

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 7, 2016 [Назад](#) [Головна](#)

0 0 0 0 0 0 0 0

УДК 69.003:658.8

*Б. Я. Кузняк,
д. е. н., професор, професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава
В. В. Добрянська,
к. т. н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава
В. Т. Мірошниченко,
старший викладач кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава*

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

*B. J. Kuznyak,
professor, professor of international economics and marketing,
Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk, Poltava
V. V. Dobryanskaya,
candidate of technical sciences, associate professor,
department of international economics and marketing, Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk, Poltava
V. T. Miroshnichenko,
senior lecturer, department of international economics and marketing,
Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk, Poltava*

MARKETING INNOVATION AGRICULTURAL ENTERPRISES

Важливим напрямом адаптації сільськогосподарських підприємств до ринкового середовища є формування і реалізація раціональної інноваційної політики. Метою даної роботи є осмислення та дослідження маркетингу інновацій підприємства, практичне застосування теоретичних знань. Останніми роками соя і соєві продукти стають продуктами здорового харчування населення розвинених країн. Соя – одна з небагатьох культур, вирощувати яку справді вигідно. Соя не виснажує землі, а навпаки, збагачує її азотом. Переробка сої не потребує значних капіталовкладень. Світова ціна сої за останні 20 років коливалася від \$175 до \$210 за 1 т. Впровадження нових технологій власної переробки сільськогосподарської продукції дозволять підприємствам агропромислового комплексу вийти на новий рівень виробничих та економічних можливостей. Також дуже перспективним напрямом діяльності є створення ставкового господарства та організації на його основі «зеленого туризму». До ринкових переваг такого виду діяльності слід віднести доступність відпочинку та рибалки за прийнятними цінами.

An important area of farms adapt to the market environment is the creation and implementation of efficient innovation policy. The aim of this work is understanding and research of enterprise marketing innovation, practical application of theoretical knowledge. In recent years, soy and soy products are healthy food in developed countries. Soybeans . one of the few crops that grow really profitable. Soy is not depleting the earth, but rather enriches it with nitrogen. Processing soybeans does not require significant investment. The world price of soybeans in 20 years ranged from \$ 175 to \$ 210 per 1 ton. The introduction of new technologies of their own agricultural products processing enterprises of agriculture will reach a new level of production and economic opportunities. Also promising activity is to create a pond management and organization on the basis of its "green tourism". Market advantages to this type of activity include the availability of recreation and fishing at reasonable prices.

Ключові слова: маркетинг інновацій, сільське господарство, «зелений туризм», реалізація продукції.

Keywords: marketing innovation, agriculture, "green tourism", sales.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими практичними завданнями. Розвиток ринкових відносин корінним чином змінив для підприємств економічні умови функціонування. Ці умови характеризуються підвищеною нестабільністю та невизначеністю зовнішнього середовища, посиленням конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках. В зв'язку з цим для вітчизняних підприємств особливо актуальною є проблема забезпечення їх життєздатності і пошуку джерел підтримки економічної стабільності та подальшого розвитку. Аналіз умов господарювання вказує на те, що важливим напрямом адаптації сільськогосподарських підприємств до ринкового середовища, що змінюється, є формування і реалізація раціональної інноваційної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. На сьогоднішній день, розробка та впровадження обґрунтованої інноваційної політики є невід'ємним фактором в реалізації планів маркетингу. Тому вивчення елементів, основ та завдань цієї політики є важливим завданням сучасних науковців. Особливо слід відзначити наукові роботи таких відомих зарубіжних авторів, як Ф. Котлер, Г. Армстронг, П. Дойль [4]. Окремі аспекти формування маркетингової інноваційної політики висвітлено і в працях вітчизняних авторів, а саме: В.О. Василенка, Н.П. Гончарової, В.М. Шербаня [1,2,7]. Практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань організації інноваційної політики підприємства, перш за все, її формування в нових умовах Європейської інтеграції.

Разом з тим вивчення літературних джерел, а також практичного досвіду функціонування вітчизняних сільськогосподарських підприємств [4] показує, що проблеми маркетингу, а тим більше маркетингу інновацій досліджені недостатньо повно, особливо стосовно необхідності виходу на європейські ринки, що вимагає розробки сучасних принципів, методів та інструментів управління маркетингом.

Формулювання цілей статті . Метою даної роботи є осмислення та дослідження маркетингу інновацій підприємства, практичне застосування теоретичних знань для його успішної діяльності на ринку товарів та послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для виконання дослідження обрано товариство з обмеженою відповідальністю «Агрофірма «ім. Довженка», створене на засадах угоди між учасниками шляхом об'єднання їх майна в результаті реорганізації приватного сільськогосподарського підприємства ім. Довженка та

є його правонаступником. Місцезнаходження: Полтавська обл., Шишацький район, с. Яреськи.

Оцінюючи ринкову перспективність стратегічних бізнес-одиниць ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» ми дійшли висновку, що найкращі позиції має вирощування технічних культур, то доцільно рекомендувати розширювати саме цей напрямок діяльності. Аналіз захоплення можливих перспективних ринкових сегментів показав, що вітчизняна олійна галузь протягом 20 років демонструє зростання. Посівні площі та валові збори олійних культур за роки незалежності України збільшилися у 3,4 рази. На жаль, зростання відбувалося екстенсивним шляхом.

Для того, щоб конкурувати з іншими сільськогосподарськими підприємствами ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» доцільно на землях, що не засіваються або використовуються неефективно (вирощування культур, що погано реалізуються), а таких земель підприємство має 75 га, вирощувати сою та організувати її власну переробку.

Останніми роками соя і соєві продукти стають продуктами здорового харчування населення розвинених країн. Соя – одна з небагатьох культур, вирощувати яку справді вигідно попри те, що витрати на її вирощування трохи вищі, ніж на традиційні в Україні культури. Соя не виснажує землі, як соняшник, а навпаки, збагачує її азотом. Немає проблем і зі збутом – її очоче беруть як дрібні переробники, так і великі комбінати [6]. Переробка сої не потребує значних капіталовкладень.

Світова ціна сої за останні 20 років коливалася від \$175 до \$210 за 1 т., і, за оцінками експертів, має тенденцію на стабільність попиту і цін в майбутньому. Вигідність значного збільшення експорту сої порівняно з експортом зернових видно з наведеного прикладу: експорт зернових, що здійснює Україна за цінами \$80–90 за 1 т., тільки за рахунок більших транспортних витрат та завантаження елеваторів і портів збільшує затрати зернотрейдерів на \$60–80 млн. порівняно з експортом сої, якої потрібно експортувати в 2,2,5 рази менше на суму, еквівалентну вартості експортованих зернових.

Виходячи з викладеного, напрошується висновок – ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» повинна проводити аграрну політику в напрямку вирощування в основному тих зернобобових культур і в таких обсягах, щоб забезпечувати продовольчу безпеку, а також мати високі валютні надходження за експорт високоякісних продуктів сої.

На сучасному етапі соя стає головною культурою по збільшенню ефективності сільського господарства нашої країни, вирішенню багатьох соціальних проблем, розвитку вітчизняних технологій по переробці сої на кормові і харчові цілі, організації робочих місць в промисловості і сільському господарстві та важливим чинником підвищення іміджу України як світового виробника продовольчих ресурсів. В одному кілограмі зерна сої міститься 170г незамінних амінокислот, тоді як у зерні гороху – 87, а в зерні кукурудзи – 47. За врожайністю зерна 25 ц/га можна отримати близько тонни протеїну, не враховуючи соломи та полову, які також багаті на білки.

Можна запропонувати два шляхи використання виробленої продукції: власна часткова переробка на створеному переробному підприємстві та продаж можливим споживачам – крупним переробним підприємствам України.

Переробка сої не потребує значних капіталовкладень, тому доцільно створити власне переробне виробництво, ближче до ринку збуту. Для розміщення виробництва досить 20 кв. м.

Відомо, що залежно від застосовуваних процесів, технології переробки сої поділяються на «вологі» й «сухі». До продуктів, отриманих за «вологими» технологіями, відносяться соєве молоко, соєвий майонез, соєва паста, отримані з цільних соєвих бобів (ноді попередньо оброблених). Основними підприємствами України, що використовують такі технології є «Торчин», «Щедро», «Королівський смак». Виробничі потужності даних підприємств завантажені вітчизняною сировиною на 24%. Тому є реальна можливість укладання договорів на постачання соєвої сировини цим підприємствам. Продукція ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» на 40% дешевша за імпорту та не містить генномодифікованих організмів.

До «сухих» технологій відносяться процеси отримання соєвого шроту після переробки соєвих бобів в екструдері для отримання масла або у високооборотних млинах. Соєва мука може бути отримана також в результаті його згущення й випарювання.

Виготовлені українськими підприємствами сухі соєві продукти у вигляді муки й шроту, більш ніж у 1,5,2 рази дешевші аналогічних продуктів імпортного виробництва. Незаперечно перевагою продуктів, отриманих за «сухими» технологіями, є довготривалість їх зберігання й простота введення в раціон худоби.

Обсяги імпорту соєвого шроту, що широко застосовується у тваринництві України, в останні роки помітно знизилися через його непомірно високі ціни й підвищення активності національних виробників. Тому є реальна можливість укладання договорів на постачання соєвої сировини також і цим підприємствам.

Проаналізувавши ринок технологій виробництва соєвих продуктів, для реалізації маркетингового завдання пропонується скористатися технологією ТЕКМАШ. Технологія ТЕКМАШ реалізується за допомогою гідродинамічних нагрівачів ТЕК.СМ і базується на:

1. Приготуванні концентрованих соєвих добавок у вигляді сметаноподібних й пастоподібних продуктів.
2. Розведення соєвих паст холодною водою відразу ж після готування до необхідної концентрації соєвого молока з відповідним зниженням температури до 20.30°C.
3. В одній з розроблених модифікацій реалізована вимога повної автономності устаткування в ролі приводу дизельного двигуна.
4. Надійність і безпека технології визначається відсутністю нагрівальних елементів. Устаткування не має парогенератора й не вимагає узгодження з органами Державного комітету з нагляду за охороною праці.

5. Технологія ТЕКМАШ . безвідхідна. Забруднення навколишнього середовища відсутнє.

Технологія забезпечує:

- мінімізацію витрат енергії за рахунок сполучення в одному циклі переробки процесів нагрівання, розмелу, перемішування й уведення необхідних за технологією складових;

- мінімізацію встановлених потужностей устаткування за рахунок високого ККД процесу (не нижче 90%);

- відмова від теплообмінного устаткування.

Вироблену таким чином продукцію планується використати також у власному тваринницькому секторі, завдяки чому збільшити щорічно виробництво м'яса свинини на 35 – 40%, птиці – на 20 – 25%, телятини – на 12 – 15%. Надлишки виробленої продукції можна реалізувати іншим сільськогосподарським підприємствам та фермерським господарствам Полтавської та Сумської областей.

ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» володіє багатим потенціалом природних ресурсів, що можуть бути використані для відпочинку і оздоровлення населення регіону, області. Тому ми рекомендуємо використати цей потенціал і запропонувати розвиток галузі відпочинку.

Відпочинок, дозволяючи розваги, як і праця, є невід'ємними складовими життєдіяльності людини. Розважаючись, людина чи група людей задовольняють свої духовні потреби, оцінюють свої можливості. Відпочивати та розважатись найкраще у природному середовищі. Відпочинок на природі сприяє задоволенню естетичних і пізнавальних потреб сучасних людей.

Таким чином оздоровчі властивості територій часто значно перевищують їх господарську цінність. ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» має значний обсяг заболочених угідь, які непридатні для вирощування сільськогосподарських культур. Ми пропонуємо використати їх для створення ставкового господарства та організації на його основі «зеленого туризму».

Це може бути одним із шляхів інноваційного розвитку вітчизняних сільськогосподарських підприємств: організація «зеленого туризму»: відпочинку, екскурсій, ловлі риби [5]. Для початку рекомендуємо організувати обладнані місця для відпочинку та ловлі риби.

Основними користувачами послуг ставкового господарства та природних угідь будуть жителі чотирьох районів області та м. Полтави, а згодом – і в цілому області. До незаперечних «плюсів» такого господарства слід віднести доступність відпочинку та рибалки за прийнятними цінами. Ми пропонуємо створити сприятливі умови для відпочинку: альтанки (розраховані на малі та великі компанії від 8 до 20 людей.), зруби для ночівлі та інші малі архітектурні форми. Вартість рибалки пропонується встановити на рівні 30 грн. за 1 кг. виловленої риби, а вартість відпочинку за добу з ночівлею – 300 грн. з людини.

Створення бази для відпочинку та ставкового господарства на базі ТОВ «Агрофірма «ім. Довженка» надасть змогу задовольнити потреби споживачів у відпочинку на природі, гарантує фінансові надходження господарству, і надасть нові робочі місця жителям навколишніх сіл.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшої роботи у даному напрямі. В умовах ринкової економіки вітчизняні підприємства агропромислового комплексу будуть діяти результативніше, коли вони спираються на чинник впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Впровадження нових технологій власної переробки сільськогосподарської продукції дозволять підприємствам вийти на новий рівень виробничих та економічних можливостей. Цей фактор завжди потребує значних інвестицій і часу, однак він один з найважливіших і дуже термінових. Одним з наслідків його дії є поява нових видів продукції і підвищення якості існуючих.

Також дуже перспективним напрямом діяльності, таким що потребує подальшого розвитку є створення ставкового господарства та організації на його основі «зеленого туризму». До ринкових переваг такого виду діяльності слід віднести доступність відпочинку та рибалки за прийнятними цінами.

Література.

1. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / За редакцією В.О Василенко. – К.: ЦУЛ. Фенікс, 2003. – 440 с.
2. Гончарова Н.П. Маркетинг інноваційного процесу: навч. пос./ Н.П. Гончарова, П.Г. Перерва. – К.: Віра.Р, 2008. – 267 с.
3. Гордієнко К.Д. Аграрний маркетинг: Нормативно-правове регулювання: Зразки документів: монографія / К.Д. Гордієнко. – К.: КНТ, 2004. – 276 с.
4. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.А. Дайновський – Львів : Новий світ, 2008. – 244 с.
5. Добрянська В.В. Розвиток лісогосподарської галузі та впровадження «зеленого» туризму в Україні на засадах екологічного маркетингу/В.В.Добрянська, Т.С.Глушенко// Технологічний аудит та резерви виробництва.– 2015. – № 3/5(23). – С. 20.24.
6. Куртіна І.О. Організація ефективного просування та продажу продукції на підприємстві/І.О. Куртіна, В.В. Добрянська // Молодий вчений. – 2014. – № 7(10). – С. 38–40.
7. Щербань В.М. Концепція інноваційної діяльності виробничої системи як стратегічний інструмент її розвитку /В.М. Щербань, В.М. Таньков // Проблеми науки: Міжгалузевий науково-технічний журнал. – 2003. – №2. – С. 10.13.

References.

1. Vasylenko V.O. and Shmatko V.G.(2003), Innovacijnyj menedzhment: navchalnyj posibnyk [Innovation Management], CzUL Feniks, Kyiv, Ukraine.
2. Goncharova N.P. (2008), Marketyng innovacijnogo procesu: navch. pos. [Marketing innovation process], Vira.R., Kyiv, Ukraine.
3. Gordiyenko K.D. (2004), Agrarnyj marketyng: Normatyvno-pravove reguluvannya: Zrazky dokumentiv: monografiya [Agricultural Marketing: Legal regulation], KNT, Kyiv,

Ukraine.

4. Dajnovskij Yu.A.(2008), Tovarna innovacijna polityka: pidruch. dlya stud. [Product innovation policy] Novyj svit , Lviv, Ukraine.
5. Dobryanska V.V. and T.S.Glushhenko (2015) “ Lesohozyaystvennoyotrasli development and implementation of "green" tourism in ukraine on the basis of ecological marketing ”, *Technologichnyj audyt ta rezervy vyrobnyctva*, vol. 3/5(23), pp. 20.24.
6. Kurtina I.O. and Dobryanska V.V.(2014), “ Organization to effectively promote and sell products in the enterprise ”, *Molodyj vchenyj*, vol. 7(10), pp. 38–40.
7. Shherban V.M. and Tan'kov V.M. (2003) “The concept of innovate production system as a strategic tool of development”, *Problemy nauky: Mizhgaluzevuj naukovo.texnichnyj zhurnal*, vol. 2, pp. 10.13.

Стаття надійшла до редакції 23.06.2016 р



ТОВ "ДКС Центр"