

**Дмитро ВОЛОБУЄВ,**  
здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії  
Державний біотехнологічний університет

## **ЕТАПИ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПЛАНУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМ ВИРОБНИЦТВОМ МОЛОКА В УКРАЇНІ**

Державна підтримка для залучення закордонних інвестицій може дійсно стати важливим інструментом для розвитку агропромислового комплексу. Така підтримка може включати різні заходи, такі як зниження податків для інвесторів, надання пільгових умов для отримання кредитів, створення сприятливого інвестиційного клімату та зниження бюрократичних бар'єрів [1,2]. Регулювання закупівельних цін також може допомогти підвищити прибутковість галузі та забезпечити адекватну винагороду для сільських виробників за їхню працю. Це може стимулювати розвиток аграрного сектору та підвищення його конкурентоспроможності, оскільки це зробить аграрний бізнес більш привабливим та стабільним для інвесторів. Враховуючи, що агропромисловий комплекс є гарантом продовольчої безпеки країни, державне регулювання та економічна підтримка сільського господарства стають ключовими елементами забезпечення стійкого розвитку цієї галузі [3-5]. Зниження закупівельних цін на молочну продукцію та зростання собівартості виробництва є серйозною проблемою для тваринників-молочників. Це може призвести до зниження прибутковості галузі та загрози існування для багатьох фермерських господарств. Низькі ціни на молочну продукцію можуть бути обумовлені різними факторами, такими як перенасичення ринку або зниження попиту через зміни в споживчих уподобаннях. Зростання собівартості виробництва може бути пов'язане з підвищенням вартості кормів для тварин, енергетичних ресурсів, витрат на утримання та лікування тварин тощо. Зниження платоспроможності населення також впливає на попит на молочну продукцію. Якщо споживачі не можуть собі дозволити купувати дорогі продукти, вони шукають дешевші альтернативи або зменшують своє споживання. Для розв'язання цих проблем потрібні комплексні заходи, важливо підтримувати фермерів у впровадженні ефективних технологій та методів управління, що допоможе знизити собівартість виробництва і підвищити їхню конкурентоспроможність [6]. Інноваційна діяльність може виявитися ключовим чинником відновлення конкурентоспроможності молочної галузі в умовах кризи. Деякі можливі напрями інноваційної діяльності для молочної галузі включають: *Розробка нових технологій виробництва.* Впровадження нових технологій може допомогти знизити собівартість виробництва, підвищити якість продукції та зробити процеси виробництва більш ефективними. *Створення нових продуктів.* Розробка нових видів молочної продукції або поєднанням молочних продуктів з іншими компонентами може розширити

асортимент і привернути нових споживачів. *Впровадження екологічно чистих технологій*. Розвиток екологічно чистих методів виробництва може відповісти на попит споживачів на стійку та екологічно чисту продукцію. *Підвищення якості та безпеки продукції*. Запровадження нових стандартів якості та систем контролю може підвищити довіру споживачів до молочної продукції. *Розробка нових ринків збуту*. Пошук нових ринків збуту як в межах країни, так і за її межами, може допомогти компенсувати зниження попиту на внутрішньому ринку. Створення сприятливих умов для інноваційного розвитку молочної галузі може забезпечити її конкурентоспроможність і виход з кризової ситуації [6-8]. Впровадження інноваційних методів управління та модернізації молочних ферм може допомогти підвищити її конкурентоспроможність і зробити її більш ефективною.

#### Список використаних джерел:

1. Рябуха М.С. Вплив інвестиційної діяльності на поліпшення інноваційного клімату в сільському господарстві / М.С. Рябуха // Вісник ХНАУ. № 5 / Харк. нац. аграр. ун-т. -Харків. - 2009. С.258-267

2. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія "Економічні науки". - 2012. - № 6. С. 123 - 129. – 299 с.

3. Рябуха, М. С. and А. Є. Цицоріна. "Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень." (2007). 5. Должикова, І. С. Визначення маркетингової стратегії в аналізі кон'юнктури аграрного ринку. Diss. Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2018.

4. Мещеряков В. Є., Пономарьова М. С., Должикова І. С. Логістична та маркетингова діяльність як ефективне застосування функцій менеджменту в системі конкурентного середовища та посилення конкурентних переваг Причорноморського регіону //Причорноморські економічні студії. – 2020. – №. 52 (1). – С. 86-92.

5. Lomovskykh, L., Ponomarova, M., Chip, L., Krivosheya, E. and Lisova, O. (2021), Management and organizational and economic conditions of strengthening the marketing activity of the enterprise and maintaining efficient agrobusiness. Financial and credit activity: problems of theory and practice, vol. 2, is. 37, pp. 263– 270. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i37.230255>.

6. Пономарьова, М., Євсюков, О., Шовкун, Л., Золотарьова, С., & Крамаренко, І. (2022). Формування та управління розвитком аграрного виробництва й переробкою сільськогосподарської та цінності харчових технологій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(45), 58–67. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.45.2022.3825>

7. Пономарьова М.С. Організаційно–економічні умови забезпечення конкурентоспроможності та інноваційно– інвестиційної привабливості підприємств агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія "Економічні науки" : зб. наук. пр.* / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків : ХНАУ, 2020. № 1. – С. 141–152

8. Гудзинський О.Д. Управління результативністю діяльності підприємства (теоретико– методологічний аспект): монографія / О.Д. Гудзинський, Н.В. Гайдамак, С.М. Судомир. – К.: ІПК ДСЗУ, 2011. – 175 с.

9. Sudomyr, S. M., Zhybak, M. M., Khrystenko, H. M., Zamora, O. I., & Babenko, V. A. (2022). Innovative Susceptibility of the Socio-Economic Systems. *International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)*, 13(2), 1-11. <http://doi.org/10.4018/IJITPM.311844>