційної активності: маркетингову, комерційну, якісну, що включає техніко-технологічні параметри продукції, а також ергономічні та екологічні параметри процесів.

Інноваційна діяльність є важливою складовою сталого розвитку сільського господарства. Структуру інноваційної діяльності в аграрному секторі можна представити у вигляді чотирьох базових етапів: створення наукових розробок; поширення інновацій (апробація, перевірка і доведення інформації про інновації); освоєння інновацій у виробництві; оцінка ефективності інновацій.

Ціллю дослідження інноваційної діяльності є опрацювання її механізму оцінка ефективності та визначення розміру інвестицій, що будуть залучатися у виробничо-збутову діяльність для запровадженні інновацій. Зазначена ціль дозволяє визначити наступні напрямки аналізу:

- аналіз обґрунтованості інноваційної ідеї;
- аналіз кадрового забезпечення інноваційних проектів;
- аналіз правової складової проекту та його державної підтримки;
- аналіз маркетингового, фінансового, інформаційного та матеріально-технічного забезпечення інноваційного процесу;
- аналіз структури портфеля інновацій і нововведень;
- аналіз розрахункових показників ефективності інноваційної діяльності.

Література:

1. Shavshyn O.S. Strategy of innovative development of the enterprise. International scientific journal "Internauka". 2017. № 3 (25), 2 т. 167-171.
2. Garkavenko S.S. Marketing. K.: Libra. 2006.