

аграрних підприємств, відповідно 48,5%. Ціна на молоко також відрізнялась – ціна реалізації населенням була на 25% меншою за ціну реалізації підприємствами. При цьому, питома вага молока, придбаного на підприємствах екстра та вищого ґатунку складала лише 38,5%, а переважна кількість була I ґатунку – 57,0%. Якість молока, придбаного у населення взагалі була переважно II ґатунку – 73,0%. На підприємствах частка охолодженого молока складала 66,0 %, а у населення – 36,6% [2].

Вважаємо, що зазначена трансформація, як у виробництві продукції, так і в якісному відношенні, відбулася, в переважній більшості, завдяки роботі маркетингових служб аграрних підприємств, які за результатом вивчення потреб ринку впливали на систему управління якістю та сприяли збільшенню виробництва якісної продукції, а також завдяки відповідній переорієнтації на виробництво більш якісної продукції в господарствах населення.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т.Ю., Шовкун Л.В. Управління якістю в забезпеченні конкурентоспроможності аграрної продукції. *Вісник ХНАУ*. Серія «Економічні науки». 2020. № 2. С.168–178.
2. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства: статистичний бюлетень. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 18.10.2023).

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Брайко М.Г., ст. викл.

Голубьонкова О.О., канд. екон. наук, доц.

Брайко В.В., магістрант

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса, Україна

Петропавлівська об'єднана територіальна громада (ОТГ) – це територіальна громада, яка знаходиться в Білгород-Дністровському районі Одеської області. Була утворена 12 червня 2020 року. Площа складає 276,9 км², а чисельність населення – 7753 особи.

Проведений PESTEL-аналіз підтвердив важливість впливу фактору «Законодавча підтримка розвитку проектів у сферах креативних індустрій та культурно-пізнавального (внутрішнього)

туризму» на розвиток Петропавлівської ОТГ.

Визначення поняття креативних індустрій було введено в законодавче поле у 2018 році шляхом внесення змін до Закону України «Про культуру»: «Креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження».

Аналіз конкурентного середовища виявив, що на Одещині вже є низка територіальних громад, які займаються стратегічним плануванням розвитку культурних та креативних індустрій:

1) ОТГ, які вже розробили та реалізували стратегію в рамках гранту «Формування культурної політики у сфері розвитку культурних та креативних індустрій об'єднаних територіальних громад Одеської області». Болградська ОТГ пропонує створити інклюзивний креативний простір для людей з особливими потребами, включаючи майстерні та онлайн-платформу для реалізації продукції. Василівська ОТГ розробляє проект «ДРЕВО ДУШ – історія в обличчях» для збереження культурного надбання громади через цифрову платформу. Городенська ОТГ створює проект «ХОРО» для об'єднання громад навколо культурних та творчих процесів, включаючи фестивалі творчості. Кубейська ОТГ розвиває культурно-індустріальний парк FREEDOM, об'єднуючи різні простори та зони. Криниченська громада створює пересувний готельний комплекс на березі озера Ялпуг для розвитку еко-свідомого туризму. Савранська громада розробляє проекти «Український двір» і «Фабрика з виробництва вінників» для створення креативних просторів та відтворення ремесла вінникарства.

2) ОТГ, які тільки на стадії розробки проектів, реалізація яких затримується через нестачу фінансування. Ананівська ОТГ розробляє проект «АКВА комплекс – наше майбутнє» для використання джерельної води в оздоровчо-лікувальних цілях та можливого виробництва бутильованої води. Вилківська ОТГ планує створити культурно-креативний центр з елементами діджиталізованого музею. Кілійська ОТГ працює над стратегією «Кілія 2R», яка включає в себе заохочення студентів і археологів для міжнародних обмінів та розробку туристичних маршрутів. Любашівська ОТГ планує створити гастро-маршрут для підтримки гастрономічного туризму. Ренійська ОТГ має різні вектори розвитку, включаючи порт "Рені", свобідну економічну зону, ріку Дунай, рибальство, туризм, екологічні проекти та сільське господарство.

Проведений SWOT-аналіз Петропавлівської ОТГ дозволив визначити ключові стратегічні рішення щодо розвитку громади:

1. Розробити стратегічний план розвитку громади.

2. Дослідити пріоритети розвитку, уточнити конкурентні переваги на основі онлайн-опитування мешканців громади.
3. Розробити Стратегію розвитку креативних індустрій. Визначити напрямки, що громада буде розвивати.
4. Залучити мешканців громади до створення інформаційної бази громади. Залучити учнів шкіл громади до написання робіт на МАН за тематикою культурної та історичної спадщини громади.
5. Організувати креативний хаб як центр культурного життя, який буде містити студії для ткацтва, гончарства, килимарства; а також простори для проведення лекцій, майстер-класів та тренінгів.
6. Розробити комплекс маркетингових заходів для просування проєктів громади. Залучити блогерів, створити та активно вести соціальні мережі.
7. Формування іміджу громади. Розробка креативних ідей для проведення івентів. Відродження святкування «Дня Петра та Павла».
8. Удосконалити сайт: актуалізація новин, реорганізувати навігацію по сайту, додати відділ історичної пам'ятки.
9. Застосування ГІС-технологій для залучення інвесторів та ВПО (внутрішньо переміщених осіб). Створення цифрової платформи для обміну інформацією між ОТГ та інвесторами, яка буде включати: інтерактивні карти, бази даних проєктів, контактну інформацію та іншу корисну інформацію. Візуалізація проєктів, які планується реалізувати в громаді.
10. Участь у грантових програмах, в тому числі транскордонних, з молдавськими виноробнями та господарствами.

МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Бубенець І.Г., канд. екон. наук, доц.

Кривокінь А.В., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Маркетинг займає одне із провідних місць при формуванні конкурентних стратегій підприємства. Застосування комплексу маркетингу в даній площині включає в себе аналіз ринкових можливостей підприємства, вибір цільових ринків, розробку комплексу маркетингу, а також планування, організацію та контроль за реалізацією конкурентної стратегії підприємства. Необхідно відмітити, що діяльність будь-якого підприємства сьогодні здійснюється в