

УДК 330.341.1: 631.11.001.76

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-16

АЛ ШАБАН АЛАА ТАБІТ НІАМА

ORCID ID: 0000-0002-8710-0252

e-mail: alaath.1974@gmail.com

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: ОЦІНКА СТАНУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена вивченню теоретичних засад інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору. Досліджено умови інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору України. Доведено необхідність комплексного застосування інноваційного інструментарію підприємствами аграрного сектору: новітньої техніки, ресурсозберігаючих технологій, структури виробництва, кваліфікованих кадрів, маркетингових інновацій, управлінських та організаційних інновацій. Виявлено зв'язок між використанням інновацій в агросекторі та можливим погіршенням екологічного стану середовища. Проведено оцінку інноваційної діяльності підприємств аграрного сектору, а також запропоновано заходи щодо її вдосконалення. Розглянуто вплив розміру сільськогосподарського підприємства на обсяг та структуру капітальні інвестицій. Проаналізовано показники придбання й використання сільськогосподарської техніки, імпорту племінних тварин, структури видового складу сортових ресурсів. Уточнено особливості та перешкоди на шляху використання інноваційних процесів підприємств аграрного сектору.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, підприємство аграрного сектору, капітальні інвестиції

ALAA ALSHABAN

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF UKRAINE: ASSESSMENT OF THE SITUATION AND MARKETING FACTORS OF DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of the theoretical foundations of innovative development of agricultural enterprises. The conditions of innovative development of enterprises of the agricultural sector of Ukraine are studied. The necessity of complex application of innovative tools by enterprises of the agricultural sector is proved: the latest equipment, resource-saving technologies, production structure, qualified personnel, marketing innovations, managerial and organizational innovations. It is proved that the innovation process should consider the stages of the life cycle of agricultural technology: from the idea to its development and practical implementation in the production of innovative agricultural technology, as well as its market implementation, including marketing and purchasing products by end users. The contradiction between the use of innovations in the agricultural sector and the possible deterioration of the ecological state of the environment was revealed. An assessment of the innovative activity of enterprises in the agricultural sector, as well as proposed measures to improve it. The influence of the size of an agricultural enterprise on the volume and structure of capital investments is considered. Analysis of statistical data shows an increase in the amount of capital investment in the agricultural sector of Ukraine in 2 times from 2015 to 2019. At the same time capital investment in intangible assets has increased significantly - almost 8 times, including investments in intellectual property and marketing. The analysis shows that the large enterprises of the agricultural sector have greater opportunities to implement organizational and marketing innovations. Indicators of acquisition and use of agricultural machinery, import of breeding animals, structure of species composition of varietal resources are analyzed. The data confirm the increase in the number of purchased agricultural machinery in enterprises of the agricultural sector, especially tillage and sowing, which indicates the strengthening of innovation in crop production. Features and obstacles to the use of innovative processes of agricultural enterprises have been clarified.

Key words: innovations, innovative development, agricultural enterprises, capital investments.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Необхідність інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору актуалізує пошук джерел та чинників, що сприятимуть розкриттю їх ресурсного потенціалу. Водночас досвід агробізнесу розвинених країн свідчить про сприятливі можливості, які створюються завдяки впровадженню маркетингових стратегій у їхню діяльність. З метою визначення можливостей розвитку інноваційної діяльності підприємств аграрного сектору постає необхідність вивчення сучасного стану впровадження інновацій в агробізнесі, інноваційного потенціалу та чинників що на нього впливають.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивченням можливостей впровадження інновацій в діяльність підприємств аграрного сектору займалися такі науковці як О. Єрмаков, А. Зоргач [2], І. Червен [1], О. Шпикуляк і М. Грицаєнко [5], О. Янковська та ін. Вітчизняні вчені зробили певний внесок у інтегрування маркетингової та інноваційної складової діяльності підприємств аграрного сектору та суміжних галузей, до них належать С. Ілляшенко [4], Т. Льченко [10], Я. Ларіна, Е. Савицький [6] та інші вчені.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Не зменшуючи вагомості напрацювань наукової спільноти, слід зазначити, що не всі проблемні питання розвитку інноваційної діяльності на підприємствах агросектору отримали належне висвітлення.

Зокрема, недостатньо дослідженою залишається проблема оцінювання інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору з урахуванням змін статистичної звітності, галузеві особливості маркетингової діяльності підприємств аграрного сектору при переході до інноваційного розвитку.

Формулювання цілей статті

Виходячи з вищезазначеного, мета статті полягає у дослідженні стану та особливостей інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору, визначенні можливостей розвитку інноваційної діяльності таких підприємств на засадах маркетингу з урахуванням змін і тенденцій розвитку середовища.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Багаторічний досвід господарювання підприємств аграрного сектору у розвинутих країнах світу в частині інноваційної діяльності, спрямованої на розробку і впровадження новітніх технологій та організаційних інновацій, є чинником забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції, окремих підприємств та галузі в цілому. При цьому першочерговим завданням стає «побудова ефективних механізмів стимулювання й розвитку інноваційних процесів у галузі, які орієнтовані на комерціалізацію результатів наукових та прикладних досліджень і розробок в аграрній сфері й одержання максимальних економічних ефектів від впровадження інноваційних технологій в АПК» [1, с. 333].

Метою інноваційного розвитку підприємства аграрного сектору і кінцевим результатом його діяльності є ефективність, що досягається через логічний ланцюжок: постановка ринкових цілей – маркетингова підтримка – інноваційні ресурси – інноваційне виробництво – ефективна реалізація – вища ефективність [2]. Більша кількість продукту, отриманого від використання маркетингових і виробничих інновацій в аграрній сфері, означає підвищення ефективності, менший обсяг вказує на зниження ефективності.

Зростання виробництва й обсягів реалізації завжди пов'язане з комплексним застосуванням інноваційного інструментарію: новітньої техніки, ресурсозберігаючих технологій, структури виробництва, кваліфікованих кадрів, маркетингових інновацій, управлінських методів і прийомів, організаційних інновацій тощо [2]. Це означає, що ефективність інноваційних заходів необхідно розглядати не просто як суму різних його складових, а на якісно новому рівні, згідно синергетичного підходу, здатного забезпечити оптимальне використання всіх виявлених складових [2, с. 67]. Наприклад, до проведення реформування власності й масштабної реорганізації сільськогосподарських підприємств до 2000 року їхня діяльність була збитковою, збитки становили в середньому по галузі рослинництва 0,6 млрд грн на рік, а по галузі тваринництва 2,3 млрд грн на рік. Нові організаційні та управлінські рішення дали змогу підвищити прибутки й рентабельність агропідприємств. У 2015 році вони вже становили 87,7 млрд грн (45,9%), а протягом 2016-2020 років рівень рентабельності основних видів продукції рослинництва був також доволі високим (зернові 20-38%, насіння сояшнику – 39- 63%; овочі відкритого ґрунту - до 20 відсотків). [3]

До збільшення ефективності агробізнесу можуть призводити не лише заходи організаційного характеру, але і комплекс інших: технічних, технологічних, кадрових, управлінських. На ефективність аграрного виробництва впливає зокрема, термін реалізації зерна, що дає змогу продавати цю продукцію коли ціни на зерно найвищі. Вибір терміну реалізації має безпосереднє відношення до розробки маркетингових заходів. Використання енергозберігаючих технологій теж може стати інноваційним рішенням і в рослинництві, і у тваринництві. Таким чином, підвищення ефективності використання загального інноваційного потенціалу підприємств агросектору розглядається науковцями як передумова виявлення стратегічних можливостей підвищення конкурентоспроможності. Крім того слід звертати особливу увагу на маркетингові аспекти інноваційної діяльності. Це підтверджує С Ілляшенко, зазначаючи, що «інноваційна діяльність підприємств потребує відповідного маркетингового супроводу... за допомогою інструментів маркетингу визначають перспективні напрями приведення потенціалу підприємства у відповідність до умов зовнішнього середовища, які постійно змінюються (стратегічний аспект маркетингу інновацій). Тобто напрями створення і впровадження інновацій (нових продуктів, технологій їх виготовлення, методів управління тощо) які дозволяють адаптувати діяльність підприємства до змін умова зовнішнього макро- і мікросередовища»[4].

Більшість науковців-аграрників вважають, що інновації та інноваційні процеси в аграрному секторі пов'язані виключно з технічними та технологічними особливостями агровиробництва. О. Шпикуляк і М. Грицаєнко вважають, що «... агроінновація – це перетворення в аграрній сфері, метою яких є одержання різних видів ефектів на основі задоволення певних соціальних потреб для забезпечення продовольчої безпеки країни» [5, с. 16]. І. Червен зазначає, що «інноваційний процес в АПК – це ...процес, спрямований на створення, впровадження і використання принципово нової або модифікованої аграрної технології, що задовольняє конкретні потреби аграрних утворень і забезпечує останнім економічний, технічний або соціальний ефект»[1]. У такому ж (більше технологічному) контексті інноваційні процеси в аграрному секторі розглядає і Т. Дудар [6, с. 66-67]. Проте такий підхід не враховує інші види (у т.ч. маркетингові) інновацій в аграрному секторі. Більш розгорнутим є науковий підхід Е. Савицького, який зазначає, що «інноваційний процес можна розглядати як етапи життєвого циклу аграрної технології: від виникнення ідеї до її розробки і практичного запровадження [7, с. 78]. Проте слід враховувати не лише впровадження у

виробництво інноваційної агротехнології, але і ринкову реалізацію, включаючи організацію збуту і купівлю продукції кінцевими споживачами.

Успіх ринкової діяльності підприємств аграрного сектору значною мірою залежить від використання організаційно-управлінських та маркетингових інновацій. Тому для забезпечення максимального ефекту від впровадження інновацій в агробізнесі необхідним є не лише активне застосування інновацій технічного характеру, а натомість формування повномасштабної системи управління інноваційним розвитком. В цьому контексті, вузький вертикальний підхід до управління аграрними інноваціями в Україні є стратегічно неперспективним, оскільки не забезпечує узгодження між суб'єктами інноваційного процесу, наукою, виробництвом і маркетинговими посередниками.

При виборі стратегій інноваційного розвитку доцільно врахувати посилення індивідуалізму та свободу вибору, стверджують шведські економісти К. Нордстрем і Й. Ріддерстрам [8, с. 20]. З точки зору формування ефективних стратегій інноваційного розвитку аграрних підприємств це означає зростає кількість споживачів з індивідуалізованими потребами у продуктах певної якості. Це є новим принципово підходом в агробізнесі.

Через використання інновацій можна отримати вищу ефективність. Однак, негативною стороною такого процесу може стати погіршення екології оточуючого середовища, виробництво продуктів неналежної якості та їх невідповідність вимогам здорового способу життя. Наприклад, економічно ефективним є виробництво генетично модифікованої продукції. Однак у світі виробництво такої продукції обмежується головним чином через недостатність науково-обґрунтованої інформації про її харчову безпеку. Тому біля 60% європейців вважають ГМО-продукти небезпечними для здоров'я. Застереження щодо ГМ-продуктів в Україні є через відсутність контролю за вмістом ГМО у необробленій с/г продукції та харчових продуктах для кінцевих споживачів. За експертними даними близько 1 млн га українських земель засіяні трансгенним насінням: 50% соя, 20% кукурудза, решта – картопля і буряки. В той же час офіційно зареєстрованих ГМ с/г культур в Україні немає [9]. Тому необхідним є створення дієвої конфігурації управління інноваційними процесами в агросекторі.

Аналіз інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору ускладнюється тим, що починаючи з 2017 року дані статистичної звітності щодо провадження інноваційної діяльності не надаються. Тому про зміни в інноваційній діяльності можна стверджувати, користуючись лише непрямими даними – щодо обсягів та напрямів капітальних інвестицій, закупівлі добрив, племінних тварин, структури витрат тощо.

Статистичні дані свідчать про зростання величини капітальних інвестицій в аграрному секторі України у абсолютному вимірі у 2 рази за період з 2015 по 2019 рік. При цьому капітальні інвестиції у матеріальні активи зросли також майже у 2 рази, з них найбільшою мірою інвестиції в землю – понад 6 разів, і найменшою - в будівлі та споруди (сума капітальних інвестицій майже не змінилася попри інфляційні процеси). Суттєво зросли капітальні інвестиції у нематеріальні активи – майже у 8 разів, що містять вкладення у інтелектуальну власність і маркетинг. З них найбільшою мірою зросли капітальні інвестиції у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права – у 10,3 рази. Наведені дані свідчать насамперед про увагу сільськогосподарських виробників саме до маркетингових аспектів підвищення ефективності господарювання.

Порівнюючи капітальні інвестиції у сільському господарстві за розмірами підприємств аграрного сектору у 2010-2019 роках, виявлено, що найбільше зростання обсягів капітальних інвестицій відбулося по великих підприємствах (майже у 3 рази), і відповідно найменше для малих підприємств (1,78 р.), що цілком логічно, адже більші підприємства володіють більш потужними ресурсами і можливостями. Проте, якщо розглядати капітальні інвестиції у нематеріальні активи, ця закономірність зникає, оскільки тут по великих підприємствах зростання склало 13,3 рази, по середніх – 6,1 р., а по малих 11,5 разів. Таким чином, можна стверджувати, що у випадку з придбанням патентів, ліцензій, торгових марок малі підприємства також мають змогу вкладати кошти. Тут починає діяти скоріше стратегічна модель Портера, для якої небезпечним є становище саме підприємств із середньою ринковою часткою без чіткої ринкової орієнтації.

Максимальне зростання у структурі капітальних інвестицій припадає на капітальні інвестиції у землю (на 6,07 в.п.) та нематеріальні активи (зросли майже на 8 в.п.). При цьому слід відзначити, що в останні два роки зросли капітальні інвестиції у нематеріальні активи, і склали у 2019 р. вже 2,5 %.

Структура капітальних інвестицій у сільському господарстві України у 2010-2019 роках за окремими розмірами господарств змінюється по великих та середніх підприємствах. Так, по великих підприємствах цей показник зменшився з 99,75 до 95,94%, по середніх – до 97,33, а по малих підприємствах практично залишився незмінним. При цьому капітальні інвестиції у нематеріальні активи зросли майже на 4 в.п. по великих підприємствах та на 2 в.п. по середніх, що свідчить про більші можливості великих підприємств аграрного сектору щодо впровадження організаційних та маркетингових інновацій.

Однією з найбільш важливих статей витрат у структурі капітальних інвестицій у сільському господарстві є придбання сільськогосподарської техніки (табл. 2.5), що є важливим аспектом інноваційної активності підприємств та чинником, що впливає на їхню конкурентоспроможність. Проведений аналіз даних державної служби статистики України свідчить про зростання кількості придбаної сільськогосподарської техніки у підприємствах аграрного сектору, особливо це стосується ґрунтообробної

(кількість якої зросла в 3,4 рази з 2014 року) та посівної (відповідно, у 1,8 рази), що свідчить про посилення інноваційного спрямування в галузі рослинництва. Динаміка придбання великої сільськогосподарської техніки, у т.ч. тракторів, залишилася майже без змін. Слід відзначити також, що відсоток вітчизняного сегменту у загальному придбанні ґрунтообробної та посівної техніки суттєво зріс протягом аналізованого періоду, відповідно з 66 до 88% і з 40,3 до 65,4%. Суттєво збільшилися обсяги придбання іншої сільськогосподарської техніки у 2018 році – у 2,2 рази.

Галузю аграрної сфери, що потребує значних інвестицій, є тваринництво. Разом із тим, воно стимулює підприємства до технічної модернізації, технологічної оснащеності та провадження інноваційних рішень. Можливості впровадження інновацій підприємствами цієї галузі залежить від їх розміру, кількості голів худоби. Зміст інноваційних процесів у галузі тваринництва, полягає у впровадженні [3] біотехнологій (застосування методів клітинної та генної інженерії у підвищенні відтворювальних функцій тварин) та селекційно-плеєнної роботи (спрямованої на покращення породних якостей тварин за рахунок інтенсивного використання високопродуктивних, породних плеєнних плідників); систем годівлі, ресурсозберігаючих технологій, що базуються на впровадженні повної автоматизації процесу, використанні робототехніки, створенні кормової бази, розведенні високопродуктивного поголів'я. Дотримання цього вплине на прибутковість галузі тваринництва та стане базисом для інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору. Хоча ресурсозберігаючі технології і сприятимуть науково-технічному прогресу вітчизняного тваринництва, але на цьому етапі це питання залишається проблемним через відсутність організаційно-економічної, фінансової та матеріально-технічної підтримки.

Характеристика інноваційної діяльності підприємств аграрного сектору, що спеціалізуються на галузі тваринництва, передбачає також дослідження динаміки обсягів імпорту плеєнних тварин (табл. 1).

Таблиця 1

Імпорт плеєнних тварин підприємствами аграрного сектору України, голів

| Види тварин | Роки | | | | | | |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|--------------|
| | 2010 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2019 до 2010 |
| ВРХ: чистопородні плеєнні тварини: | 1456 | 555 | 2757 | 1407 | 2120 | 3087 | у 2,1 рази |
| Свині: чистопородні плеєнні | 4266 | 2333 | 2149 | 2419 | 8229 | 5239 | на 23% |

Джерело: дані державної служби статистики України

Для сільськогосподарських товаровиробників у 2020 році було введено пільги щодо сплати ПДВ на ввезення з-за кордону плеєнних чистопородних тварин, у т.ч. чистопородних свиней. Такі урядові рішення сприятимуть додатковому стимулюванню інноваційної активності підприємств аграрного сектору.

Важливим чинником інноваційної діяльності в рослинництві є імпорт добрив та засобів хімічного захисту рослин. За період з 1991 по 2019 рік обсяг імпорту добрив значно зріс, особливо азотних (у 3 р. з 2010 року), фосфорних (майже у 30 р.), а також з вмістом двох чи трьох поживних елементів (більш як у 2 рази).

Іншим важливим показником, що характеризує посилення інноваційної активності у галузі рослинництва в Україні в цілому, є структура видового складу сортових ресурсів (таблиця 2).

Таблиця 2

Структура видового складу сортових ресурсів

| Культура | 1991 р. | | | 2019 р. | | | 2019 до 1991р., % |
|--|------------------|---------------|-----------|------------------|---------------|-----------|----------------------|
| | кількість сортів | укр. селекції | % | кількість сортів | укр. селекції | % | |
| Озимі | 80 | 53 | 66 | 863 | 534 | 62 | у 10,8 рази |
| у т.ч. пшениця | 40 | 32 | 80 | 468 | 338 | 72 | у 11,7 рази |
| Ярі | 189 | 121 | 64 | 1679 | 821 | 52 | у 8,9 рази |
| в т.ч. кукурудза, без батьківських компонентів | 54 | 38 | 70 | 1176 | 549 | 47 | у 21,8 рази |
| ячмінь | 21 | 13 | 62 | 154 | 89 | 58 | у 7,3 рази |
| Олійні та прядивні | 65 | 37 | 56 | 2044 | 648 | 32 | у 31,4 рази |
| в т.ч. соняшник, без батьківських компонентів | 17 | 7 | 41 | 769 | 203 | 26 | у 45,2 рази |
| Кормові | 214 | 165 | 77 | 459 | 332 | 72 | у 2,1 рази |
| Технічні | 33 | 24 | 73 | 247 | 54 | 24 | у 6,8 рази |
| Картопля | 37 | 22 | 59 | 165 | 67 | 41 | у 4,5 рази |
| Овочеві, баштанні, гриби | 265 | 100 | 38 | 2554 | 671 | 26 | у 9,6 рази |
| Плодово-ягідні | 370 | 199 | 54 | 512 | 433 | 85 | у 1,4 рази |
| Усього сортів | 1895 | 890 | 47 | 8871 | 3880 | 44 | у 4,7 рази |

Джерело: дані державної служби статистики України

За даними таблиці 2 ми бачимо, що відбулося значне зростання кількості сортів рослин, особливо кукурудзи, олійних та прядивних культур, у т.ч. соняшнику, озимої пшениці та інших озимих, овочевих і баштанних культур. Таке розширення видового складу сортових ресурсів є відповіддю на потребу підприємств аграрного сектору у посиленні інноваційної активності.

Аналіз структури витрат на виробництво продукції сільського господарства в підприємствах України показав, що до найбільш важливих змін тут слід віднести зниження витрат на корми (як результат скорочення частки підприємств галузі тваринництва) та зростання частки витрат на мінеральні добрива (що свідчить про значну увагу до інноваційних технологій у процесі виробництва). У той же час прослідковується зменшення у структурі витрат на паливне і мастильні матеріали на 1,2 в.п., що певною мірою свідчить про закупівлю підприємствами аграрного сектору високопродуктивної інноваційної техніки, що дозволяє економити паливно-мастильні матеріали. Важливою тенденцією є зростання інших витрат, що включає зокрема витрати на вдосконалення технології й організації виробництва (оплата праці зайнятих удосконаленням технологій, поліпшенням якості продукції; здійсненням технологічного контролю за виробничими процесами та якістю продукції). До інших витрат операційної діяльності включаються також витрати на дослідження та розробки.

Для активізації інноваційних процесів підприємств аграрного сектору потрібна взаємодія двох сил: державна підтримка впровадження агроінновацій (макрорівень) та запровадження маркетингового інструментарію, у тому числі стратегічних підходів до планування виробничо-збутової діяльності (мікрорівень). До маркетингового інструментарію у цій сфері можна віднести: моніторинг ринкових змін; дослідження кон'юнктури аграрного ринку, споживачів; оптимізація бюджетів, у т.ч. призупинення неефективних інноваційних проєктів; оптимізація виробничих процесів, скорочення витрат на виробництво й логістику; онлайнтренінги та вебінари для працівників; посилення корпоративної соціальної відповідальності; розробка й коригування маркетингової стратегії: ситуативний маркетинг; формування нової стратегії бренду; адаптація комунікаційної стратегії; зміна план інноваційної діяльності; перегляд політики ціноутворення; активніше використання діджитал-каналів комунікації; зростання SMM-активності; трансформація портфеля інноваційних продуктів; посилення e-com, фокус на trade-маркетинг: розвиток e-com сегмента; розширення лінійки продуктів в Інтернеті; стимулювання продажів за рахунок зниження ціни; промоактивність [10, с. 466].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Якісне зростання агробізнесу завжди пов'язане з комплексним застосуванням інноваційного інструментарію: новітньої техніки, ресурсозберігаючих технологій, оптимальної структури виробництва, кваліфікованих кадрів, маркетингових інновацій, управлінських методів і прийомів, організаційних інновацій тощо. До збільшення ефективності агробізнесу можуть призводити не лише заходи організаційного характеру, але і комплекс технічних, технологічних, кадрових, управлінських заходів, зокрема, вибір оптимального терміну реалізації продукції, використання енергозберігаючих технологій, задоволення вузьких потреб у агропродукції певної якості. Інноваційний процес повинен враховувати етапи життєвого циклу агротехнологій: від ідеї до її розробки та практичного впровадження у виробництво інноваційної агротехніки, а також її ринкове впровадження, включаючи збут і закупівлю продукції кінцевими споживачами. Використання окремих видів інновацій в аграрному секторі, зокрема, ГМО, може спричинити погіршення екологічного стану довкілля та посилити недовіру споживачів до якості продукції. Проведений аналіз інноваційної діяльності підприємств аграрного сектору України свідчить про збільшення обсягів капітальних інвестицій у 2 рази з 2015 по 2019, у т.ч. в нематеріальні активи – майже у 8 разів, включаючи інвестиції в інтелектуальну власність та маркетинг. Аналіз показав, що великі підприємства аграрного сектору мають більші можливості для впровадження організаційних та маркетингових інновацій. Проведений аналіз підтвердив також зростання кількості закупленої сільськогосподарської техніки на підприємствах аграрного сектору, особливо для обробки ґрунту та посівної; розширення видового складу сортових ресурсів у десятки разів, що свідчить про посилення інноваційної активності у рослинництві. Потребує подальшої уваги науковців пошук шляхів посилення інноваційної активності підприємств аграрного сектору та дослідження у напрямі інтегрування технологічних та маркетингових інновацій.

Література

1. Червен І.І. Топорова Т.С. Сутність та особливості інноваційних технологій в молочному скотарстві. Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. 2017. №5. С. 332-337.
2. Зоргач А. М. Формування результативної системи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю сільськогосподарських підприємств. Економіка АПК. 2015. № 8. С. 65–72.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України. Ефективна економіка. 2017. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626>
5. Шпикуляк О. Г., Грицаєнко М. І. Розвиток інноваційної діяльності в аграрній сфері: менеджмент та ефективність. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. 424 с.
6. Дудар Т.Г. Розвиток інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки України. Вісник Тернопільського національного економічного університету № 1, 2019. С. 60-69.
7. Савицький Е. Е. Розвиток інноваційних процесів у вітчизняних аграрних підприємствах. Економіка АПК. 2014. № 4. С. 77-82.

8. Нордстрем К., Риддерстрем Й. Бизнес в стиле фанк навсегда: Капитализм в удовольствие / пер. с англ. К. Вагнер, стокгольмская школа экономики. Москва: Манн Иванов и Фербер, 2008. 328 с.

9. Майовець Я. М. Генетично модифіковане аграрне підприємництво: за і проти. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/25sept2017/25sept2017.pdf>

10. Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-10_0-pages-460_468.pdf

References

1. Cherven I. I., Toporova T. S. Sutnist` ta osoblyvosti innovacijnyh tehnologij v molochnomu skotarstvi. Visnyk Mykolajivs`kogo nacional`nogo universytetu imeni V.O. Suxomlyns`kogo. 2017. #5. S. 332-337.

2. Zogach A. M. Formuvannya rezul`tatyvnoyi systemy` upravlinnya innovacijno-investycijnoyu diyal`nistyu sil`s`kogospodars`kyh pidpry`emstv. Ekonomika APK. 2015. # 8. S. 65-72.

3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Illiashenko S.M., Rud` M.P. ĩarketingovi innovacij v innovacijnyj diyal`nosti pidpry`emstv Ukrainy. Āfektyvna ekonomika. 2017. '6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626>

5. Shpykulyak O., Gritsaenko M. Rozvytok innovacijnoji diyal`nosti v agrarnij sferi: menedzhment ta efektyvnist`. Kherson: OLDI-PLUS, 2016. 424 s.

6. Dudar Ā.G. Rozvytok innovacijnoji diyal`nosti v agrarnomu sektori ekonomiky Ukrainy. Visnyk TNEU. 2019. #1. Ā. 60-69.

7. Savycz`kyj E.E. Rozvytok innovacijnyh procesiv u vitchyznyanyh agrarnykh pidpry`emstvah. Ekonomika APK. 2014. # 4. S. 77-82.

8. Nordstrom K., Ry`dderstram J. Biznes v style fank navsegda: Kapu`talizm v udovol`stvy`e / per. s angl. K. Vagner, stokol`mskaya shkola ekonomiky. Moskva: Mann Y`vanov y` Ferber, 2008. 328 s.

9. Majovecz` Ya.M. Genetychno modyfikovane agrarne pidpry`emnyctvo: za i proty. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/25sept2017/25sept2017.pdf>

10. Il`chenko T.V. Rol` marketyngovykh instrumentiv v innovacijnomu rozvytku agrarnykh pidpry`emstv. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-10_0-pages-460_468.pdf

Надійшла / Paper received : 12.09.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021