

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

©2023 МІНЬКОВСЬКА А. В., МОЛЧАНОВ А. С.

УДК 311.21:004
JEL: M11; O29; Q18

Міньковська А. В., Молчанов А. С. Теоретичні аспекти інноваційного менеджменту в підвищенні ефективності діяльності аграрного підприємства

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інноваційного менеджменту з метою підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства. У статті наголошено, що інноваційний розвиток є необхідним для ефективної діяльності підприємства, оскільки він сприяє забезпеченню конкурентоспроможності, підвищенню ефективності, розширенню ринкових можливостей, а також адаптації до змін у суспільному та економічному середовищі. Зазначено, що актуальність інноваційного менеджменту полягає в його здатності забезпечувати підприємствам конкурентоспроможність, адаптацію до змін, розвиток талантів, використання нових технологій та досягнення стійкого розвитку. Запропоновано визначення поняття «інноваційний менеджмент аграрного підприємства» – це підхід до управління, спрямований на створення та впровадження інноваційних рішень, процесів і стратегій в аграрному підприємстві з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в сільському господарстві. Визначено, що інноваційний менеджмент в аграрному секторі може сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємства за допомогою таких основних складових: розробка та впровадження нових технологій; інноваційні підходи до виробництва; застосування нових методів виробництва; інновації в продуктовому портфелі; розробка нових продуктів або вдосконалення існуючих; управління інноваційними проектами; сприяння інноваційній культурі. Впровадження інноваційного менеджменту дозволяє підприємству зберегти конкурентоспроможність, відповідати вимогам ринку та ефективно використовувати ресурси, що в результаті сприяє підвищенню його ефективності.

Ключові слова: аграрне підприємство, ефективність, інноваційний менеджмент.

Бібл.: 9.

Міньковська Альона Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування і управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет (вул. Академіка Сергія Єфремова, 25, Дніпро, 49027, Україна)

E-mail: natan23@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9414-4210>

Молчанов Антон Сергійович – студент, кафедра обліку, оподаткування і управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет (вул. Академіка Сергія Єфремова, 25, Дніпро, 49027, Україна)

E-mail: Molchanov_anton@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3402-071X>

UDC 311.21:004
JEL: M11; O29; Q18

Minkovska Alyona V. A. B., Molchanov A. S. The Theoretical Aspects of Innovative Management in Increasing the Efficiency of Agricultural Enterprise

The aim of the article is to study the theoretical aspects of innovation management in order to improve the efficiency of an agricultural enterprise. The article emphasizes that innovative development is necessary for the efficient operation of enterprise, as it contributes to ensuring competitiveness, increasing efficiency, expanding market opportunities, as well as adapting to changes in the social and economic environment. It is noted that the relevance of innovation management lies in its ability to provide enterprises with competitiveness, adaptation to changes, development of talents, use of new technologies and achievement of sustainable development. A definition of the concept of «innovation management of an agrarian enterprise» has been proposed, which is an approach to management aimed at creating and implementing innovative solutions, processes and strategies in an agricultural enterprise in order to increase the efficiency and competitiveness of an enterprise in agriculture. It is determined that innovation management in the agricultural sector can contribute to improving the efficiency of enterprise with the help of the following main components: development and implementation of new technologies; innovative approaches to production; application of new production methods; innovations in the product portfolio; development of new products or improvement of the existing ones; management of innovative projects; fostering a culture of innovation. The introduction of innovation management allows the enterprise to maintain competitiveness, meet market requirements and efficiently use resources, which as a result contributes to increasing its efficiency.

Keywords: agricultural enterprise, efficiency, innovative management.

Bibl.: 9.

Minkovska Alyona V. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Taxation and Financial and Economic Security Management, Dnipro State Agrarian and Economic University (25 Academician Serhiy Yefremov Str., Dnipro, 49027, Ukraine)

E-mail: natan23@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9414-4210>

Molchanov Anton S. – Student, Department of Accounting, Taxation and Financial and Economic Security Management, Dnipro State Agrarian and Economic University (25 Academician Serhiy Yefremov Str., Dnipro, 49027, Ukraine)

E-mail: Molchanov_anton@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3402-071X>

Актуальність інноваційного менеджменту полягає в тому, що сучасні умови глобалізації, швидкого технологічного розвитку та змін на ринку вимагають від підприємств постійного вдосконалення й адаптації до нових вимог і викликів. Ось кілька причин, чому інноваційний менеджмент залишається актуальним: конкурентоспроможність, ринкові зміни, технологічний розвиток, залучення талановитих співробітників, сталий розвиток. Інноваційний менеджмент є важливим інструментом для підвищення ефективності діяльності підприємства. Він орієнтований на створення та впровадження нових ідей, технологій, продуктів і процесів, які сприяють поліпшенню якості, збільшенню продуктивності та конкурентоспроможності підприємства.

Питанням інноваційного менеджменту щодо підвищення ефективності діяльності підприємства присвячено наукові праці таких вітчизняних вчених: Дудар Т. Г., Дячков Д. В., Йохна М. А., Касич А. О., Кубай О. Г., Мазур К. В., Мельниченко В. В., Простак О. С., Стадник В. В., Тенянка А. О., Шевченко В. М., Шпикуляк О. Г., Янковська О. І. та інших. Однак існує потреба в більш детальному дослідженні питань щодо теоретичних аспектів ролі інноваційного менеджменту в підвищенні ефективності діяльності аграрного підприємства.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інноваційного менеджменту з метою підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства.

Інновації – це впровадження нових ідей, концепцій, продуктів, процесів або методів, які приносять новизну, вдосконалення, поліпшення або значну цінність. Інновації відіграють важливу роль у суспільному, економічному та технологічному розвитку, стимулюючи прогрес і забезпечуючи конкурентоспроможність. Інновації можуть відбуватися в різних сферах життя, включно з бізнесом, технологіями, наукою, медициною, соціальними послугами тощо. Вони можуть охоплювати новаторські продукти, процеси, моделі бізнесу або способи вирішення проблем.

Інновації часто визначають як ключовий фактор успіху для компаній і суспільства загалом, оскільки вони сприяють поліпшенню ефективності, конкурентоспроможності та якості життя. Важливо відзначити, що інновації не обов'язково пов'язані з великими відкриттями або революційними змінами; вони також можуть бути поступовими покращеннями і тонкими змінами, які приносять користь.

Також інновації можуть бути реакцією на потреби ринку, технологічні можливості або суспільні виклики. Вони можуть відбуватися як у малих стартапах, так і великих корпораціях, а також у громадському секторі та наукових установах.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» інновації – «новостворені або поліпшені конкурентоспроможні технології, продукти або послуги, а також організаційні та технічні рішення, ад-

міністративного, комерційного або іншого характеру, покращують структуру і якість виробництва і/або соціальної сфери» [3].

На думку Янковської О. І., «інновації – створені або вдосконалені конкурентоспроможні технології (продукти або послуги), які використовуються в компанії в цей період» [9]. Стадник В. В., Йохна М. А. зазначають, що «це зміни в технології, технології або організації, які приведуть до вирішення деяких соціальних проблем у майбутньому» [6]. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. [1] відмічають, що інновації – це процес упровадження нових ідей, концепцій, продуктів, послуг, технологій або методів, що приносять значну цінність і прогрес у певній сфері. Вони можуть бути пов'язані з розробкою нових продуктів, вдосконаленням процесів виробництва, впровадженням нових методів управління, зміною підходів до маркетингу чи організації бізнесу.

Інновації можуть бути технологічними, якщо вони пов'язані зі створенням або вдосконаленням технологій і продуктів, або нетехнологічними, якщо вони стосуються змін в організаційних аспектах, маркетингу, стратегії, процесів управління, культури компанії та інших сферах.

Інновації можуть бути революційними, якщо вони змінюють основні парадигми і створюють зовсім нові ринки або галузі, або інкрементальними, якщо вони спричиняють поступові поліпшення для компанії [4].

Інновації є важливим фактором економічного розвитку, конкурентоспроможності підприємств і країн загалом. Вони стимулюють зростання, сприяють підвищенню продуктивності, розширенню ринків, поліпшенню якості життя та розв'язанню суспільних проблем.

Інновації можуть бути реалізовані як великими корпораціями, так і малими стартапами або індивідуальними підприємцями. Вони вимагають творчості, досліджень, ризику, фінансування, співпраці та відкритості до нових ідей і можуть мати великий вплив на розвиток галузей, економіки та суспільства в цілому.

Інновації мають безліч корисних застосувань та цілей. Ось декілька з них:

- ✦ *Поліпшення якості життя:* інновації можуть допомогти створити нові продукти, послуги або технології, які поліпшують якість життя людей. Наприклад, розробка нових медичних методів, засобів транспорту або виробів для побутового використання.
- ✦ *Збільшення продуктивності:* інновації: інновації можуть поліпшити ефективність процесів виробництва та робочих потоків. Це допомагає компаніям скорочувати витрати, збільшувати виробництво та підвищувати прибутковість.
- ✦ *Розвиток нових ринків:* інновації можуть відкривати нові ринки та створювати можли-

вості підприємствам для розширення свого бізнесу. наприклад розробка нових продуктів або послуг для галузей, що розвиваються.

- ✦ *Забезпечення конкурентних переваг:* компанії, які інвестують в інновації, можуть отримувати перевагу перед конкурентами, створюючи унікальні продукти або послуги, які привертають більше клієнтів.
- ✦ *Реакція на глобальні виклики:* інновації можуть бути використані для розв'язання важливих світових проблем, таких як зміна клімату, енергоефективність, медичні дослідження та багато інших.
- ✦ *Зростання бізнесу:* інновації можуть допомогти компаніям розширювати свої можливості та диверсифікувати свій бізнес, що дозволить збільшити прибутковість і стійкість.

Отже, інновації можуть бути корисними для різних галузей та цілей, і вони відіграють важливу роль у розвитку суспільства та економіки.

Також відмітимо, що основними характеристиками інновацій виступають:

- ✦ *новизна* – інновація вносить щось нове, що відрізняється від існуючого стану речей;
- ✦ *впровадження* – інновація повинна бути впроваджена або реалізована на практиці. Просто ідея без реалізації не є інновацією;
- ✦ *корисність* – інновація повинна приносити користь, яка може бути виміряна в поліпшенні якості життя, збільшенні продуктивності, зниженні витрат, розв'язанні проблеми або інших позитивних наслідках;
- ✦ *ризик* – інновації часто пов'язані з ризиком, оскільки нові ідеї та технології можуть не завжди бути успішними.

Також зазначимо, що інновації можуть бути різних видів [5]:

1. *Продуктові інновації:* створення нових або поліпшених товарів і послуг. Це може включати розробку нових технологій, матеріалів, дизайну або функцій, які забезпечують перевагу над конкурентами.
2. *Процесні інновації:* вдосконалення виробничих процесів, методів організації та управління, що приводять до поліпшення продуктивності, ефективності й економії ресурсів. Це може включати впровадження нових технологій, автоматизацію, оптимізацію робочих процесів тощо.
3. *Маркетингові інновації:* розробка нових стратегій маркетингу, реклами, збуту та комунікації з клієнтами. Це може бути впровадження нових каналів збуту, позиціонування на ринку, способів просування товарів і послуг.
4. *Організаційні інновації:* зміни в структурі, культурі, управлінні та організаційних про-

цесах компанії, що сприяють створенню гнучкого та інноваційного середовища. Це може включати впровадження нових методів управління, організаційних структур, зміну корпоративної культури тощо.

5. *Соціальні інновації:* зміни в соціальній сфері, направлені на вирішення соціальних проблем, поліпшення якості життя та задоволення потреб суспільства. Це може означати нові підходи до організації освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, екології, культури тощо.

Інновації є ключовим фактором розвитку підприємств, галузей і національних економік загалом. Вони сприяють створенню нових можливостей, підвищенню ефективності, розширенню ринків, залученню інвестицій і створенню конкурентних переваг.

На думку Мазур К. В., Кубай О. Г. [5], інноваційний розвиток є ключовою основою ефективної діяльності підприємства. У сучасному конкурентному середовищі інновації стають необхідним елементом для забезпечення конкурентоспроможності, зростання ринкової позиції та стійкого розвитку.

Таким чином, інноваційний розвиток є необхідним для ефективної діяльності підприємства, оскільки він сприяє забезпеченню конкурентоспроможності, підвищенню ефективності, розширенню ринкових можливостей, а також адаптації до змін у суспільно-та економічному середовищі.

Інноваційний менеджмент – це підхід до управління, спрямований на створення та впровадження інноваційних рішень, процесів і стратегій в організації з метою досягнення конкурентних переваг і забезпечення сталого розвитку

Актуальність інноваційного менеджменту полягає в тому, що сучасні умови глобалізації, швидкого технологічного розвитку та змін на ринку вимагають від підприємств постійного вдосконалення й адаптації до нових вимог і викликів [2]. Ось кілька причин, чому інноваційний менеджмент залишається актуальним:

1. *Конкурентоспроможність.* Інновації дозволяють підприємствам виходити вперед і займати конкурентну перевагу на ринку. Шляхом впровадження нових ідей, технологій і продуктів, підприємства можуть привернути увагу клієнтів, поліпшити якість своїх товарів і послуг, а також ефективно використовувати ресурси.
2. *Ринкові зміни.* Ринкова ситуація постійно змінюється, і підприємства мають бути готовими до них. Інновації дозволяють пристосовуватися до нових вимог споживачів, технологічних зрушень, правових і регуляторних змін та інших факторів, що впливають на бізнес.
3. *Технологічний розвиток.* Технологічний прогрес швидко змінює бізнес-середовище і відкриває нові можливості для підприємств. Інноваційний менеджмент допомагає впро-

ваджувати нові технології, адаптуватися до цифрової економіки, автоматизувати процеси та забезпечувати ефективне використання інформаційних ресурсів.

4. *Залучення талановитих співробітників.* Інноваційні підприємства привертають талановитих фахівців, які бажають працювати в стимулюючому середовищі, де їх ідеї та творчий потенціал цінуються. Інноваційний менеджмент допомагає підприємствам залучати, розвивати й утримувати талановитих співробітників.
5. *Сталий розвиток.* Інноваційний менеджмент сприяє створенню стійкої моделі розвитку підприємства, яка базується на постійному вдосконаленні й адаптації. Це дозволяє підприємствам відповідати на виклики з точки зору економічної ефективності, соціальної відповідальності та екологічної сталості.

У контексті інноваційного менеджменту виокремлюються об'єкти та суб'єкти. Об'єкти інноваційного менеджменту включають:

- ✦ *Продукти і послуги.* Інноваційний менеджмент спрямований на розробку нових продуктів або вдосконалення існуючих. Об'єктом інноваційного менеджменту можуть бути як фізичні товари, так і нематеріальні послуги, що пропонуються на ринку.
 - ✦ *Технології.* Інноваційний менеджмент охоплює розробку та впровадження нових технологій, які можуть включати технологічні процеси, матеріали, обладнання та програмне забезпечення. Технологічні інновації можуть стати основою для поліпшення продуктивності та ефективності підприємства.
 - ✦ *Процеси та управління.* Інноваційний менеджмент може охоплювати впровадження нових процесів управління, організаційні зміни та вдосконалення бізнес-процесів. Це може включати перегляд стратегій, впровадження нових методів планування, координації та контролю.
- Суб'єкти інноваційного менеджменту [7]:
- ✦ *Менеджмент підприємства.* Управлінський персонал підприємства відіграє важливу роль у реалізації інноваційного менеджменту. Він відповідає за визначення стратегій інноваційного розвитку, управління проектами, виділення ресурсів та створення інноваційної культури в організації.
 - ✦ *Дослідницькі інститути та університети.* Дослідницькі установи та університети виступають суб'єктами інноваційного менеджменту, які займаються розробкою нових технологій, проведенням наукових досліджень та наданням експертної підтримки підприємствам.

- ✦ *Інноваційні стартапи.* Молоді компанії та стартапи, що спеціалізуються на розробці та впровадженні нових інновацій, виступають суб'єктами інноваційного менеджменту. Вони можуть працювати над новими продуктами, послугами або технологіями, що потенційно можуть змінити ринок.
- ✦ *Галузеві асоціації та організації.* Вони об'єднують підприємства з певної галузі, можуть виступати як суб'єкти інноваційного менеджменту, сприяючи обміну знаннями, співпраці та впровадженню нових інноваційних рішень.

Таким чином, актуальність інноваційного менеджменту полягає в його здатності забезпечувати підприємствам конкурентоспроможність, адаптацію до змін, розвиток талантів, використання нових технологій і досягнення стійкого розвитку. Інноваційний менеджмент аграрного підприємства – це підхід до управління, спрямований на створення та впровадження інноваційних рішень, процесів і стратегій в аграрному підприємстві з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в сільському господарстві.

Інноваційний менеджмент є важливим інструментом для підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства. Він орієнтований на створення та впровадження нових ідей, технологій, продуктів і процесів, які сприяють покращенню якості, збільшенню продуктивності та конкурентоспроможності підприємства. Основні аспекти інноваційного менеджменту, які можуть сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємства, включають [8]:

- ✦ стимулювання інноваційної культури;
- ✦ дослідження та розробка;
- ✦ управління інноваційними процесами;
- ✦ залучення персоналу;
- ✦ взаємодія зі стейкхолдерами.

Упровадження інноваційного менеджменту допомагає підприємствам відповідати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, підвищувати конкурентоспроможність і досягати сталого розвитку.

Інноваційний менеджмент в аграрному секторі може сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємства за допомогою таких основних аспектів:

1. *Розробка та впровадження нових технологій* [2]. Використання новітніх технологій у виробничих процесах аграрного підприємства може поліпшити продуктивність, якість продукції та знизити витрати. Це може включати впровадження автоматизованих систем управління, використання сучасних сільськогосподарських машин та обладнання, а також застосування інформаційних технологій для моніторингу й аналізу виробничих процесів.
2. *Інноваційні підходи до виробництва.* Застосування нових методів виробництва, таких як

принципи «зеленого» виробництва, екологічно чистого сільського господарства або використання ефективних методів удобрення й обробки ґрунту, може поліпшити якість продукції, зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та забезпечити сталість виробництва.

3. *Інновації в продуктовому портфелі* [4]. Розробка нових продуктів або вдосконалення існуючих може допомогти аграрному підприємству зайняти більш вигідні позиції на ринку. Це може включати створення продуктів з високою доданою вартістю, розробку органічної продукції або використання нових технологій переробки сільськогосподарської сировини.
4. *Управління інноваційними проектами*. Ефективне управління інноваційними проектами дозволяє забезпечити успішну реалізацію інноваційних ідей та продуктів. Це включає в себе планування, координацію ресурсів, контроль та оцінку результатів інноваційних проектів.
5. *Сприяння інноваційній культурі*. Створення сприятливого середовища, де співпрацівники підприємства заохочуються до новаторського мислення, творчості та впровадження нових ідей, є важливим аспектом інноваційного менеджменту. Комунікація, навчання, мотивація та залучення співробітників до інноваційних процесів можуть підвищити інноваційну активність підприємства.

Впровадження інноваційного менеджменту дозволяє підприємству зберегти конкурентоспроможність, відповідати вимогам ринку та ефективно використовувати ресурси, що в результаті сприяє підвищенню його ефективності.

ВИСНОВКИ

Інноваційний розвиток є необхідним для ефективної діяльності підприємства, оскільки він сприяє забезпеченню конкурентоспроможності, підвищенню ефективності, розширенню ринкових можливостей, а також адаптації до змін у суспільному та економічному середовищі. Інноваційний менеджмент аграрного підприємства – це підхід до управління, спрямований на створення та впровадження інноваційних рішень, процесів і стратегій в аграрному підприємстві з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в сільському господарстві.

Інноваційний менеджмент в аграрному секторі може сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємства за допомогою таких основних чинників:

- ✦ розробка та впровадження нових технологій;
- ✦ інноваційні підходи до виробництва;
- ✦ застосування нових методів виробництва;
- ✦ інновації в продуктовому портфелі;
- ✦ розробка нових продуктів або вдосконалення існуючих;

- ✦ управління інноваційними проектами;
- ✦ сприяння інноваційній культурі.

Впровадження інноваційного менеджменту дозволяє підприємству зберегти конкурентоспроможність, відповідати вимогам ринку та ефективно використовувати ресурси, що в результаті сприяє підвищенню його ефективності. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2018. 250 с.
2. Дячков Д. В., Простак О. С., Теняно А. О. Напрями підвищення ефективності управління інноваціями у сільськогосподарських підприємствах. *Економічний форум*. 2019. № 4. С. 122–129.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
4. Касич А. О., Нالیсна М. В. Роль інновацій у розвитку сільського господарства: зарубіжний досвід. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11–12. С. 27–31. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9413/3/Касич-Налисна.pdf>
5. Мазур К. В., Кубай О. Г. Менеджмент аграрного підприємства : навч. посіб. Вінниця : ТВОРИ, 2020. 284 с.
6. Стадник В. В., Йохна М. А. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2006. 464 с.
7. Шевченко В. М. Теоретичні аспекти формування економічного механізму інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 3. С. 321–330. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/2353/1/Shevchenko.pdf>
8. Шпикуляк О. Г., Мазур Г. Ф. Інноваційна діяльність у механізмі стимулювання агропромислового виробництва. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2014. № 4. С. 73–77.
9. Янковська О. І. Особливості інновацій в сільському господарстві // Матеріали Всеукр. заочн. наук.-практ. конф. «Економіка XXI століття : виклики та проблеми» (м. Ужгород, листопад 2009 р.). Ужгород : ЗакДУ, 2010. С. 304–308.

REFERENCES

- Diachkov, D. V., Prostack, O. S., and Tenianko, A. O. "Napriamy pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia innovatsiinyu u silskohospodarskykh pidpriemstvakh" [Directions of Increasing the Efficiency of Innovation Management at Agricultural Enterprises]. *Ekonomichnyi forum*, no. 4 (2019): 122-129.
- Dudar, T. H., and Melnychenko, V. V. *Innovatsiinyi menedzhment* [Innovation Management]. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2018.
- Kasych, A. O., and Nalisna, M. V. "Rol innovatsii u rozvytku silskoho hospodarstva: zarubizhnyi dosvid" [The Role of Innovations in Agricultural Development: Foreign Experience]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 11-12 (2017): 27-31. <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9413/3/КасичНалисна.pdf>

[Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
Mazur, K. V., and Kubai, O. H. *Menedzhment ahrarnoho pidpriemstva* [Management of an Agricultural Enterprise]. Vinnytsia: TVORY, 2020.
Shevchenko, V. M. "Teoretychni aspekty formuvannya ekonomichnoho mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku silskohospodarskykh pidpriemstv" [Theoretical Aspects of Formation of Economic Mechanism for Innovative Development of Agricultural Enterprises]. *Visnyk KhNAU. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 3 (2017): 321-330. <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/2353/1/Shevchenko.pdf>

Shpykuliak, O. H., and Mazur, H. F. "Innovatsiina diialnist u mekhanizmi stymuliuвання ahropromyslovoho vyrobnytstva" [Innovative Activity in the Mechanism of Stimulation of Agro-industrial Production]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu*, no. 4 (2014): 73-77.
Stadnyk, V. V., and Yokhna, M. A. *Innovatsiinyi menedzhment* [Innovation Management]. Kyiv: Akademvydav, 2006.
Yankovska, O. I. "Osoblyvosti innovatsii v silskomu hospodarstvi" [Features of Innovations in Agriculture]. *Ekonomika XXI stolittia: vyklyky ta problemy*. Uzhhorod: ZakDU, 2010. 304-308.

УДК 658.8

JEL: M21, M31

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-8-300-308>

МАРКЕТИНГ МОЖЛИВОСТЕЙ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

©2023 ЖЕГУС О. В.

УДК 658.8

JEL: M21, M31

Жегус О. В. Маркетинг можливостей як сучасна концепція розвитку суб'єктів господарювання в умовах глобальних викликів

Динамічні та глобальні зміни зумовили еволюцію маркетингу як сучасної теорії поведінки фірми на ринку та філософії бізнесу. З урахуванням нових викликів запропоновано та охарактеризовано концепцію маркетингу можливостей, яка базується на новому підході до бізнес-мислення. У результаті змін, що відбуваються, формується абсолютна нова реальність, тому невизначеність ще більш зростає, з'являються страхи та ступор, уповільнюється реакція бізнесу через відсутність досвіду та не розуміння того, як потрібно діяти далі. Ураховуючи неспроможність традиційних управлінських практик вирішувати завдання бізнесу за нових обставин, сформовано нову модель бізнес-мислення, яка передбачає швидкість реакції на події та усвідомлення змін; оптимізм і сміливий погляд у майбутнє; натхнення та пошук нових можливостей; готовність та ініціація змін, проактивність дій. Така модель здатна забезпечити можливості для регенерації та подальшого розвитку бізнесу, зміцнити його стійкість за будь-яких труднощів та подальших змін. У контексті маркетингу можливостей обґрунтовано трансформацію головного принципу маркетингу «клієнторієнтованість» у «клієнтоцентричність», а далі – у персоналізованість та індивідуальний підхід. Маркетинг розглядається як діяльність зі створення споживчої цінності для формування нового клієнтського досвіду щодо кращого задоволення індивідуальних потреб, запитів, інтересів, очікувань споживачів, вирішення їх життєвих проблем. Пріоритетом визначено перехід від стандартних, очікуваних з боку ринку рішень, до проривних, які в найближчому майбутньому здатні забезпечити конкурентні переваги, що виходять за межі наявних шаблонів та стереотипних уявлень, відрізняються відчутною та явною новизною. Концепція маркетингу можливостей спрямована на створення нового або суттєво оновленого, головне – унікального продукту, сервісу, бренду відповідно до нових запитів споживачів, викликів та досягнень, який здатний забезпечити лідерство та перспективи розвитку бізнесу зараз та в найближчому майбутньому.

Ключові слова: маркетинг, бізнес-мислення, маркетинг можливостей, зміни, нова реальність, споживач, перспективи.

Рис.: 3. **Бібл.:** 20.

Жегус Олена Валентинівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет (вул. Алчевських, 44, Харків, 61002, Україна)

E-mail: elena.gegus@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3318-4646>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/N-2674-2018>

UDC 658.8

JEL: M21, M31

Zhehus O. V. Marketing of Opportunities as a Modern Concept for Business Development under the Conditions of Global Challenges

The dynamic and global changes have led to the evolution of marketing as a modern theory of the firm's behavior at the market along with the business philosophy. Taking into account the new challenges, the conception of marketing of opportunities, based on a new approach to business thinking, has been proposed and characterized. As a result of the changes that are taking place, a completely new reality is being formed, so the uncertainty is growing even more, fears and stupor are emerging, and the reaction of business is slowing down due to lack of experience and the misapprehension of how to proceed. Taking into account the inability of traditional management practices to solve business problems in new circumstances, a new model of business thinking has been formed, which provides for the speed of reaction to events and awareness of changes; optimism and a bold look into the future; inspiration and search for new opportunities; readiness and initiation of changes, proactivity of actions. Such a model is able to provide opportunities for regeneration and further development of the business, strengthen its resilience in any difficulties and further changes. In the context of marketing of opportunities, the transformation of the main principle of marketing «customer orientation» into «customer-centricity», and then into personification and individual approach is substantiated. Marketing is considered as an activity