УДК 330.332

Дем’яненко Н. В.
кандидат економічних наук, доцент
Полтавської державної аграрної академії
Поліщук А. А.
здобувач ступені вищої освіти Магістр
Полтавська державна аграрна академія
Мирошниченко А. В.
здобувач ступені вищої освіти Магістр
Полтавська державна аграрна академія

Демьяненко Н. В.
кандидат экономических наук, доцент
Полтавской государственной аграрной академии
Полищук А. А.
соискатель степени высшего образования Магистр
Полтавская государственная аграрная академия
Мирошниченко А. В.
соискатель степени высшего образования Магистр
Полтавская государственная аграрная академия

Demyanenko N. V.
Ph.D. in economics
Poltava State Agrarian Academy
Polishchuk A. A.
Master's Degree
Poltava State Agrarian Academy
Miroshnichenko A. V.
Master's Degree
Poltava State Agrarian Academy

ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ТА ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ И СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

ORGANIZATION OF STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATION-INVESTMENT AND SALES ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

У статті розглянуто поняття існуючого інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. Аналіз стану інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства засвідчив його низький рівень внаслідок слабкого зв'язку між стадіями інноваційного процесу, неефективністю регулюючих заходів держави, їх невідповідністю еволюційним обмеженням, неспроможності інституту агроінновацій виконувати в повній мірі стабілізуючу, адаптаційну та регулюючу функції. Досліджено особливості збутової діяльності. У сільському господарстві впровадження інновацій відбувається послідовно в 4 етапи: розробка інновацій, їх перевірка, відтворення та впровадження у діяльність. Набір ознак класифікації інновацій дозволяє раціонально організувати інноваційну діяльність.

Ключові слова: інновації, інноваційно-інвестиційна діяльність, корпоративний рівень, стратегічні рішення, агрохолдинг, збутова діяльність.

В статье рассмотрено понятие существующего инновационного развития сельскохозяйственных предприятий. Анализ состояния инновационного развития сельскохозяйственного предприятия показал его низкий уровень вследствие слабой связи между стадиями инновационного процесса, неэффективностью регулирующих мер государства, их несоответствием эволюционным ограничением, несостоятельности института агроинноваций выполнять в полной мере стабилизирующую, адаптационную и регулирующую функции. Исследованы особенности сбытовой деятельности. В сельском

хозяйстве внедрения инноваций происходит последовательно в 4 этапа: разработка инноваций, их проверка, воспроизведение и внедрение в деятельность. Набор признаков классификации инноваций позволяет рационально организовать инновационную деятельность.

Ключевые слова: инновации, инновационно-инвестиционная деятельность, корпоративный уровень, стратегические решения, агрохолдинг, сбытовая деятельность.

The concept of existing innovative development of agricultural enterprises is considered in the article. The analysis of the state of innovative development of the agricultural enterprise revealed its low level due to the weak link between the stages of the innovation process, inefficiency of the regulatory measures of the state, their inconsistency with the evolutionary restrictions, the inability of the institute of agro-innovation to perform fully stabilizing and adaptive regulation. Features of marketing activity are investigated. In agriculture, innovation is consistently implemented in 4 stages: development of innovations, their verification, reproduction and implementation. The set of features of classification of innovations allows to rationally organize innovative activity.

Key words: innovations, innovation-investment activity, corporate level, strategic decisions, agroholding, sales activities.

Постановка проблеми. Успішне функціонування підприємств і досягнення стратегічних переваг в умовах конкуренції значною мірою залежать від результативності їхньої інноваційної діяльності. Результативність інноваційної діяльності підприємств визначається, насамперед, наявністю необхідних внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування інновацій, можливістю їхньої швидкої мобілізації, зацікавленістю інвестора в підтримці інноваційного розвитку та ефективністю збутової діяльності [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел з

питань формування стратегії підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної та збутової діяльності свідчить про те, що вивченням даної проблеми займалось значне коло науковців, а саме: В. Г. Андрійчук, О. Амоша, А. Ф. Бондаренко, Т. А. Васильєва, О. С. Грищенко, І. І. Вінніченко, В. М. Геєць, О. І. Дацій, Л. М. Задорожна, С. О. Тивончук, О. В. Кот та ін.

Постановка завдання. Проаналізувати особливості формування стратегії підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної та збутової діяльності сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обстеження інноваційної активності ТОВ «Промінь-Приват» вказує на високу частку інновацій що запроваджувались в підприємстві, серед них продуктові інновації – 32,5 %, процесові – 26,9 %, організаційні – 26,3 %, маркетингові – 10,6 % та незначну частку власних інноваційних розробок (лише 3,7 %); домінування серед джерел фінансування інновацій власних коштів; низький рівень інформаційного забезпечення інноваційного процесу; спрямованість інноваційної діяльності підприємства в залежності від спеціалізації; низька мотивація виробника до інноваційної діяльності і неефективність державних регуляторних інструментів в її стимулюванні; існування фактично лінійного зв’язку між інноваційною активністю підприємства та його прибутковістю.

У сільському господарстві впровадження інновацій відбувається послідовно в 4 етапи: розробка інновацій, їх перевірка, відтворення та впровадження у діяльність. Набір ознак класифікації інновацій дозволяє раціонально організувати інноваційну діяльність ТОВ «Промінь-Приват».

Особливості формування стратегії підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної та збутової діяльності підприємства доцільно розглядати на трьох рівнях узагальнення:

1. Корпоративному – на рівні відділу стратегічного управління Групи «Приват», на якому розробляються загальні засади інноваційно-інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку

(поряд з маркетинговою, кадровою, фінансовою, технологічною та іншими складовими), проводиться її взаємне узгодження з іншими функціональними стратегіями. Особливу увагу приділяють взаємному узгодженню інноваційної, маркетингової та фінансових стратегій, які, власне, і визначають успіх інноваційно-інвестиційної діяльності.

2. Бізнес-рівень (директор та головні спеціалісти ТОВ «Промінь-Приват») щодо розробки й впровадження інновацій для кожної з стратегічних зон господарювання (для кожного з бізнес-проектів, які охоплюють окремий ринок, його сегмент чи нішу або окрему товарну групу) в рамках інноваційно-інвестиційної заходів. На цьому рівні приймають стратегічні рішення щодо модифікації існуючої товарної номенклатури й товарного асортименту, які передбачають генерування ідей нових (модифікованих) продуктів і їх відбір, розробку задуму (концепцій) продукту і перевірку [7, с. 24].

3. На власне продуктовому рівні (відділи ТОВ «Промінь-Приват») розробляють продуктову інноваційно-інвестиційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій (у межах окремих бізнес-проектів) на ринку. Вони містять: аналіз поточної маркетингової ситуації на ринку і перспектив її розвитку, аналіз ринкових позицій і перспектив підприємства і його продукції (як традиційної, так і нової), детальний опис комплексу маркетингу для кожної асортиментної групи і товарної одиниці [6, с. 208].

Стратегічне управління інноваційним процесом відбувається у відповідності із вимогами системного підходу – від загального до окремого, – при цьому через зворотні зв’язки відбувається уточнення (коригування) стратегій більш високих рівнів. Тобто процес є ієрархічним і циклічним, він може включати декілька ітерацій (їх кількість визначається на основі розрахунків економічної доцільності) [3, с. 177].

У даний час масштабні інтеграційні процеси, що відбуваються в сільському господарстві України, дозволяють говорити про становлення галузі – і в організаційному плані, і в плані придбання галуззю стійких навичок високоефективної діяльності [2, с. 173]. Стратегічне управління в корпорації

Групи «Приват» здійснює стратегічний відділ головної компанії. Корпоративна стратегія формується на основі формування стратегій розвитку дочірніх компаній. Великі підприємницькі структури, інвестуючи в сільське господарство, прагнуть формувати повний цикл «виробництво – переробка – продаж», впроваджувати сучасні агротехнології, оновлюючи парк сільгосптехніки, забезпечуючи активну присутність на ринках збуту. Основні напрямки діяльності агрохолдингу виробництво зерна, молока та м'яса великої рогатої худоби [4, с. 46].

Особливості стратегічного управління інноваційно-інвестиційною та збутовою діяльністю в Групі «Приват» з виокремленням ТОВ «Промінь-Приват» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Особливості стратегічного управління інноваційно-інвестиційною та збутовою діяльністю Групи «Приват» з виокремленням ТОВ «Промінь-Приват», 2014-2018 рр.

Складові Групи «Приват»	Ціль	Напрям діяльності	Вид управління / вид стратегії
Група «Приват» (стратегічний та маркетинговий підрозділи)	Досягнення стійкої ефективної діяльності	Пошук інвестора. Об'єднання, купівля чи продаж бізнесу	Стратегічний / Корпоративна стратегія
Стратегічний інвестор, що не належить до сфери агробізнесу	Диверсифікація діяльності, пошук напрямів ефективного вкладання коштів	Придбання частки підприємства	Стратегічний / Інноваційно-інвестиційна та збутова стратегія
Дочірні компанії (у т. ч. і ТОВ «Промінь-Приват»)	Ефективна виробнича діяльність	Організація виробництва (оренда землі тощо), реалізація агроінновацій	Середньостроковий, річний, ситуаційний план / Функціональні стратегії (у т. ч. і інноваційно-інвестиційна як складова корпоративної)

Отже, всі стратегічні рішення щодо розвитку ТОВ «Промінь-Приват» приймаються в стратегічному відділі Групи «Приват» та узгоджуються з засновниками підприємства. У ТОВ «Промінь-Приват» здійснюють ситуаційне управління, що ґрунтується на оперативному прийнятті управлінських рішень

виходячи з наявної ситуації, обставин, подій у виробництві й на ринку продукції, пов'язаних із розвитком економіки держави та можливих погодних умов. При цьому управлінні, порівняно зі стратегічним, ширше враховуються умови розвитку підприємства, порушуються питання, які в них зазначаються [5].

Розробка інноваційно-інвестиційної стратегії передбачає застосування інструментарію стратегічного маркетингу: Gap-аналізу, стратегічної моделі Портера, матриці Бостонської консультативної групи, матриці «Мак Кінсі – Дженерал Електрик» та ін. на корпоративному рівні; сегментації ринку та SWOT-аналізу – на товарному рівні. Застосування цих інструментів базується на результатах серйозних ринкових кон'юнктурних досліджень, у ході яких визначають: маркетингові характеристики ринку; позиції підприємства у НДДКР, виробництві, управлінні; ринкові і конкурентні позиції підприємства і його продукції; характеристики зовнішнього мікро- і макросередовища [5].

Висновки з проведеного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, під впливом зростаючої конкуренції інвестиції та інновації стають основним елементом управління на підприємстві. Нові ідеї, прогресивні технології та організаційні рішення визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність підприємств, тому підприємству доцільно спрямуватись на розвиток інноваційної та збутової діяльності.

Література:

1. Алєксєєв С. Б. Сучасні завдання стратегічного управління підприємством / С. Б. Алєксєєв // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docviewer.yandex.ua.

2. Бідак О. М. Пріоритети розвитку стратегічного управління сільськогосподарських підприємств Черкаської області : [колективна монографія] / О. М. Бідак // Сучасні аспекти стабільного розвитку економіки / за

ред. О. О. Непочатенко, П. К. Бечка. – Умань : Видавець «Сочінський», 2015. – С. 172-178.

3. Бондаренко А. Ф. Інвестиційно-інноваційна стратегія як механізм забезпечення сталого економічного зростання в Україні / А. Ф. Бондаренко, Т. А. Васильєва, О. С. Грищенко // Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання: праці VI Міжнар. наук. конф. студентів і молодих учених. / [ред. кол. Ступін О. Б. (голова) та ін.]. – Донецьк : ДонНУ, 2005. – Ч. 5. – С. 176-178.

4. Гордійчук А. І. Інноваційний розвиток галузей сільського господарства та ефективність їх функціонування / А. І. Гордійчук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2010. – № 6. – С. 44-46.

5. Данилевська І. В. Особливості управління в аграрних формуваннях / І. В. Динилевська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docviewer.yandex.u.

6. Іменко О. М. Стратегічний аналіз в системі управління сільськогосподарських підприємств / О. М. Іменко // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії : зб. наук. праць. – Чернівці : Технодрук, 2017. – Вип. 2 (19) : Економічні науки. – С. 206-212.

7. Лаврук В. В. Інноваційний продукт у сільському господарстві як результат інноваційного процесу / В. В. Лаврук // Ефективна економіка. – 2010. – № 5. – С. 22–25.