

НУБІП України

НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

12.01 – МКР. 69 “С” 2023.01.12. 20 НЗ

**Чорноморець Олександра Олександровича**

**2023 р.**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

# НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК 631.164.23:632:339.9

**ПОГОДЖЕНО**

**Декан факультету  
аграрного менеджменту**

**Анатолій ОСТАПЧУК**

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**

**В.о. завідувача кафедри  
адміністративного менеджменту та ЗЕД**

**Олена КОВТУН**

(підпис)

(підпис)

«    »

2023 р.

«    »

2023 р.

# НУБІП України

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему «Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин в Україні та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства»

Спеціальність

073 «Менеджмент»

Освітня програма

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

# НУБІП України

**Гарант освітньої програми**

**К.Е.Н., доцент**

(науковий ступінь та вчене звання)

(підпис)

**Лариса ДІБРОВА**

(ПІБ)

**Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи**

**К.Е.Н., доцент**

(науковий ступінь та вчене звання)

(підпис)

(ПІБ)

**Олена КОВТУН**

# НУБІП України

**Виконав**

(підпис)

**Олександр ЧОРНОМОРЕЦЬ**

(ПІБ студента)

# НУБІП України

**КИЇВ – 2023**

# НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри  
адміністративного менеджменту та ЗЕД

Віталій ЛУЦЯК

(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові) (підпис) (підпис)

«    »      2023 року

ЗАВДАННЯ

ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Чорноморець Олександр Олександровичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність

073 «Менеджмент»

(код і назва)

Освітня програма

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

(назва)

Орієнтація освітньої програми

освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин в Україні та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства»

затверджена наказом ректора НУБіП України від «12» січня 2023 р. №69 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру 2023.11.10

(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі і нормативно-правові акти України, інформаційні ресурси мережі Інтернет за темою дослідження, наукова література з маркетингу та інвестиційного-маркетингу, статистична звітність та інші матеріали ТОВ «Сингента» результати власних досліджень, спостережень та ін.

Перелік питань, що підлягають дослідженню.

1. Оцінити діючу стратегію виведення інноваційного товару на ринок.
2. Дослідити особливості та аспекти виведення нового товару на ринок.
3. Розробити рекомендації щодо інноваційної стратегії для ЗЗР ТОВ «Сингента»

Перелік графічного матеріалу (за потреби) \_\_\_\_\_

Дата видачі завдання «12» січня 2023 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

Олена КОВТУН

(прізвище та ініціали)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

Олександр ЧОРНОМОРЕЦЬ

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

## РЕФЕРАТ

**Структура кваліфікаційної магістерської роботи.** Кваліфікаційна магістерська робота на тему «Розвиток інноваційних продуктів захисту

рослин в Україні та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства» викладена на 75 сторінках друкованого тексту, включає 7 таблиць та інтегрованих рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Для написання магістерської роботи використано 30 літературних джерел.

**Основний зміст кваліфікаційної магістерської роботи.** В першому розділі кваліфікаційної магістерської роботи «Теоретичні засади управління діяльністю з розробки та впровадження нововведень на підприємстві» розглянуто економічний зміст та узагальнено основні методичні підходи до системи формування та розвитку інновацій у сільському господарстві загалом та захисті рослин зокрема та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

У другому розділі «Тенденції та напрямки розвитку інноваційних продуктів захисту рослин» проаналізовано роль дослідницьких установ та підприємств у створенні та впровадженні інновацій, визначено переваги та виклики створення інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору та систематизовано систему критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок.

У третьому розділі «Стратегії розвитку інноваційних продуктів захисту рослин для підприємства» проаналізовано стан досліджуваного підприємства ТОВ «Сингента» та дано оцінку стану його фінансової діяльності, обґрунтовані маркетингові стратегії для просування інноваційних продуктів на зовнішніх ринках.

**Мета і завдання кваліфікаційної магістерської роботи.**

**Метою** дослідження є узагальнення теоретичних підходів та розробка прикладних рекомендацій щодо інтенсифікації інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності

та обґрунтування науково-практичних рекомендацій щодо особливостей розробки стратегій виведення нового товару на ринок та забезпечення сталого розвитку інновацій в компанії.

Відповідно до поставленої мети в роботі передбачено вирішення наступних

**завдань:**

- визначити суть поняття інноваційних продуктів захисту рослин;
- дослідити стан розвитку інновацій у сільському господарстві та захисті рослин та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства;

- визначити роль дослідницьких установ та підприємств у створенні та впровадженні інновацій;

- визначити переваги та виклики створення інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору;

- проаналізувати кон'юнктуру світового ринку зерна та визначити місце України на ньому;

- визначити систему критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок;

- проаналізувати стан фінансової діяльності досліджуваного підприємства ТОВ «Сінгента»;

- обґрунтувати маркетингові стратегії для просування інноваційних продуктів на зовнішніх ринках.

**Об'єктом дослідження** є процес забезпечення інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства в умовах економічної конкуренції.

**Предметом дослідження** є теоретичні та науково-практичні основи забезпечення інноваційного розвитку підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою проведення в кваліфікаційній магістерській роботі досліджень стали основні положення теорії

розвитку інноваційних продуктів та особливостей їх виведення на ринок. Із спеціальних методів дослідження в роботі використані: абстрактно-логічний, монографічний, розрахунково-конструктивний, економіко-статистичний, а також табличний і графічний методи відображення інформації.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості ефективного використання методичних підходів, аналізу та комплексної оцінки експортного потенціалу при плануванні та обґрунтуванні підприємствами зернової галузі експортно-імпортних операцій, розробки заходів щодо диверсифікації транспортних логістичних маршрутів експорту зерна в умовах обмеження логістичних можливостей.

**Апробація результатів кваліфікаційної магістерської роботи.** Основні положення та результати, викладені в кваліфікаційній магістерській роботі були оприлюднені на IV Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості»: 26 жовтня 2023 р. - К: НУБІП України, 2023 р.

**Публікації.** Основні положення та результати дослідження були відображені у матеріалах конференції:

1. Чорноморець О.О., Ковтун О.А. Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин в Україні та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості»: 26 жовтня 2023 р. - К: НУБІП України, 2023 р.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ІННОВАЦІЇ, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, СИНГЕНТА, СТАЛІЙ РОЗВИТОК, ЗАСОБИ ЗАХИСТУ РОСЛИН.

НУБІП України

# НУБІП України

ВСТУП

ЗМІСТ

8

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ З РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОВВЕДЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

11

- 1.1. Поняття інноваційних продуктів захисту рослин 11
- 1.2. Розвиток інновацій в сільському господарстві та захисті рослин та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства 13
- 1.3. Методологія досліджень 17

## НУБІП України

### РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН

19

- 2.1. Роль дослідницьких установ та підприємств у створенні та впровадженні інновацій 19
- 2.2. Переваги та виклики створення інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору 26
- 2.3. Система критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок 28

## НУБІП України

### РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

34

- 3.1. Аналіз досліджуваного підприємства та оцінка стану фінансової діяльності 34
- 3.2. Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів продажів та експорту 51
- 3.3. Маркетингові стратегії для просування інноваційних продуктів на зовнішніх ринках 63

## НУБІП України

ВИСНОВКИ

65

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

68

ДОДАТКИ

72

## НУБІП України

## ВСТУП

Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин є важливим процесом, спрямованим на забезпечення ефективного захисту рослин від шкідників, хвороб і бур'янів. Новітні ЗЗР включають в себе нові формулювання хімічних препаратів, біологічні засоби контролю, генетично модифіковані організми та інші технології.

Основними напрямками останнього десятиріччя є дослідження і розробки в галузі агрохімії, біотехнології, генетики та інших наукових областей. Компанії-виробники, що займаються розробкою ЗЗР, співпрацюють з науковими установами, фермерами та іншими зацікавленими сторонами для впровадження у виробничі процеси та виходу нових технологій і продуктів на ринок. Також, основні гравці на агрохімічному ринку України відкривають власні науково-дослідницькі центри, які допомагають в короткостроковій перспективі збільшити обсяги інноваційних продуктів, які, в тому числі, можуть бути цікаві для світового ринку.

**Актуальність теми.** Новація, використання нових технологій в сучасних умовах господарювання є основою ефективної фінансово-економічної діяльності підприємств усіх сфер економіки.

Впровадження інновацій в агросектор економіки підвищує рівень продовольчої безпеки держави. Окрім того, розробка нових сортів рослин, порід тварин, підходів до оптимального використання ресурсного потенціалу, оновлення техніки та технологій і т.д. є запорукою конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників, що є актуальним питанням для України на даному етапі [9, с. 101].

Отже, активізація інноваційного розвитку вітчизняного сільськогосподарства є одним з пріоритетних напрямів стратегічного розвитку та економічного зростання держави.

Впродовж останнього десятиріччя в Україні та світі відбувся перехід від статичних і динамічних конкурентних переваг до інноваційних, досягнення яких, насамперед, пов'язане з переходом країн на інноваційний шлях з метою

досягнення якісно нового рівня соціально-економічного розвитку. Динамічність середовища функціонування сучасних суб'єктів господарювання, загострення конкуренції на ринку та наслідки світових фінансових викликів змушують останніх вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інновацій в систему досліджень та управління ними в розрізі зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Ці дії здійснюються з метою використання ключових компетенцій, а також отримання конкурентної переваги над суперниками в міжнародному вимірі. Це обумовлює актуальність дослідження готовності підприємств до запровадження інновацій, впливу інноваційної складової на вибір розвитку підприємства та сталу стратегію інновацій, яка забезпечить прибутковість в умовах динамічних змін на ринку.

*Мета і завдання дослідження.* Метою даного магістерського дослідження є узагальнення теоретичних положень та розробка прикладних рекомендацій щодо інтенсифікації інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності та обґрунтування науково-практичних рекомендацій щодо особливостей розробки стратегій виведення нового товару на ринок та забезпечення сталого розвитку інновацій в компанії.

Для досягнення поставленої мети вирішено такі завдання.

- визначити суть поняття інноваційних продуктів захисту рослин;
  - дослідити стан розвитку інновацій у сільському господарстві та захисті рослин та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства;
- визначити роль дослідницьких установ та підприємств у створенні та впровадженні інновацій;
  - визначити переваги та виклики створення інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору;
- проаналізувати кон'юнктуру світового ринку зерна та визначити місце України на ньому;

визначити систему критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок;  
 проаналізувати стан фінансової діяльності досліджуваного підприємства ТОВ «Сингента»;

обґрунтувати маркетингові стратегії для просування інноваційних продуктів на зовнішніх ринках.

**Об'єктом дослідження** є процес забезпечення інноваційного розвитку

сільськогосподарського підприємства в умовах економічної конкуренції.

**Предмет дослідження** – є теоретичні та науково-практичні основи забезпечення інноваційного розвитку підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ З РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОВВЕДЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

### 1.1. Поняття інноваційних продуктів захисту рослин

У літературі поняття "інноваційні продукти захисту рослин" використовується для опису новаторських технологій, продуктів або рішень, які використовуються для захисту рослин від шкідників, хвороб або інших негативних факторів. Ці інноваційні продукти можуть бути розроблені з використанням нових активних речовин, технологій застосування, формулювань, методів або комбінацій, які забезпечують більш ефективний, безпечний та стійкий захист рослин.

У літературі можна знайти розповіді про різноманітні інноваційні продукти захисту рослин, такі як:

- Нові активні речовини: Розробка нових хімічних сполук або біологічних агентів, які мають високу ефективність у боротьбі зі шкідниками або хворобами рослин.
- Біологічний захист: Використання мікроорганізмів, біопрепаратів або природних ворожих організмів для контролю шкідників та хвороб рослин. Це може включати використання бактерій, грибів, комах або інших живих організмів.
- Нові методи застосування: Розробка нових технологій або методів нанесення засобів захисту рослин, які забезпечують кращу цільову доставку та ефективність.
- Генетично модифіковані рослини: Використання біотехнологій для створення рослин, які мають вбудовану стійкість до шкідників або хвороб, що зменшує потребу в застосуванні хімічних засобів захисту.
- Екологічно безпечні продукти: Розробка продуктів захисту рослин, які мають низьку токсичність та мінімальний вплив на довкілля.

Теоретичні та практичні проблеми інноваційного розвитку й інноваційної діяльності підприємств знайшли відображення в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: О.М. Вінченко, С.М. Ілляшенко, Л.Й.

Кобрин, Н.В. Кузьминчук, В.О. Рудь, О.І. Тивончук, Е.І. Крилов, В.М. Власова, І.В. Журавкова, М.О. Магомедова, Т.М. Пілявоз, В.Н. Гунін, В.В. Іжевський, О.І.

Бабчинська, А.В. Бойчук, С.В. Князь, Н.Г. Георгіаді, Д.К. Зінкевич, Л.Й. Гнилянська, В.Ю. Харчук, І.А. Маркіна. Питання розвитку інноваційної діяльності сільського господарства в Україні присвячено роботи таких вчених,

як: В.В. Лисенко, Т.А. Конєва, О.В. Гончаренко, О.М. Величко, Є.О. Діденко,

Ю.О. Лупенко, Г.С. Мазнев, І.В. Сідельникова, Ю.В. Тапасійчук, Т.О.

Дерев'янко, В.П. Якобчук, Л.В. Дейнеко, І.А. Ганієва, О.М. Романчук, В.

Мельник, О. Погріщук. Однак, незважаючи на глибину та різноплановість

здійснених досліджень, наукові пошуки потребують узагальнення й урахування

нових інструментів інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств

в сучасних умовах господарювання.

Україна піднялась у рейтингу інноваційних країн світу 2023. Вийшов черговий Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index) від Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO) - спеціалізована агенція ООН.

Торік ми набрали 31 бал і посіли 57-е місце у світі. У рейтингу 2023 ми вже маємо 32,8 бала та 55-е місце. Попереду нас: Північна Македонія, Сербія, Чилі. Ми піднялися на 3-є місце у підгрупі країни з доходом нижче середнього рівня.

перша - Індія, другий - В'єтнам. Наші слабкі сторони: інституції (100-е місце

замість 97-го торік), інфраструктура (77-е замість 82-го) та розвиток ринку (104-

е замість 102-го). Сильні сторони: знання та технології (45-е замість 36-го),

розвиток бізнесу (так і лишилися на 48-му) та творчі досягнення (Creative outputs) - на 37-му місці. Але автори звіту другий рік поспіль підкреслюють, що

Україна знаходиться у війні з РФ, що теж накладає відбиток. Що визначає

інноваційну економіку? Структура складається з 81 показника в семи категоріях для розрахунку оцінки країни. 7 категорій індикаторів:

НУБІП УКРАЇНИ

- Розвиток бізнесу: витрати на дослідження та розробки бізнесу, чистий приплив прямих іноземних інвестицій.
- Розвиток ринку: розмір ВВП економіки, інтенсивність конкуренції на місцевому ринку.

НУБІП УКРАЇНИ

- Інфраструктура: дороги, лікарні, школи, енергоефективність.
- Людський капітал і дослідження: державне фінансування на одного учня, якість наукових і дослідницьких установ.
- Інститути: політична стабільність і безпека, легкість відкриття бізнесу

НУБІП УКРАЇНИ

- Творчі результати: найцінніші бренди, програми промислового дизайну, заявки на торговельні марки
- Результати знань і технологій: заявки на патенти, підвищення продуктивності праці, витрати на програмне забезпечення.

НУБІП УКРАЇНИ

Швейцарія займає перше місце 13-й рік поспіль. Правила інтелектуальної власності в країні вважаються світовими, і доповнюються тісною співпрацею між університетами та промисловістю.

НУБІП УКРАЇНИ

1.2. Розвиток інновацій в сільському господарстві та захисті рослин та їх вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства

НУБІП УКРАЇНИ

Розвиток інновацій в сільському господарстві та захисті рослин є важливим фактором для покращення продуктивності, якості та стійкості сільськогосподарських культур. Інновації в цих галузях можуть включати нові технології, методи, продукти, процеси та підходи, які сприяють збільшенню врожаю, зниженню втрат від шкідників та хвороб, збереженню ресурсів та забезпеченню сталого розвитку.

НУБІП УКРАЇНИ

Ось деякі приклади інновацій в сільському господарстві та захисті рослин.

1. Біологічний захист: Використання біологічних агентів, таких як бактерії, гриби, комахи або інші живі організми, для контролю

шкідників та хвороб рослин. Це може включати використання біопрепаратів, біологічних інсектицидів та біологічних фунгіцидів.

2. Передові технології застосування: Використання нових методів та технологій для нанесення засобів захисту рослин, таких як точкове зрошення, дрони, автоматизовані системи, що дозволяють ефективніше та точніше доставляти засоби захисту рослин.

3. Генетичні та біотехнологічні розробки: Розвиток генетично модифікованих рослин, які мають вбудовану стійкість до шкідників або хвороб, а також використання біотехнологій для поліпшення властивостей рослин, таких як врожайність, якість, стійкість до стресових умов.

4. Екологічно безпечні продукти: Розробка нових продуктів захисту рослин, які мають низьку токсичність та мінімальний вплив на довкілля. Це можуть бути органічні препарати, біологічні агенти або інші екологічно безпечні альтернативи хімічним засобам захисту рослин.

5. Системи моніторингу та прогнозування: Використання сучасних технологій, таких як датчики, супутникове спостереження, штучний інтелект, для моніторингу стану рослин, шкідників, хвороб та прогнозування ризиків. Це дозволяє вчасно реагувати на проблеми та ефективно планувати заходи захисту.

Ці інновації сприяють покращенню ефективності та сталості сільськогосподарського виробництва, забезпечують економічну вигоду для фермерів, знижують негативний вплив на довкілля та сприяють забезпеченню продовольства для населення.

Аналізуючи найбільш сприятливі роки до початку повномасштабної війни, можна з певністю зазначити, що поставки ЗЗР від виробників та основних дистриб'юторів до споживачів у сезоні 2020/21 (з жовтня по вересень) склали 115 млн. л. на суму \$1,3 млрд. Це на 17% більше у натуральному та на 14% у грошовому вимірах, ніж за аналогічний період попереднього року. Зростання продажів спостерігалось по всім основним типам продукції, а найбільш суттєве – у розрізі фунгіцидів. У натуральному вимірі дана група зросла майже на чверть

(з 18,8 до 23,3 млн. л.). Зокрема, зросли поставки препаратів з чистим тебуконазолом (з 2 до 2,7 млн. л.) та з карбендазімом (з 1,5 до 1,7 млн. л.). Гербіциди мали стабільний приріст продажів у літрах протягом останніх трьох сезонів. При цьому у сезоні 2020/21 зростання пришвидшилось до 13%. Одним з основних драйверів росту були гліфосати, поставки яких збільшились з 13,4 до 15,3 млн. л. (сумарно у ізопропіламінній та катійній формах).

Базуючись на відкритих джерелах даних в період з 2015 до 2021 року на ринку ЗЗР України з'явилися продукти та комбінації, розроблені для вирішення локальних проблем, з інноваційним підходом до компонентів діючих речовин та комбінацій. Як наслідок, на ринку України з'явилися нові хімічні класи речовин, (карбоксаміди (SDHI)), або комбінації вже відомих, які не присутні в інших світових географіях, де ведеться активне сільське господарство (неонекотиноїди, тріазоли, стробілурини). Найбільша частка впровадження інноваційних продуктів припала на зернові, зернобобові культури, соняшник, плодово-ягідні та овочеві культури. Як наслідок спостерігалось підвищення продуктивності культур (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1.

## Урожайність сільськогосподарських культур (ц/га)

Рік	Культур и зернові та зернобобові	Буряк цукровий фабричний	Соняшник	Картопля	Культури овочеві	Культури плодові та ягідні	Виноград
2015	41,1	436	21,6	161	206	104,5	92,3
2016	46,1	482	22,4	166	211	102	88
2017	42,5	475	20,2	168	208	103,1	99
2018	47,4	509	23	171	214	128,4	114
2019	49,1	461	25,6	155	214	108,1	92,7
2020	42,5	416	20,2	157	207	106	75
2021	53,9	479	24,6	166	215	117	76

Джерело: власна розробка автора на основі статистичної звітності

Це підтвердило, що обрана стратегія виробників ЗЗР щодо прискореного впровадження інновацій, працює.

*Основні аспекти впливу інновацій на ЗЕД* особливо в контексті міжнародної торгівлі та залучення іноземних інвестицій.

1. Конкурентоспроможність на ринку. Інновації дозволяють підприємствам розробляти та випускати нові продукти, послуги або технології, які можуть мати конкурентні переваги на міжнародному ринку. Це може допомогти привернути нових клієнтів, розширити географію експорту та збільшити обсяги продажів.

2. Підвищення ефективності виробництва: Інновації можуть включати впровадження нових технологій, автоматизацію процесів, вдосконалення ланцюга постачання та інші покращення, що допомагають знизити витрати виробництва та підвищити продуктивність. Це робить підприємство більш конкурентоспроможним на міжнародному ринку, дозволяючи залучати замовлення з-за кордону та збільшувати експорт.

3. Розширення глобальних ринків: Інновації можуть допомогти підприємству зайняти нові ніші на міжнародному ринку, розширити асортимент продукції або послуг, а також входити на ринки країн з різними вимогами та потребами. Це може включати адаптацію продуктів до місцевих ринків, розробку міжнародних брендів або розширення дистрибуційних мереж.

4. Привертання іноземних інвестицій: Інноваційні підприємства зазвичай є привабливими для іноземних інвесторів, оскільки вони демонструють потенціал для росту та приносять новаторські рішення на ринок. Іноземні інвестиції можуть допомогти підприємству отримати фінансові ресурси для розвитку, доступ до нових ринків та технологій, а також забезпечити спільну роботу з міжнародними партнерами.

5. Партнерство та співпраця: Інновації можуть стимулювати співпрацю та партнерства з іншими підприємствами, науковими установами, урядовими органами та іншими зацікавленими сторонами. Це може сприяти обміну знаннями, ресурсами та технологіями, забезпечуючи підприємству доступ до нових можливостей та ринків.

Усі ці фактори підтримують зовнішньоекономічну діяльність підприємства, сприяють його зростанню та розвитку на міжнародному ринку. Інновації допомагають підприємствам адаптуватися до змінних умов та вимог ринку, забезпечуючи їм конкурентні переваги та стійкість у глобальному бізнес-середовищі.

### 1.3. Методи дослідження

У дослідженнях можуть використовуватися різні методи та підходи, залежно від конкретної теми, цілей та об'єкта дослідження. Ось деякі типові види досліджень та методи, які можуть бути використані у роботі:

1. Експериментальні дослідження: Цей тип досліджень передбачає проведення контрольованих експериментів, де змінюються певні параметри або умови, щоб вивчити їх вплив на досліджуваний об'єкт. Експерименти можуть проводитися в лабораторних умовах або на полі.

2. Спостережні дослідження: Цей метод полягає в систематичному спостереженні та реєстрації явищ, подій або процесів без втручання та змін умов. Він може включати спостереження в природних середовищах, анкетування, інтерв'ювання та аналіз вже наявних даних.

3. Аналітичні дослідження: Цей вид досліджень передбачає аналіз вже наявних даних, літератури, статистики або інших джерел інформації з метою встановлення зв'язків, виявлення закономірностей або формулювання висновків.

4. Кількісні дослідження: Цей метод використовує числові дані та статистичний аналіз для вивчення явищ, вимірювання параметрів та встановлення відносин між змінними. Включає опитування, анкетування, експерименти, аналіз даних та моделювання.

5. Якісні дослідження: Цей метод зосереджений на зборі та аналізі якісної інформації, такої як інтерв'ю, фокус-групи, спостереження, аналіз тексту, з метою розуміння соціальних, культурних або психологічних аспектів досліджуваного явища.

6. Моделювання та симуляція: Цей підхід використовує математичні моделі або комп'ютерні симуляції для вивчення та прогнозування поведінки системи, процесу або явища.

7. Кейс-дослідження: Цей метод включає глибоке дослідження конкретного випадку або об'єкта, зі збором та аналізом детальної інформації. Кейс-дослідження дозволяють отримати глибше розуміння конкретної ситуації, процесу або проблеми.

Ці методи та підходи можуть використовуватися окремо або комбінуватися залежно від потреб та характеру дослідження. Важливо також враховувати наукові принципи, етичні стандарти та методологію дослідження, щоб забезпечити достовірність та об'єктивність результатів.

Щодо даного завдання було застосовано сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: абстрактно-логічні (для теоретичного узагальнення і формулювання висновків); системно-структурного аналізу (для вивчення й узагальнення підходів до визначення інновацій, розвитку та інноваційного розвитку підприємства); порівняння та статистико-економічного аналізу (для обробки й аналізу даних по підприємству та роках діяльності, виявлення тенденцій і закономірностей дієвості досліджуваних показників); системного підходу (для формування концепції логіки забезпечення інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств); оцінювання ефективності (для оцінювання пропонуванних заходів щодо ефективності)

## РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН

### 2.1. Роль дослідницьких установ та підприємств у створенні та впровадженні інновацій

*Зміст інноваційного розвитку* в сільському господарстві, як об'єкті дослідження полягає у розробці та впровадженні прогресивних методів ведення господарської діяльності, в основі яких лежать методи ефективного виробництва продукції, застосування нового покоління техніки, smart-технологій, використання нової кадрової політики з урахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу [11, с. 73].

За результатами аналізу наукової літератури зазначимо, що такі науковці, як Кузьмін О.Є., Князь С.В., Гнилянська Л.Й., Зінкевич Д.К., Харчук В.Ю., Топоровська Л.Й. та ін. виділяють три класифікаційні ознаки програм інноваційного розвитку підприємства, зокрема за напрямом реалізації, за характером реалізованих інновацій та за цільовою спрямованістю, які, у свою чергу, поділяються на ряд видів та підвидів

- Інноваційна ідея
- Інноваційний проєкт для забезпечення інноваційного розвитку
- Оцінка ефективності та план реалізації інноваційного проєкту
- Контроль

Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин є важливим напрямом в сільському господарстві, оскільки він сприяє забезпеченню стійкості та продуктивності рослин, а також зменшенню впливу хімічних засобів захисту на навколишнє середовище. Ось деякі тенденції та напрямки розвитку інноваційних продуктів захисту рослин:

- Біологічні препарати: Зростає інтерес до використання біологічних препаратів, які базуються на мікроорганізмах, бактеріях, грибах або комах, для боротьби з шкідниками та хворобами рослин. Ці

препарати є екологічно безпечними та мають менший негативний вплив на навколишнє середовище.

- Розробляються нові формуляції та методи внесення засобів захисту рослин, що дозволяють забезпечити кращу ефективність та стійкість до впливу факторів. Наприклад, мікроенкапсуляція, наночастинки, мікрогранули, що забезпечують кращу адгезію та захист активних речовин.

- Розвиваються генетично модифіковані рослини, які мають вбудовану стійкість до шкідників або хвороб. Це дозволяє зменшити потребу у хімічних засобах захисту та покращити врожайність.

- Виникають нові механізми дії засобів захисту рослин, які дозволяють боротися з резистентними шкідниками та хворобами. Наприклад, засоби захисту, що впливають на феромони, репеленти, фітостимулятори, а також засоби, що сприяють посиленню імунітету рослин.

- Розвиваються екологічно безпечні альтернативи хімічним засобам захисту рослин, такі як біологічні препарати, рослинні екстракти, ефірні олії, бактеріальні препарати та інші натуральні речовини.

- Використання нових технологій: Розвиток нових технологій, таких як дрони, супутникове спостереження, штучний інтелект, датчики, дозволяє ефективніше виявляти шкідників та хвороби, контролювати їх поширення та точно наносити засоби захисту.

- Сталість та стійкість: Зростає увага до розробки стійких та антирезистентних продуктів захисту рослин, які забезпечують тривалу ефективність та мінімальний вплив на навколишнє середовище.

Також важливим напрямом є реалізація програм інноваційного розвитку, які поділяються на виробничі та управлінські. Серед підвидів виробничих інноваційних програм виділяють ті, що стосуються підготовчих та забезпечувальних робіт у виробничо-господарському процесі підприємств, та ті, що стосуються основного та допоміжного виробництва.

Група програм інноваційного розвитку, що охоплює підготовчі та забезпечувальні роботи виробничо-господарського процесу підприємства, націлена на розроблення і реалізацію інновацій саме щодо удосконалення наступних видів робіт [27 с.48 – 49; 34, с. 14 – 15; 35, с. 24 – 25; 36, с. 6 – 7]:

- матеріально-технічне забезпечення структурних підрозділів підприємства, що передбачає безперервне забезпечення підприємства та його підрозділів усіма необхідними видами матеріалів, сировини, енергії, забезпечення належного зберігання виробничих ресурсів тощо;

- технічне забезпечення підприємства, що передбачає технічну підготовку виробництва, націлену на своєчасне впровадження у виробничий процес технічних засобів, які необхідні для створення нових та удосконалення існуючих видів продукції, підвищення продуктивності та ін.;

- конструкторське забезпечення підприємства, яке передбачає конструкторську підготовку при формуванні та реалізації програм інноваційного розвитку;

- технологічне забезпечення підприємства, що передбачає планування процесу виготовлення моделі нового продукту та її аналізування, проектування та виготовлення технологічного оснащення, а також вивірку, налагодження і впровадження спроектованих технологічних процесів, підготовку виробництва тощо.

Кожна інноваційна програма із наведеної класифікації має свої особливості та специфіку у процесі її реалізації.

Підприємства України намагаються щорічно розширювати свої зв'язки з підприємствами інших країн. Це в свою чергу сприяє збільшенню обсягів іноземних інвестицій в економіку України, збільшенню кількості міжнародних угод про співробітництво між вітчизняними та зарубіжними підприємствами.

Ці фактори набувають особливої актуальності в умовах сучасного стану національної економіки. Саме надходження іноземних інвестицій та активізація

національного виробництва, в тому числі на інноваційних засадах, сприятимуть поступовому покращенню економічної ситуації, що склалася.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств України в сучасних умовах, з одного боку, є важливим чинником щодо збільшення зовнішньої конкурентоспроможності підприємств і може сприяти їх становленню на інноваційний шлях, з іншого боку, вона сама залежить від інноваційного розвитку економіки.

Дуже цікавим і актуальним у такій ситуації стає дослідження взаємного впливу двох таких важливих факторів сприяння розвитку економіки, як інновації та зовнішньоекономічна діяльність.

Проблемами дослідження зв'язків між інноваціями та зовнішньоекономічною діяльністю займалися такі науковці як Вороніна О., Засов О., Куранов Г., Мінгалева Ж., Оборіна О., Штерцер Т. У своїх роботах вони приділяли увагу односторонньому впливу або інновацій на зовнішньоекономічну діяльність, або зовнішньоекономічній діяльності на розвиток інноваційної діяльності підприємств.

Інновації представляють собою нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, що забезпечує якісне підвищення ефективності виробничої системи або якості продукції. Проблема полягає у відсутності ефективних механізмів взаємодії зовнішньоекономічного та інноваційного комплексу, що зберігає високий рівень сировинної залежності, низький рівень інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку. В умовах глобальної економічної кризи рішення проблем вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності та прискорення інноваційного розвитку як вітчизняної економіки у цілому, так окремих підприємств стає ще більш актуальним.

*Дослідницькі установи та підприємства* відіграють ключову роль у створенні та впровадженні інновацій. Вони співпрацюють та взаємодіють між собою, щоб створити нові продукти, технології та рішення, які приводять до покращення ефективності, конкурентоспроможності та сталості.

- **Дослідження та розробка:** Дослідницькі установи виконують фундаментальні та прикладні дослідження з метою вивчення нових наукових принципів, розробки нових технологій та інноваційних продуктів. Вони створюють нові знання, які можуть бути використані підприємствами для створення нових продуктів та розвитку існуючих.

- **Трансфер технологій:** Дослідницькі установи сприяють передачі технологій та знань до підприємств. Вони можуть надавати консультаційні послуги, організовувати семінари та тренінги, сприяти укладанню ліцензійних угод та комерціалізації інноваційних продуктів.

- **Колаборація та партнерство:** Дослідницькі установи співпрацюють з підприємствами у формі партнерства та спільних проєктів. Це дозволяє об'єднати наукові знання та експертизу з практичним досвідом та ресурсами підприємств для спільного створення та впровадження інновацій.

- **Фінансування та підтримка:** Дослідницькі установи можуть надавати фінансову підтримку та гранти для проведення досліджень та розробок. Вони також можуть надавати доступ до лабораторних умов, обладнання та інфраструктури, які необхідні для впровадження інновацій.

- **Валідація та тестування:** Дослідницькі установи можуть виконувати валідацію та тестування нових продуктів, технологій та інновацій. Це дозволяє перевірити їх ефективність, якість та безпеку перед впровадженням на ринок.

- **Маркетинг та комерціалізація:** Підприємства відіграють важливу роль у маркетингу та комерціалізації інноваційних продуктів. Вони вивчають ринок, розробляють стратегії впровадження, проводять маркетингові дослідження та просувають нові продукти до споживачів.

Спільна робота між дослідницькими установами та підприємствами сприяє створенню нових продуктів, розвитку ринку та підвищенню конкурентоспроможності.

Зовнішньоекономічна та інноваційна діяльність підприємства є різними сферами його господарського життя. Однак зовнішньоекономічні зв'язки впливають на реалізацію інноваційних завдань господарюючого суб'єкта, а цілі і результати інноваційної діяльності можуть визначати характер зовнішньоекономічної діяльності. Компанії, які активно здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, генерують більше інновацій, ніж підприємства, які не здійснюють зовнішньоекономічну діяльності.

Переважну частину продукції, яка успішно витримує міжнародну конкуренцію, виробляють на підприємствах, що застосовують сучасні техніку і технології, впроваджують нові управлінські та організаційні рішення. В цілому

в розвитку зовнішньоекономічних зв'язків підприємства, що створює інноваційну продукцію, можна виділити кілька послідовних етапів.

На першому етапі компанія експортує готову продукцію, в якій реалізовані технологічні нововведення та інші види інновацій. В даний час саме наукомісткі товари, у виробництві яких високі абсолютні та відносні витрати на науково-дослідницькі та дослідно-конструкторські роботи є найбільш рентабельними. На даному етапі в країні-експортері зростає національний дохід, збільшується кількість робочих місць.

На другому етапі виробництво інноваційної продукції налагоджується за кордоном шляхом прямого іноземного інвестування. Приймаюча країна отримує нову технологію. Для країни-експортера капіталу відкриваються нові ринки, економляться транспортні витрати. На третьому етапі відбувається безпосередній продаж технологій. У країні-експортері ця технологія вже не вважається передовою, але для більшості країн, які відстають у своєму економічному і технологічному розвитку від країни-експортера, вона може вважатися прогресивною.

Причина зміни етапів – бажання підприємства-новатора максимізувати прибуток. Класичний розвиток дана схема отримує в разі транснаціональних корпорацій, що йдуть спочатку шляхом експорту інноваційної продукції, потім організації виробничих філій в країнах, що мають ті чи інші конкурентні переваги і обраних за принципом глобальної оптимізації, а далі передачі технологій у формі ліцензій підприємствам різних країн, що розвиваються.

Розвитку конкурентоспроможного виробництва на інноваційній основі сприяють застосування передових технологій і модернізація виробничої бази підприємств. У даному контексті необхідно відзначити важливість галузей «нової економіки», тобто інформаційних і телекомунікаційних технологій. Інформаційні і телекомунікаційні технології є катализатором організаційних і технологічних інновацій підприємств. У сучасній економічній теорії інновації вважаються одним з механізмів забезпечення сталого економічного зростання в довгостроковій перспективі. Процесні інновації розглядаються як необхідна умова для підвищення продуктивності праці, продуктові інновації – як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах мінливого економічного середовища, а також як спосіб вирішення соціально-економічних та екологічних проблем. Позитивний вплив інновацій на посилення конкурентоспроможності національних економік послужив основним мотивом для розробки країнами з розвинутою економікою низки заходів, спрямованих на стимулювання інноваційної активності.

Тобто, підводячи підсумки можна сказати, що з одного боку інновації є однією з основ розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, бо сприяють створенню конкурентоспроможної продукції, яка може користуватися попитом як в середині країни, так і за її межами. З іншого боку, зовнішньоекономічна діяльність підприємств, яка пов'язана з вкладанням іноземних інвестицій у вітчизняні підприємства, з забезпеченням можливостей вітчизняних підприємств щодо придобання новітніх інноваційних розробок та (або) вдосконалення організації або технології виробництва на інноваційній основі, сприяє розвитку його інноваційної діяльності, тобто стає інноваційним

фактором підвищення потенціалу його розвитку, що в свою чергу сприяє підвищенню ефективності роботи таких підприємств. Що стосується подальших досліджень, то було б також доцільно визначити можливі негативні фактори такого взаємного впливу. Ці тенденції та напрямки відображають зусилля галузі захисту рослин у напрямку створення ефективних, екологічно безпечних та стійких продуктів, які задовольняють потреби сучасного сільського господарства.

2.2. Переваги та виклики створення інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору

*Інноваційні продукти захисту рослин мають ряд переваг для аграрного сектору*, але також стикаються з викликами, які потрібно враховувати. Ось деякі переваги та виклики інноваційних продуктів захисту рослин для аграрного сектору:

Основні переваги:

- Збільшення врожайності: Інноваційні продукти захисту рослин можуть допомогти зменшити втрати врожаю, спричинені шкідниками та хворобами. Вони забезпечують ефективний захист рослин, що дозволяє досягати більшої врожайності та покращувати продуктивність.

- Зменшення використання хімічних засобів захисту: Інноваційні продукти захисту рослин можуть зменшити залежність від хімічних засобів захисту, що сприяє збереженню навколишнього середовища та здоров'я людей. Вони можуть використовувати біологічні препарати, нові механізми дії або генетично модифіковані рослини, які мають вбудовану стійкість до шкідників та хвороб.

- Зниження витрат: Інноваційні продукти захисту рослин можуть сприяти зниженню витрат на захист рослин, оскільки вони можуть бути більш ефективними та стійкими до несприятливих умов. Це

допомагає забезпечити економічну стійкість сільськогосподарських підприємств.

- **Покращення стійкості до стресових умов:** Інноваційні продукти захисту рослин можуть покращити стійкість рослин до стресових умов, таких як посуха, холод, хвороби або шкідники. Вони можуть забезпечити захист та підтримку рослинного здоров'я, що дозволяє рослинам виживати та рости навіть за несприятливих умов.

Виклики:

- **Вартість та доступність:** Деякі інноваційні продукти захисту рослин можуть бути високою вартістю, що може бути викликом для сільськогосподарських підприємств з обмеженими бюджетами. Крім того, доступність цих продуктів може бути обмеженою в деяких регіонах або країнах.

- **Регуляторні вимоги:** Впровадження інноваційних продуктів захисту рослин може стикатися з регуляторними вимогами та процедурами, які можуть бути складними та тривалими. Це може ускладнювати швидке впровадження нових продуктів на ринок.

- **Вплив на навколишнє середовище:** Інноваційні продукти захисту рослин повинні бути екологічно безпечними та не мають негативного впливу на навколишнє середовище. Важливо враховувати екологічні аспекти та здоров'я людей при розробці та використанні цих продуктів.

- **Ризик розвитку резистентності:** Шкідники та хвороби можуть розвивати резистентність до інноваційних продуктів захисту рослин, що може ускладнити їх ефективність та тривалість. Важливо розробляти стратегії управління резистентністю та використовувати інтегрований підхід до захисту рослин.

Незважаючи на виклики, інноваційні продукти захисту рослин мають потенціал покращити продуктивність, стійкість та сталість аграрного сектору. Вони можуть забезпечити ефективний та екологічно безпечний захист рослин, що сприяє зростанню врожаю та зменшенню впливу на довкілля.

1.3. Система критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок

*Важливим етапом оцінювання інноваційного розвитку* в сільському господарстві є дослідження стану та аналіз виробництва сільськогосподарської галузі.

Успішне впровадження інноваційних розробок сприяє узгодженню економічних інтересів учасників інноваційного процесу і, як результат, впливає на отримання різних видів ефектів упровадження інновацій, тому для оцінки такого інноваційного процесу необхідно використовувати систему критеріїв та показників, що передбачає оцінювання ряду аспектів, а саме: економічної, екологічної, соціальної, організаційно-управлінської та маркетингової ефективності. Це дозволить оцінити результати впровадження інноваційних розробок за характерними показниками для кожного виду ефекту.

Система критеріїв та показників оцінювання ефективності упровадження інновацій будується на основі процесів визначення ефектів впровадження інноваційних розробок; визначення критеріїв, показників і практичних процедур; формування висновків за результатами оцінювання реалізації інноваційного процесу з метою вдосконалення механізму впровадження інноваційних розробок.

Оцінювання ефективності впровадження інновації повинне передбачати аналіз цілей із позиції кожного учасника інноваційного процесу (виробників, споживачів, компаній-інтеграторів, держави, інвесторів та ін.), що, у свою чергу,

сприяє визначенню ефектів упровадження інноваційних розробок і впливає на розроблення системи критеріїв і показників.

Ефекти впровадження інноваційних розробок взаємозв'язані між собою. Безпосередньо економічна ефективність процесу впровадження інноваційних розробок пов'язана із соціальним та екологічним ефектами. У свою чергу, екологічний ефект визначається як наслідок науково-технічного прогресу і характеризується прямим впливом на економічний ефект упровадження інноваційних розробок. Економічний, екологічний, соціальний ефекти безпосередньо пов'язані з організаційно-управлінськими та маркетинговими ефектами. Таким чином, упровадження інноваційних розробок надає можливість отримати такі види ефекту: економічний, соціальний, екологічний, організаційно-управлінський і маркетинговий.

Економічне оцінювання охоплює систему показників, які відображають відношення результатів і витрат кожного учасника інновації. Вихідними даними для їхнього визначення є ринкова потреба в інновації (обсяг її продажу протягом розрахункового періоду), прогнозна ціна інновації (з урахуванням видатків, рівня інфляції, позичкового відсотка, рівня прибутковості) і величина реальних грошових потоків, що визначається сумою поточних витрат, інвестицій, виторгом від продажу тощо.

Ресурсне оцінювання здійснюють з метою визначення впливу інновації на обсяги споживання певного виду ресурсу і подолання проблеми його обмеженості (важлива у разі використання дефіцитних чи не поновлюваних ресурсів, особливо тих, які імпортують); визначають її показниками підвищення ефективності їхнього використання (наприклад, підвищення ефективності застосування трудових ресурсів – зростанням продуктивності праці; технічних ресурсів – зростанням фондівіддачі тощо).

Соціальне оцінювання полягає у визначенні внеску інновації у поліпшення якості життя працівників конкретного підприємства. При цьому варто мати на увазі, що успішна реалізація інноваційних проєктів пов'язана з

отриманням соціального ефекту не тільки на рівні кожного конкретного підприємства, але і на рівні суспільства. Екологічне оцінювання враховує вплив інновації на вирішення проблем охорони довкілля, що особливо важливо під час реалізації інноваційних проектів, які можуть змінювати рівень екологічної безпеки території.

З метою оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок пропонується система показників ефективності, що вміщує маркетингову організаційно-управлінську, економічну, екологічну та соціальну ефективність (Додаток С)

Для комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства варто використовувати інтегральний показник, який визначається за формулою:

$$I_{\varphi} = \frac{\sum_{n} ПН}{n}; \quad ПН = \frac{ПФ}{ПЕ},$$

де ПН – рівень нормованого показника діяльності підприємства; ПФ – рівень фактичної величини показника відповідно до додатку В; ПЕ – рівень еталонної величини показника; n – кількість показників для оцінки інноваційної активності підприємства. За еталон можна брати середнє значення показника за певний період або найліпший показник за цей період, або цільові показники стратегічного плану підприємства.

При значенні величини  $I_{\varphi}$  більше 1,0, рівень інноваційної активності високий; від 0,90 до 1,0 – підприємство на шляху до інноваційного розвитку; від 0,70 до 0,90 підприємству впроваджувати заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку; менше 0,70 – підприємство має незначну інноваційну активність.

В цілому, ефективність впровадження інновацій визначається порівнянням результатів з витратами, що забезпечили даний результат, або

розраховується як різниця показника природно-ресурсного потенціалу до і після інвестування та реалізації заходів, яка зворотно пропорційна дисконтованим інвестиційним витратам [2], с.142]:

$$E_{\text{ін}} = \frac{D_2 - D_1}{K/(1+r)^t}$$

де  $E_{\text{ін}}$  – ефективність впровадження інновацій;  $r$  – коефіцієнт дисконтування;  $D_2$  – щільність природно-ресурсного потенціалу після капітальних витрат;  $D_1$  – щільність до капітальних витрат;  $K$  – дискнтовані капітальні витрати;  $t$  – роки.

Стратегічний інноваційний розвиток галузі визначається при сумісному розгляді внутрішнього і зовнішнього середовища, тобто інноваційного потенціалу та інноваційного клімату. Оцінка інноваційної позиції проводиться за допомогою матриці SWOT-аналізу. Кількісний вираз інноваційної позиції ( $\Pi_{\text{оз}}$ ) може обчислюватися за формулою

$$\Pi_{\text{оз}} = \Pi_{\text{от}} (K_{\text{л}})^{1/2}$$

де  $\Pi_{\text{от}}$  – інноваційний потенціал;  $K_{\text{л}}$  – інноваційний клімат. Гунін В.Н. пропонує також враховувати інноваційну силу ( $\text{Сін}$ ), що визначається як добуток інноваційної позиції ( $\Pi_{\text{оз}}$ ) на коефіцієнт інноваційної активності ( $K_{\text{іа}}$ ), який в свою чергу розраховують як:

$$K_{\text{іа}} = 1/7 \sum_{i=1}^7 A_i, i = 1, 2, 3, \dots, 7,$$

де  $A_i$  – параметри інноваційної активності, також визначені за допомогою експертних оцінок за 5-бальною шкалою [23, с.128].

Індикатором інноваційного розвитку вважається розвиток та рівень фінансування науково-технічної сфери.

Варто зазначити, що економічний ефект упровадження інноваційних розробок проявляється в підвищенні рентабельності підприємства, прибутку його діяльності, скороченням терміну окупності тощо. Організаційно-

управлінський ефект характеризується результатами роботи інформаційного та мотиваційного забезпечення процесу впровадження інноваційних розробок, а також позитивними показниками реалізації функцій планування та прогнозування, реалізації й контролю. Маркетинговий ефект проявляється в забезпеченні конкурентоспроможності інноваційної розробки та збільшенні кількості лояльних та потенційних споживачів з метою найбільш повного задоволення потреб, що існують на ринку. Маркетинговий ефект також проявляється в результаті взаємодії учасників інноваційного процесу та узгодження їх інтересів. Соціальний ефект упровадження інноваційних розробок

характеризується насамперед підвищенням рівня життя населення, розвитком інфраструктури середовища проживання населення, якістю кадрового забезпечення та підвищенням привабливості інвестиційного клімату на рівнях регіонів, галузей діяльності та ін. Екологічний ефект, у свою чергу, проявляється через поліпшення екологічної ситуації, зменшення викидів та виробничих відходів в атмосферу, зменшення енергоємності виробництва та зносу обладнання.

Результати оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок у розрізі зазначених ефектів дозволяють розробляти маркетингові управлінські заходи. Комплекс таких заходів відрізняється залежно від показників кожного ефекту.

Таким чином, управління впровадженням інноваційних розробок повинне бути спрямоване на ефективне впровадження інновацій на промисловий ринок та передбачати вплив негативних чинників. Найбільш складним у такому процесі є оперативне виявлення підприємством проблем, які виникають на кожному етапі впровадження інновацій. Тому реалізація інноваційного процесу неможлива без використання сформованої системи критеріїв та показників оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок. Оперативне управління має бути побудовано таким чином, щоб можна було відстежити та своєчасно усунути негативні тенденції, ризики впровадження інноваційних розробок.

Отже, визначення інноваційного розвитку підприємства, галузі є результативним показником їх економічного розвитку та конкурентоспроможності.

Розрахунок поданих показників на підприємствах будь-якої галузі надасть можливість визначити рівень інноваційної активності підприємств, виявити слабкі місця. Вчасно виявлені прогалини нададуть можливість зреагувати на існуючі проблеми та прийняти виважені рішення. Забезпечення інноваційного розвитку сприятиме виходу на нові ринки збуту, диференціації та диверсифікації виробництва.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

## РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

### 3.1. Аналіз досліджуваного підприємства та оцінка стану фінансової діяльності

**ТОВ «Сингента»** – *світовий лідер у виробництві ЗЗР та насіння*, але це далеко не все, що компанія може запропонувати агровиробникові. Поряд із виробництвом насіння компанія інтегрує весь цикл роботи з ним: селекція, виробництво, підготовка та продаж. «Сингента» пропонує готові системи захисту й антризистентні програми для різних культур, розробляє і впроваджує у виробництво принципово нове сільськогосподарське обладнання. Реалізація багатьох успішних проектів компанії була б неможлива без попереднього проведення польових дослідів.

ТОВ «Сингента» розташоване в місті Київ, по вулиці Козацька, 120/4.

Керівник підприємства – Кравчук Олександр.

Організаційно-правова форма товариство з обмеженою відповідальністю.

Не менш важливими для розвитку господарства є й такі показники, як наявність ресурсів та віддаленість від пунктів реалізації певних видів продукції. Крім того, економічні умови виробництва характеризуються розмірами і організаційною структурою, спеціалізацією і галузевою структурою, інтенсивністю виробництва.

ТОВ «Сингента» організоване в 2011 році. Основний напрямок роботи підприємства ТОВ «Сингента» є виробництво пестицидів та іншої агрохімічної продукції.

Від часу свого заснування ТОВ «Сингента» (Syngenta) досягла значних успіхів і на сьогоднішній день є одним із лідерів світового агробізнесу, який оцінюється у понад 60 мільярдів доларів. До портфоліо «Сингенти» входить понад 80 засобів захисту рослин, а також велика кількість гібридів і сортів насіння польових та овочевих культур. В українському відділенні компанії

працює більше 300 фахівців, серед яких багато кандидатів сільськогосподарських наук.

Метою компанії «Сингента» в Україні є пропозиція комплексних рішень для українських аграріїв та партнерство, якому віддають перевагу українські та міжнародні компанії. Компанію «Сингента» вирізняє високоякісна продукція, інтегрований підхід до вирішення поставлених завдань та використання переваг сільського господарства України.

Назва компанії «Сингента» (Syngenta) походить від двох слів: «syn» – з грецької синергія, синтез, інтеграція, консолідація зусиль і «genta» – з латинської «gens» – те, що має відношення до людства. Таким чином, Сингента буквально означає «єднання людей». Хоча в сучасному вигляді компанія «Сингента» розпочала свою діяльність лише у 2000 році у результаті злиття агропідрозділів компаній «Новартіс» і «АстраЗенека», засновано її на давній виробничій традиції, якій вже понад 250 років [12].

За останні роки на підприємстві знизилися показники фінансово-господарської діяльності. Це є наслідком впливу повномасштабної війни.

Систематичний та комплексний характер конфлікту призвів до серйозних зрушень у функціонуванні економіки, що виявилось в різноманітних від'ємних тенденціях у сфері фінансів та господарства.

Збройний конфлікт відіграв визначальну роль у руйнуванні інфраструктури, знищенні виробничих об'єктів, порушенні поставок сировини та матеріалів, обмеженні можливостей зовнішньої торгівлі та інвестиційного потоку. Ці фактори спричинили втрату підприємствами стабільності і ефективності функціонування.

На фінансовому рівні, військові дії супроводжувалися зростанням витрат на оборону, розширенням бюджетного дефіциту та збільшенням державного боргу. Окремі галузі економіки зазнали значних збитків, наприклад, втрати у сільському господарстві, транспорті, туризмі та інших секторах, що спричинило загальне погіршення фінансових показників підприємств. Земля є головним і

незамінним елементом ресурсного потенціалу. Вона є і знаряддям праці, і предметом праці. Найбільш повне і раціональне використання землі для виробництва продукції є найважливішим завданням будь-якого господарства.

Використання та формування трудових ресурсів у сільському господарстві має свої особливості. Основні із них пов'язані з сезонністю виробництва. З розвитком продуктивних сил абсолютно зменшується чисельність працівників у галузі. Абсолютне і відносне скорочення чисельності сільського населення вимагає найбільш повного залучення трудових ресурсів у сферу виробництва та ефективного використання робочої сили.

Мета діяльності ТОВ «Сингента»:

Засоби захисту рослин — забезпечити стабільне сільськогосподарське виробництво за допомогою сучасних інноваційних досліджень і технологій, виробляючи широкий спектр різноманітних засобів захисту рослин;

Насіння — пропонуючи широкий спектр насіння польових і овочевих культур виробникам сільськогосподарської продукції в усіх країнах світу. ТОВ «Сингента» створює гібриди сільськогосподарських культур, які дають високоякісний і стабільний урожай.

Газони та сади — ТОВ «Сингента» посідає чільне місце у світовому квітковому бізнесі, починаючи з XIX століття, поєднуючи силу і досвід таких торгових марок, як Sluis&Groot (Голландія), Fischer (Німеччина), Goldsmith та Yoder (США), застосовуючі інноваційні технології і провідні методи селекції для досягнення професійними квітникарями найкращих результатів у вирощуванні квіткової продукції [12].

ТОВ «Сингента» — світовий лідер у виробництві засобів захисту рослин та насіння, але це далеко не все, що компанія може запропонувати агровиробникові. Поряд із виробництвом насіння компанія інтегрує весь цикл роботи з ним: селекція, виробництво, підготовка та продаж.

ТОВ «Сингента» пропонує готові системи захисту й антірезистентні програми для різних культур, розробляє і впроваджує у виробництво принципово нове сільськогосподарське обладнання.

Реалізація багатьох успішних проєктів компанії була б неможлива без попереднього проведення польових дослідів. На жаль, жодна найсучасніша лабораторія не спроможна відтворити процеси, які відбуваються у біосфері і супроводжують культурну рослину протягом усього її життєвого циклу. Розуміючи всю серйозність цього аспекту, ТОВ «Сингента» створила підрозділ біологічних досліджень (Research and Development), який сьогодні — один із основних робочих інструментів компанії.

Випробування й дослідження підрозділу R&D проводяться винятково у польових умовах, і це потужний фундамент та основа авторитету компанії. Саме достеменність даних, отриманих у результаті польових досліджень, допомагає компанії краще зрозуміти та впевні оцінити перспективність і потенціал своїх проєктів.

Отже, ТОВ «Сингента» — це провідна агрохімічна компанія, яка прагне підвищити рівень продовольчої безпеки у світі, даючи можливість мільйонам сільгоспвиробників раціональніше використовувати наявні ресурси. Завдяки передовим науковим знанням та інноваційним рішенням 28 000 фахівців у понад 90 країнах світу працюють з метою вдосконалити сучасні підходи до вирощування рослин. У своїх намірах ТОВ прагне зберегти родючі землі від деградації, сприяти підвищенню біорозмаїття і відродженню сільських громад. Завдяки передовим науковим знанням, глобальним дослідженням та зобов'язанням перед своїми клієнтами, компанія допомагає збільшувати врожайність сільськогосподарських культур, захищати навколишнє середовище та покращувати здоров'я і якість життя.

Діяльність ТОВ «Сингента» в Україні є пропозиція комплексних рішень, що задовольняють потреби українських аграріїв, та партнерство, якому віддають перевагу українські та міжнародні переробні компанії. «Сингенту» вирізняють

високоякісна продукція, гнучкість та інтегрований підхід до вирішення проблем та використання переваг сільського господарства України. Щороку компанія інвестує у наукові розробки мільйони доларів.

Портфоліо ТОВ «Сингента» налічує понад 50 препаратів. За результатами опитування 1500 сільгоспдприємств, проведеного Українським клубом аграрного бізнесу (УКАБ) та АТ «Київський міжнародний контрактний ярмарок» у 2009 році, ТОВ «Сингента» перемогла у номінації «Виробник засобів агрохімії»

### *Оцінка фінансово-економічних показників діяльності підприємства*

В умовах ринкової економіки метою будь-якого виробництва є отримання максимально можливого прибутку. У цих умовах можуть здійснювати свою виробничо-фінансову діяльність тільки ті підприємства, які отримують від неї найвищий економічний результат.

Аналіз фінансово-господарської діяльності потрібний на будь-якому підприємстві. Предметом аналізу є безпосередньо усі сторони фінансово-господарської діяльності підприємства, відбиті в системі показників внутрішньогосподарського планування, обліку, звітності і інших джерелах інформації. Актуальність даного питання зумовила розвиток методик комплексної оцінки фінансового стану підприємства, підготовку інформації для прийняття управлінських рішень, розробку стратегії управління.

Для більш точної оцінки фактичного фінансового стану та господарської діяльності підприємства проаналізуємо динаміку основних груп показників діяльності ТОВ «Сингента» за період 2021-2022 роки.

Фінансові результати ТОВ «Сингента» були відносно стабільними в період 2014-2021 року та погіршились у 2022 році порівняно з 2021 роком. Загальний дохід у 2022 році склав 566 млн. грн., що на 3107 млн. грн. менше показника 2021 року. Загальні витрати збільшились і у 2022 році становлять 123 млн. грн., що на 61% більше попереднього року. Показники руху, забезпеченості та ефективності використання основних засобів і оборотних активів ТОВ

Операційні витрати включають витрати, понесені у зв'язку з пропозицією про поглинання компанією ChemChina, яка входила до складу ТОВ «Сингента». 16 травня 2022 року в результаті визнання тендерної пропозиції ChemChina успішною компанія ТОВ «Сингента» виплатила спеціальні дивіденди у розмірі 5 швейцарських франків на акцію.

Інвестиції в дочірні компанії в групі компаній ТОВ «Сингента» є конфіденційною, тому данні компанії з фінансовою функцією юридичних осіб не вказана. Критерії розкриття інформації є такими:

- компанії, що безпосередньо належать ТОВ «Сингента»;
- компанії, що опосередковано володіють ТОВ «Сингента», з реалізацією продажів понад 100 мільйонів доларів США або еквівалентом або загальними активами понад 1% загальних активів;
- компанії, що мають фінансову функцію.

На прохання нідерландських органів ТОВ «Сингента» гарантує кредитний ризик, пов'язаний з кредитуванням, запозиченням та хеджуванням між ними Syngenta Treasury N.V. (товариство з обмеженою відповідальністю, організоване відповідно до законодавства Нідерландів та опосередковано повне фінансування дочірня компанія) та інших групових компаній, що перевищує 250 мільйонів євро.

Зовнішнє хеджування відноситься до фінансових інструментів, у яких Syngenta Treasury N.V. є договірними сторонами хеджування ризиків, що виникають у ТОВ «Сингента» з зовнішніми контрагентами.

Стратегія хеджування відбиває загальний підхід, концепцію управління, зміст якої визначається як обмеження або мінімізація ризиків.

В економічній літературі поняття фінансових інструментів та товарів, які пов'язуються з цінними ризиками, часто об'єднані одним терміном «активи». У такому контексті йдеться про реальні активи (на відміну від активних статей балансу), які можуть бути предметом купівлі-продажу та

проведення як активних, так і пасивних банківських операцій. Таке тлумачення цілком виправдане, коли викладаються питання, пов'язані з банківською діяльністю, хеджуванням, фінансовими ринками. Адже саме в цій сфері такі фінансові інструменти, як грошові кошти, валюта, цінні папери є основним предметом (реальним активом) укладених угод та проведених операцій.

Найзначнішими цінновими ризиками у фінансовій діяльності є ризики зміни відсоткових ставок та обмінних валютних курсів, а також ринковий ризик, пов'язаний зі зміною вартості цінних паперів. Цінові ризики належать до категорії фінансових ризиків, оскільки пов'язані з імовірними втратами грошових коштів, причому за можливими наслідками та масштабами вони є найвагомішими. Тому іноді під фінансовими ризиками розуміють лише цінові ризики — відсотковий, валютний та ринковий.

У широкому розумінні хеджуванням вважають будь-які дії, спрямовані на обмеження чи мінімізацію ціннових ризиків.

До хеджування належать способи впливу на структуру балансу з метою обмеження ціннових змін та створення систем захисту від ризиків укладанням додаткових фінансових угод, які дозволяють компенсувати можливі втрати.

До методів хеджування належать:

- структурне балансування;
- управління розривом між чутливими активами та зобов'язаннями;
- управління середньозваженим строком погашення (дюрація);
- укладення форвардних та ф'ючерсних угод з метою створення компенсуючої позиції;
- проведення операцій страхування за допомогою опціонів;
- обмін платежем згідно з балансовими характеристиками учасників угоди (своп-контракти).

Ці фінансові інструменти ТОВ «Сингента» здійснює відповідно до міжнародних договорів про обмінні та похідні фінансові інструменти (ISDA).

Крім того, напевно позиції фінансових інструментів, Договору про кредитну підтримку (CSA), згідно з якими грошові кошти обмінюються як заставні. ТОВ «Сингента» гарантує операції з фінансовими інструментами, введені під ці контракти ISDA. Об'єктивні зобов'язання, пов'язані з ними фінансові інструменти значно обмежені заходами пом'якшення кредитного ризику, що застосовуються згідно з ISDA та контрактами CSA та становить 3,5 млн. швейцарських франків на 31 грудня 2022 року (2021 рік: 11,1 млн. швейцарських франків).

Постійні обмінні курси. Приблизно 46% продажів ТОВ «Сингента» і 66% витрат ТОВ «Сингента» в 2022 році були деноміновані в інших валютах, крім доларів США.

Тому результати ТОВ «Сингента» за період, що охоплюється оглядом, суттєво вплинули на зміни обмінних курсів. Продажі в 2022 році на 1 відсоток нижче за 2021 рік за звітною базою, але на 2 відсотки нижче, коли розраховується за постійними курсами обміну. Компанія тому забезпечує аналіз результатів, розрахованих за постійним обмінним курсом («ССВ»), а також фактичними результатами для оцінки продуктивності до і після врахування коливань курсу.

Зобов'язання в рамках The Good Growth Plan («Плану успішного зростання»), що взяла на себе компанія «Сингента» у період до 2020 року:

1. Підвищити ефективність сільськогосподарських культур: збільшити середню врожайність основних сільськогосподарських культур у світі на 20 %, не збільшуючи посівні площі, водоспоживання чи засобів виробництва.
2. Врятувати більше сільськогосподарських земель: підвищити родючість 10 млн га сільськогосподарських угідь, які знаходяться на межі деградації.
3. Сприяти підвищенню біорізноманіття: підвищити біорозмаїття на 5 млн га сільськогосподарських угідь.

4. Розширювати можливості дрібних сільгоспвиробників: охопити 20 млн дрібних сільгоспвиробників і допомогти їм збільшити продуктивність своїх господарств на 50 %.

5. Підвищити безпеку праці: провести навчання з охорони праці для 20 млн фермерів, особливо в тих країнах, що розвиваються.

6. Запровадити справедливі умови праці в усіх ланках логістичного ланцюжка.

За результатами виконання «План успішного зростання» за період 2020 року ТОВ «Сингента» вимірювала ефективність культур у мережі з 3700 господарств у 42 країнах на прикладі 23 культур: охоплено 16,6 млн. малих підприємств урожайність де урожайність за досліджуваний період підвищилась на 8%; 4,3 млн. гектарів сільськогосподарських земель покращені завдяки програмам збереження біорізноманіття.

*Цілісна, чітко структурована система управління* підприємством, що об'єднує всі господарські процеси в єдиний налагоджений керований механізм, здатна запобігти проникненню кризових явищ у функціонування й розвиток суб'єктів господарювання і не допустити розповсюдження їхніх негативних наслідків. Формування такої системи управління, що має вирішувати стратегічні завдання, повинно здійснюватися за певними принципами, що забезпечують задовільний рівень управлінського впливу на фінансово-господарські відносини, процеси, окремі операції та дозволяють вчасно досягти цілей розвитку

Стратегічне управління сьогодні розглядається як комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, що визначають довгостроковий розвиток підприємства, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміни зовнішнього середовища, які можуть викликати необхідність стратегічного маневру, перегляду цілей та вибору нового напрямку розвитку.

Класифікація базових стратегій підприємства наведена нижче.

### Корпоративна (портфельна)

- стратегія встановлення інвестиційних пріоритетів і спрямування корпоративних ресурсів у найпривабливіші сфери діяльності; посилення конкурентних позицій у кожному виді бізнесу;

- створення та управління господарським портфелем структурних підрозділів (зміцнення ділових позицій), розробка заходів, підходів до формування конкурентних переваг;

### Ділова стратегія

- об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів.
- дії щодо підтримання ділової стратегії, досягнення цілей підрозділу.

### Функціональна стратегія

- вирішення проблем, пов'язаних із досягненням цілей підрозділу;

### Операційна стратегія

- способи вирішення стратегічно важливих оперативних завдань, (закупівля, управління запасами, ремонт, транспортування, реклама).

Стратегія підприємства легко описується за допомогою чотирьох елементів: стратегічних цілей, сфери діяльності, способу здобування конкурентної переваги та функціональних стратегій.

Стратегічні цілі вказують напрям діяльності підприємства, встановлюють спосіб мотивування працівників та способи проведення контролю за виконанням планів. Сфера діяльності підприємства вказує на те, які товари чи послуги і на яких ринках підприємство має намір впроваджувати. Основним способом здобуття конкурентної переваги підприємства на ринку є: етап впровадження інновацій, хороша якість, низька ціна, швидкість доставки, марка, та інші характеристики товару. Проте інколи з'являються нові та оригінальні способи здобуття переваги підприємства на ринку.

Фахівці зазначають, що якщо підприємство прагне впроваджувати ефективну інвестиційну стратегію, то доцільно, насамперед, удосконалити маркетингову складову своєї діяльності.

Для цього потрібно здійснювати найбільш ефективні, з точки зору експертів, заходи. Зокрема, до них відносяться:

1. Розробка продуктів на основі детального аналізу локальних проблем: базується на пошуку та встановленні найпривабливіших продуктів для безпосередньої зони випробувань.

2. Заочна участь у майбутніх закордонних виставках. Заочна участь у виставках передбачає розповсюдження рекламних матеріалів підприємства всім відвідувачам та учасникам виставки. Інформація про підприємство знаходиться на інформаційних стендах організаторів, у довіднику виставки, на стійках реєстрації тощо. Збір зворотного зв'язку від виробників та аналіз власного портфоліо щодо відповідності запитам ринку.

3. Пошук бізнес-партнерів, з метою створення спільних підприємств або використання посередників. Створення спільного підприємства чи співпраця з посередниками (дистриб'юторами, дилерами, брокерами і т.д.) за межами країни здається перспективним, про те разом з цим виникає велика кількість проблем пов'язана із: вибором надійного бізнес-партнера, збільшенням незапланованих витрат, розбіжностями в стратегічних цілях із новим партнером, а також розподіл доходів (у разі створення спільного підприємства). Але з часом така форма організації зовнішньоекономічної діяльності приносить свої результати: прихильність споживачів до продукції фірми, зниження витрат, зростання прибутків, відкриваються нові можливості діяльності на закордонному ринку, бізнес-організації проявляють все більший інтерес до співпраці, і тоді використання посередників вже є неактуальним. Фірма може власними зусиллями завойовувати бажані позиції на ринку, а також будувати стратегічні плани на довгострокову перспективу.

**Провідні компанії для вибору інвестиційної стратегії** здебільшого використовують як зовнішні так і внутрішні джерела інформації. Одним із таких є Kleffmann Group. Виходячи з досліджень проведених 2016-18 роках (таблиця 3.1) основними критеріями вибору продукту були:

- комбінація діючих речовин
- персональний досвід виробника
- ефективність продукту
- рекомендації з ринку

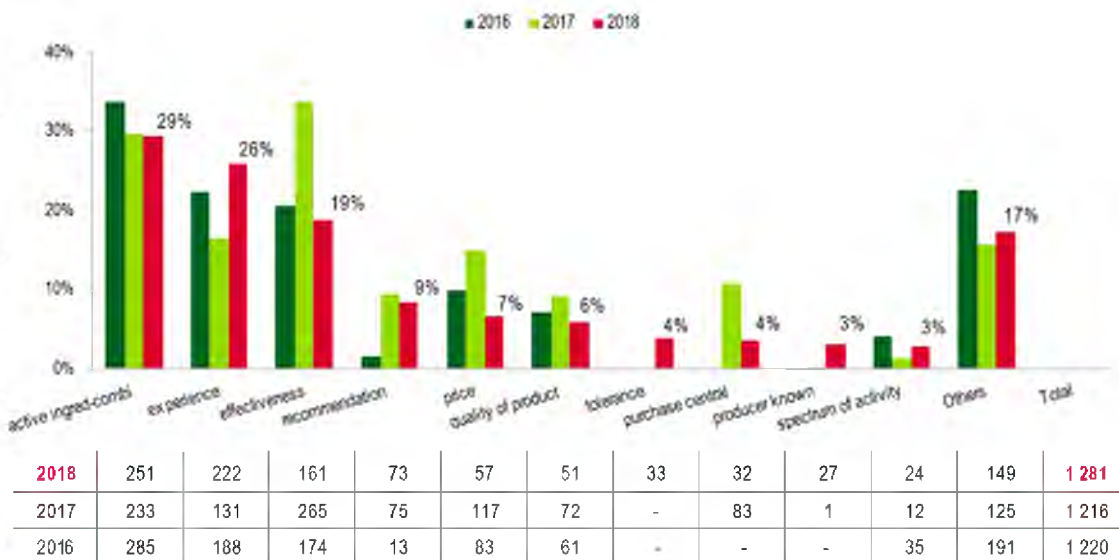
Основним елементом, який відігравав провідну роль (30%) був критерій комбінації діючих речовин що контролюють широкий спектр шкідливих об'єктів присутніх на тій чи іншій сільськогосподарській культурі.

Таблиця 3.1.

**Fungicides/Insecticides Reason for application**  
What were your reasons for applying this product ?



Data in ha / % of super developed area (1.000 ha), multiple answers possible, 2016 = 1 220; 2017 = 1 216; 2018 = 1 281



Super developed area and percentages above 100% account for possibility of multiple farmer answers. Don't know and no answer for 2016 = 22%, 2017 = 13%, 2018 = 23%

Незважаючи на існуючі складності, проблеми та особливості, привабливість аграрної сфери дедалі зростає. Перед аграрними підприємствами відкриваються широкі перспективи у зв'язку із загрозою світової продовольчої кризи, зростанням попиту на біопаливо, відсутністю можливості розширювати посівні площі й нарощувати продуктивність сільського господарства основних аграрних країн. Це зумовлює необхідність пошуку нових підходів до оцінки стану й перспектив інноваційного розвитку аграрних підприємств України, що, у свою чергу, потребує оцінювання зовнішнього та внутрішнього інноваційного середовища підприємств у взаємозв'язку та залежності. Така оцінка здійснюється на основі SWOT-аналізу

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

Таблиця 3.2.

## SWOT-аналіз компанії «Сингента»

<p><b>Зовнішнє середовище</b></p> <p><b>Внутрішнє середовище</b></p>	<p><b>Можливості</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Можливість розширення ринків збуту та вихід на світові ринки</li> <li>2. Зростаючий світовий попит на екологічну продукцію</li> <li>3. Підвищення якості та зниження собівартості продукції на основі досягнень біотехнологій</li> <li>4. Підвищення рівня професійності кадрів та якості управління</li> </ol>	<p><b>Загрози</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недосконалість законодавчої бази з питань інноваційної діяльності</li> <li>2. Нестабільність цін та залежність від кредитів</li> <li>3. Ринкові зміни в умовах прагнення до євроінтеграції: розширення доступу зарубіжних виробників та захоплення ними ключових позицій на вітчизняному продсольчому ринку</li> </ol>
<p><b>Сильні сторони</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подолання економічного спаду та поступова стабілізація агровиробництва</li> <li>2. Потужний природно-ресурсний потенціал</li> <li>3. Наявність земельних територій, що дозволяють виробляти органічну продукцію</li> <li>4. Значні резерви підвищення урожайності рослин та продуктивності тварин</li> <li>5. Збереження науково-технічного потенціалу</li> </ol>	<p><b>Поле СІМ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вдосконалення та розширення асортименту продукції</li> <li>2. Нарощування обсягів виробництва та експорту екологічно чистої аграрної продукції</li> <li>3. Збільшення прибутковості діяльності</li> </ol>	<p><b>Поле СІЗ 1.</b></p> <p>Дослідження ринку технологій, аграрних ринків та діяльності конкурентів</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Сертифікація та маркування агропродукції відповідно до міжнародних вимог</li> <li>3. Нагадження ефективних науково-технологічних зв'язків у зовнішньому середовищі</li> </ol>
<p><b>Слабкі сторони</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Несприйнятливість до новітніх технологій</li> <li>2. Недостатня кількість та різноманітність джерел фінансування</li> <li>3. Відсутність відповідних навичок у галузі інноваційного менеджменту</li> <li>4. Низький рівень кваліфікації персоналу</li> <li>5. Застарілість матеріально-технічної бази господарств</li> </ol>	<p><b>Поле СІМ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формування творчого, підприємницького інноваційного менеджменту</li> <li>2. Удосконалення управлінських навичок персоналу</li> <li>3. Створення матеріальних стимулів та умов творчої праці</li> <li>4. Освоєння нових методів організації виробництва</li> </ol>	<p><b>Поле СІЗ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційне забезпечення виробництва з метою прогнозування комерційного потенціалу інноваційної агропродукції</li> <li>2. Розробка інвестиційних проектів</li> <li>3. Підвищення кваліфікації кадрів у галузі правової охорони та інтелектуальної власності</li> </ol>

Українські аграрії мають вагомий потенціал в розвитку сільського господарства та економічного стану в цілому, а саме сприятливі кліматичні

умови, родючі землі, робочу силу та значний фундамент технологічної сфери. Проте потенціал варто вдосконалювати за допомогою нано-, смарт-технологіями.

Ключові проблеми агропромислового комплексу України:

1. Мізерні техніко-технологічного оновлення виробництва, що впливає на збільшення виробничих витрат через зростання зношеності техніки, що також призводить до значних втрат продукції через недосконалість інфраструктури аграрного ринку, логістики зберігання.

2. Недостатнє фінансування аграрної сфери. Саме аграрії втримують українську економіку від падіння у прірву. Завдяки АПК Україна підтримує пристойний експорт і, крім того, зберігає надходження іноземної валюти в країну. Фінансування агропромислового комплексу в середньому 6,3 млрд. грн., проте це крапля в морі, якщо оцінювати реальне місце сільського господарства в економіці країни.

*Збільшення конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках* є важливим завданням для підприємств, що працюють в аграрному секторі. Інновації можуть відігравати ключову роль у досягненні цієї мети. Ось деякі способи, якими інновації можуть сприяти збільшенню конкурентоспроможності на зовнішніх ринках:

- Розробка нових продуктів: Інновації дозволяють створювати нові продукти або модифікувати існуючі, що задовольняють потреби зовнішніх ринків. Це може включати розробку нових сортів рослин, біологічних препаратів, технологій вирощування або методів обробки, які відповідають вимогам та стандартам іноземних покупців.

- Покращення якості та стандартів: Інновації можуть сприяти покращенню якості продукції та відповідності міжнародним стандартам. Це може включати впровадження систем якості, сертифікацію, використання нових технологій контролю якості, а також вдосконалення процесів виробництва та управління.

• **Екологічна стійкість:** Зростає попит на екологічно стійку продукцію на зовнішніх ринках. Інновації можуть сприяти розробці та впровадженню екологічно чистих методів вирощування, біологічних препаратів захисту рослин, енергоефективних технологій, а також реалізації програми збереження природних ресурсів.

• **Упаковка та маркетинг:** Інновації можуть стосуватися не тільки самої продукції, але й упаковки та маркетингу. Розробка привабливої та функціональної упаковки, використання нових методів маркетингу, таких як цифрові технології та соціальні медіа, можуть забезпечити конкурентну перевагу на зовнішніх ринках.

• **Використання технологій:** Інновації включають в себе використання нових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей, автоматизація та робототехніка. Впровадження таких технологій може покращити ефективність виробництва, знизити витрати, покращити якість та допомогти підприємствам бути більш конкурентоспроможними на зовнішніх ринках.

• **Міжнародна співпраця:** Співпраця з міжнародними партнерами, дослідницькими установами та підприємствами може сприяти обміну знаннями, технологіями та ресурсами, що сприяє інноваціям та підвищенню конкурентоспроможності.

#### Виклики:

• **Конкуренція:** Зовнішні ринки є конкурентними, і підприємства повинні знайти способи виділитися серед інших гравців. Це вимагає постійного пошуку нових інновацій та удосконалення продукції.

• **Регуляторні обмеження:** Різні країни можуть мати різні регуляторні вимоги та стандарти, які можуть стати перешкодою для впровадження інноваційних продуктів на зовнішніх ринках. Підприємства повинні бути готовими відповідати цим вимогам та виконувати стандарти якості.

• **Фінансування:** Інновації можуть потребувати значних інвестицій у дослідження та розробку, впровадження нових технологій та маркетинг.

Забезпечення фінансування може бути викликом для підприємств, особливо для малих та середніх підприємств.

- **Культурні та мовні бар'єри:** Вхідження на зовнішні ринки вимагає врахування культурних та мовних особливостей країн-партнерів. Підприємства повинні адаптувати свою продукцію, маркетингові стратегії та комунікацію до потреб та вимог міжнародних покупців.

*Збільшення конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх*

*ринках* вимагає постійного інноваційного підходу, адаптації до змін та врахування вимог міжнародних покупців. Інновації можуть допомогти підприємствам зайняти сильну позицію на внутрішніх та зовнішніх ринках та забезпечити сталість та зростання.

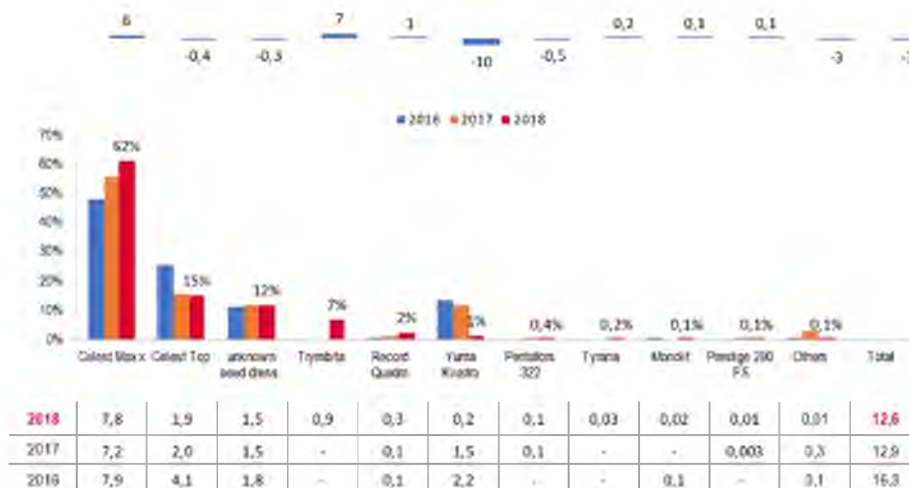
Розвиток портфоліо продуктів на основі підходу до вирішення локальних проблем дав змогу компанії впродовж короткого часу зайняти лідируючі позиції в сегменті комбінованих продуктів. В період 2016-2018 років був зафіксований активний ріст об'єму продажів нового продукту комбінація якого була створена для контролю хвороб та шкідників в умовах України.

Флудіаксоніл+Тебуконазол+Тіаметоксам – технічна розробка, пропозиції та розвиток продукту безпосередньо здійснена командою науковців та експертів дослідницької станції ТОВ «Сінгента» та перевірена державними науковими інституціями та дозвільними органами по реєстрації ЗЗР. З моменту запуску продукту до пікових продажів частка ринку що припадала на даний продукт була 45-60%, про що свідчать дані незалежної компанії. (Таблиця 3.3)

Таблиця 3.3

### Ринок комбінованих продуктів ЗЗР, зміни та динаміка Річний оборот

Дані в млн. USD% річного обороту та зміна%, 2016 = 16,3; 2017 = 12,9; 2018 = 12,6



### 3.2. Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів продажів та експорту

Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів продажів та експорту є важливими стратегіями для розвитку аграрного сектору і підвищення його конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Інновації можуть відігравати ключову роль у досягненні цих цілей. Ось деякі способи, якими інновації можуть сприяти розширенню асортименту продукції та збільшенню обсягів експорту:

- **Розробка нових продуктів:** Інновації дозволяють розробляти нові продукти або модифікувати існуючі, що задовольняють потреби міжнародних ринків. Розширення асортименту продукції може включати введення нових сортів рослин, вирощування екзотичних фруктів або овочів, виготовлення нових видів продуктів переробки, таких як соки, консерви тощо.
- **Адаптація до міжнародних стандартів:** Інновації можуть сприяти адаптації продукції до міжнародних стандартів якості, безпеки та етичних вимог. Це може включати впровадження систем якості, сертифікацію, використання

нових технологій контролю якості та дотримання вимог щодо екологічної сталості.

- Розвиток бренду та маркетинг: Інновації можуть допомогти в розвитку бренду та маркетингу продукції на зовнішніх ринках. Впровадження нових методів маркетингу, таких як цифрові технології та соціальні медіа, може сприяти просуванню продукції та залученню нових клієнтів.

- Використання технологій: Впровадження нових технологій може допомогти розширити асортимент продукції та підвищити її якість.

Наприклад, використання технологій обробки та консервації може дозволити зберігати продукцію довше та збільшити її термін зберігання.

- Розширення виробництва: Інновації можуть сприяти розширенню виробництва та підвищенню обсягів експорту. Впровадження нових технологій та процесів може забезпечити більшу ефективність та продуктивність, що дозволить збільшити виробництво та задовольнити попит на зовнішніх ринках.

- Маркетингові дослідження та аналіз: Інновації можуть включати проведення маркетингових досліджень та аналізу, щоб з'ясувати потреби та вимоги зовнішніх ринків. Це допоможе підприємствам налаштувати виробництво та асортимент продукції відповідно до потреб клієнтів.

- Міжнародна співпраця: Співпраця з міжнародними партнерами та дистриб'юторами може сприяти розширенню асортименту продукції та збільшенню обсягів експорту. Спільна робота з партнерами може допомогти зайти на нові ринки та залучити нових клієнтів.

Виклики:

- Доступ до ринків: Вхід на нові зовнішні ринки може бути складним через торгові бар'єри, митні обмеження та інші торговельні перешкоди.

Підприємства повинні бути готовими до вирішення цих викликів та встановлення партнерських відносин з місцевими партнерами.

• Логістика та поставки: Збільшення обсягів експорту може вимагати вирішення питань логістики та поставок, забезпечення якості та своєчасності доставки продукції на зовнішні ринки.

- Конкуренція: Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів експорту вимагає конкурентного позиціонування на зовнішніх ринках.

Підприємства повинні бути готовими до конкуренції з іншими гравцями та знайти свою нішу на ринку.

- Фінансування: Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів експорту можуть потребувати додаткових інвестицій у виробництво,

маркетинг та логістику. Забезпечення фінансування може бути викликом для підприємств, особливо для малих та середніх підприємств.

Значний вплив на прийняття рішень щодо розвитку портфоліо інноваційних продуктів має зворотній зв'язок від основних виробників.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

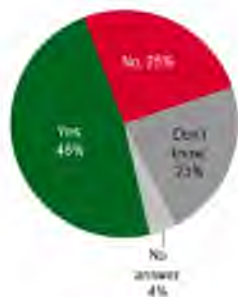
НУБІП України

Таблиця 3.4

Ринок комбінованих продуктів ЗЗР – Опитування . використання продукту в попередньому сезоні?  
Чи використовували ви продукт в минулому сезоні

Дані в гектарах / % виробників з великою площею посівів зернових (1 000 га), 2018 = 856

Продукти, організовані відповідно до спадання



SDA	Mentions	Product	Yes	No	D.K.	No A.
417	77	Celest Maxx	74%	22%		
188	63	unknown seed dress.			100%	
100	27	Record Quadro	48%	52%		
56	10	Celest Top	54%	20%	26%	
56	10	Trymbita		100%		
9	3	Monolit	25%		75%	
8	2	Yunta Kvadro	100%			
5	1	Pentafors 322	100%			
3	2	Tyrana	100%			
2	1	Premier Gold	100%			
1	1	Prestige 290 FS			100%	
1	1	Fitolmyn-syntez	100%			

Оцінивши тенденції використання продуктів на ринку можемо дослідити тренд до збільшення цікавості виробників до нових комбінованих продуктів (50% опитуваних) та спад використання вже добре відомих ЗЗР які мають в формуляції вузький спектр контролю цільових об'єктів та давно існують на ринку.

Також в дослідженні та пошуку майбутніх пропозицій для ринку визначення сталого використання інноваційних продуктів використовується прогноз щодо використання комбінованих продуктів ЗЗР та оцінка привабливості майбутніх інвестицій в даний сегмент ринку.

# НУБІП України

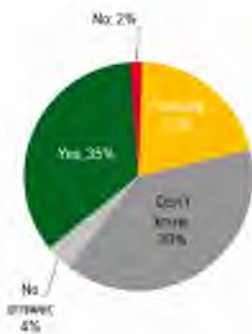
# НУБІП України

Таблиця 3.5

**Ринок комбінованих продуктів ЗЗР – Опитування, вибір продукту на наступний сезон?**  
 Чи буде використано вати продукту кт насту пного року?

Дані в тисячах / % виробничої площі в Україні (1 000 га), 2018 – 2019

Продукти, організовані відповідно до складання



Вибірка	Відгуків	Продукт	Yes	No	Probably	Don't know	No answer
417	77	Celest Maxx	41%	1%	29%	18%	2%
188	63	unknown seed dress.			100%		0%
100	27	Record Quadro	42%		51%		7%
56	10	Celest Top	40%	0%	28%		28%
56	10	Tymbita		11%		1%	28%
9	3	Monolit		75%			75%
8	2	Yunta Kvadro		100%			
5	1	Pentafor 322		100%			
3	2	Tyrana		100%			
2	1	Premier Gold		100%			
1	1	Prestige 290 FS		100%			
1	1	Fitolmyn-synteZ		100%			

Розширення асортименту продукції та збільшення обсягів експорту вимагають постійного інноваційного підходу, адаптації до змін на ринку та врахування потреб міжнародних покупців. Інновації можуть допомогти розширити асортимент продукції, підвищити якість та конкурентоспроможність, що сприятиме збільшенню обсягів експорту.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

Для реалізації інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств потрібні значні капіталовкладення. Аналізуючи поточну ситуацію в українських підприємств спостерігається гостра нестача власних фінансових ресурсів, а можливість скористатися кредитом мінімальна [24, с. 103].

Безумовно подолання існуючої ситуації можливе за рахунок відповідної фінансової підтримки інноваційної діяльності. Згідно вітчизняного законодавства суб'єктам інноваційної діяльності надається всіляка підтримка з боку держави. Найпопулярнішими шляхами такої підтримки є: повне та часткове безвідсоткове кредитування пріоритетних інноваційних проектів, повні та часткові компенсації, державні гарантії та майнове страхування. Для фінансування таких проектів можна використовувати кошти Державного бюджету України, кошти місцевих бюджетів, власні кошти та всі інші джерела фінансування, що не заборонені законом [24, с. 103]. На сьогоднішній день

Мінагрополітики підтримує фермерський рух в Україні та радить аграріям і тим, хто хоче розпочати власний бізнес з цього напрямку, скористатися державною програмою підтримки фермерства та кооперації, на яку уряд виділив 1 млрд грн. Програма включає декілька напрямів – дешеві кредити, здешевлення техніки, 80% компенсації за насіння, 70% компенсації кооперативам, відшкодування дорадчих послуг.

Щодо реалізації та впровадження інноваційних проектів в приватних компаніях важливим є наявність чіткого плану та стратегії інноваційного проекту. В даному випадку стратегія компанії полягала в сталій підтримці та розвитку сегменту комбінованих протруйників на зернових.

В таблиці 3.6 наведена інформація динаміки продажу інноваційних продуктів ТОВ Сингента в 2014-2021 роках та відповідна частка продажів продуктів спеціально створених для ґрунтово кліматичних мов України.

Таблиця 3.6.

Вплив появи на ринку комбінованих продуктів захисту рослин (обробка насіння), розроблених для лише для України на динаміку продажів та ріст сегменту ринку.

Продукт	Рік						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Седаксан+Флудіаксоніл+Тебуконазол+Тіаметоксам млн\$			0,1	1	3,3	4,5	6,5
Флудіаксоніл+Тебуконазол+Тіаметоксам млн\$	4,3	5,9	7,7	9,5	14,9	14,3	13,1
Ринок млн\$	12	16	16	32	38	41	49

Джерело: власна розробка автора

Також був проведений аналіз фінансової складової доцільності розвитку інноваційних ЗЗР:

Седаксан+Флудіаксоніл+Тебуконазол+Тіаметоксам: NPV = 0,71 млн доларів

США

Флудіаксоніл+Тебуконазол+Тіаметоксам : NPV = 11,1 млн доларів США

Крім фінансових показників при розробці плану дій оцінювалися якісні показники інвестицій, такі як: підвищення репутації та привабливості підприємства, впровадження новітніх технологій та наукових досліджень в аграрний сектор може мати значний вплив на підвищення продуктивності, ефективності та сталості виробництва.

Досліджені потенціали співпраці знаковими установами та принципи вибору маркетингових стратегій для розвитку нового сегменту ринку.

**Підвищення репутації та привабливості підприємства** для іноземних інвесторів є важливим завданням для залучення зовнішніх інвестицій у аграрний сектор. Інновації можуть відігравати ключову роль у досягненні цієї мети. Ось деякі способи, якими інновації можуть сприяти підвищенню репутації та привабливості підприємства для іноземних інвесторів:

• Дослідження та розробка: інновації в дослідженні та розробці можуть підвищити привабливість підприємства для іноземних інвесторів. Вони демонструють здатність підприємства до інноваційного мислення та технологічного розвитку, що робить його привабливим для інвестицій.

• Використання нових технологій: Впровадження нових технологій у виробництво може підвищити ефективність та продуктивність підприємства. Іноземні інвестори шукають підприємства, які використовують передові технології, що дозволяють забезпечити конкурентну перевагу.

• Сталість та екологічна відповідальність: Іноземні інвестори все більше звертають увагу на сталість та екологічну відповідальність підприємств. Інновації можуть сприяти впровадженню екологічно чистих технологій, енергоефективних рішень та зменшенню негативного впливу на довкілля.

• Соціальна відповідальність: Підприємства, які проявляють соціальну відповідальність, стають більш привабливими для іноземних інвесторів. Інновації можуть сприяти впровадженню соціальних програм, покращенню умов праці, взаємодії з місцевою спільнотою та забезпеченню високих стандартів корпоративної громадянської відповідальності.

• Партнерство та співпраця: Співпраця з міжнародними партнерами та установами може сприяти підвищенню репутації підприємства та забезпечити доступ до нових можливостей. Спільні проекти та партнерства з відомими гравцями можуть підвищити довіру та привабливість підприємства для іноземних інвесторів.

• Інноваційний потенціал: Іноземні інвестори шукають підприємства з великим потенціалом для інновацій та розвитку. Демонстрація інноваційного потенціалу та здатності до постійного розвитку може зробити підприємство привабливим для інвестицій.

• Трансфер технологій: Іноземні інвестори можуть бути зацікавлені у підприємствах, які можуть забезпечити трансфер технологій та знань. Інновації можуть сприяти створенню таких можливостей для співпраці та обміну знаннями.

# НУБІП України

Виклики:

- **Конкуренція:** Іноземні інвестори мають великий вибір підприємств для інвестицій, тому конкуренція на міжнародному рівні є великою.

Підприємства повинні вирізнитися серед конкурентів та демонструвати свою конкурентну перевагу.

- **Ризики та невизначеність:** Іноземні інвестори можуть бути обережними через ризики та невизначеність, пов'язані з бізнесом в іншій країні.

Підприємства повинні враховувати ці ризики та пропонувати стратегії для їх зменшення.

- **Регуляторні вимоги:** Різні країни мають різні регуляторні вимоги та процедури, які можуть бути викликом для іноземних інвесторів. Підприємства повинні бути готовими відповідати цим вимогам та виконувати стандарти.

• **Доступ до ресурсів:** Іноземні інвестори можуть бути зацікавлені в доступі до місцевих ресурсів, таких як земля, вода, праця тощо. Підприємства повинні мати плани та стратегії для забезпечення доступу до цих ресурсів.

- **Підвищення репутації та привабливості підприємства для іноземних інвесторів** вимагає постійного інноваційного розвитку, демонстрації сталості та соціальної відповідальності. Інновації можуть підсилити репутацію підприємства, зробити його привабливим для іноземних інвесторів та сприяти залученню зовнішніх інвестицій.

**Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень в аграрний сектор** може мати значний вплив на підвищення продуктивності, ефективності та сталості виробництва. Ось деякі переваги впровадження новітніх технологій та наукових досліджень:

- **Підвищення продуктивності:** Впровадження новітніх технологій та результатів наукових досліджень може допомогти підвищити продуктивність виробництва. Нові технології можуть забезпечити ефективнішу виробництво

дію, автоматизацію процесів, оптимізацію використання ресурсів та покращення якості продукції.

- **Зменшення витрат:** Впровадження новітніх технологій може допомогти знизити витрати на виробництво. Наприклад, застосування сучасних систем іригації, датчиків рівня вологості та розумних систем управління може допомогти зменшити споживання води та енергії.

- **Покращення якості продукції:** Новітні технології та наукові дослідження можуть сприяти покращенню якості продукції. Впровадження нових методів обробки, контролю якості та упаковки може допомогти

забезпечити високу якість продукції, що впливає на конкурентоспроможність на ринку.

- **Збільшення стійкості до стресових умов:** Новітні технології та наукові дослідження можуть сприяти розробці рослин, які мають підвищену стійкість до стресових умов, таких як посуха, холод, хвороби або шкідники. Це допомагає забезпечити стабільний врожай та знизити ризик втрат.

- **Екологічна сталість:** Впровадження новітніх технологій може сприяти покращенню екологічної сталості виробництва. Наприклад, використання біологічних препаратів захисту рослин, екологічно чистих методів обробки ґрунту та води, а також використання відновлюваних джерел енергії може знизити негативний вплив на навколишнє середовище.

- **Посилення наукового потенціалу:** Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень сприяє розвитку наукового потенціалу в аграрному секторі. Залучення вчених, дослідників та експертів допомагає вирішувати складні проблеми та розвивати нові інноваційні рішення.

Виклики:

- **Фінансування:** Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень може вимагати значних витрат на дослідження, розробку та впровадження. Забезпечення фінансування може бути викликом для підприємств, особливо для малих та середніх підприємств.

- **Кадрові ресурси:** Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень може вимагати наявності кваліфікованих кадрів. Залучення та утримання висококваліфікованих спеціалістів може бути викликом для підприємств.

- **Регуляторні обмеження:** Впровадження новітніх технологій може стикатися з регуляторними обмеженнями та процедурами, які можуть бути складними та тривалими. Підприємства повинні бути готовими відповісти цим вимогам та виконувати стандарти.

- **Взаємодія зі стейкхолдерами:** Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень може вимагати взаємодії з різними стейкхолдерами, такими як фермери, громади, влада та інші зацікавлені сторони. Важливо забезпечити їх підтримку та співпрацю для успішного впровадження.

- Впровадження новітніх технологій та наукових досліджень може позитивно вплинути на аграрний сектор, забезпечуючи підвищення продуктивності, покращення якості та екологічну сталість. Однак, врахування викликів та розробка стратегій для їх подолання є важливими для успішного впровадження.

*Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами є важливим елементом розвитку аграрного сектору і сприяє інноваційному росту. Ось деякі переваги співпраці з науковими установами та іншими підприємствами:*

- **Доступ до нових знань:** Співпраця з науковими установами дозволяє отримати доступ до новітніх досліджень, технологій та знань. Це допомагає підприємствам залишатися впереду конкурентів і впроваджувати інновації у своє виробництво.

- **Обмін експертизою:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами дозволяє обмінюватися експертизою та кращими практиками. Це сприяє вирішенню складних проблем, покращенню процесів виробництва та розробці нових ідей.

- **Спільні дослідження та розробки:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може включати спільні дослідження та розробки. Це дозволяє об'єднати ресурси, знання та фінансову підтримку для вирішення складних проблем та створення нових інноваційних продуктів.

- **Розширення мережі контактів:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами допомагає розширити мережу контактів і знайти нові можливості для співпраці та партнерства. Це може включати спільні проекти, обмін персоналом та інші форми співробітництва.

- **Залучення фінансування:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може допомогти залучити фінансування для інноваційних проектів. Спільні проекти та партнерства можуть бути привабливими для інвесторів та фінансових установ.

- **Швидкість впровадження:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може сприяти швидкому впровадженню інновацій. Об'єднання зусиль та ресурсів дозволяє прискорити процес розробки та впровадження нових технологій та продуктів.

- **Розвиток кластерів:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може сприяти розвитку кластерів, де різні гравці співпрацюють та взаємодіють, створюючи сприятливе середовище для інновацій та розвитку.

#### Виклики:

- **Управління спільними проектами:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може вимагати ефективного управління спільними проектами, враховуючи різні потреби, цілі та ресурси партнерів.

- **Вирішення конфліктів інтересів:** Співпраця з різними сторонами може призвести до конфліктів інтересів. Важливо встановити чіткі правила та механізми вирішення конфліктів, щоб забезпечити успішну співпрацю.

- **Правові та регуляторні вимоги:** Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може стикатися з правовими та регуляторними

вимогами, які можуть бути складними для виконання. Підприємства повинні бути готовими відповідати цим вимогам та виконувати стандарти.

- Співпраця з науковими установами та іншими підприємствами може сприяти інноваційному розвитку аграрного сектору та підвищити конкурентоспроможність підприємства. Врахування викликів та розробка стратегій для успішної співпраці є важливими для досягнення позитивних результатів.

### 3.3. Маркетингові стратегії для просування інноваційних продуктів на зовнішніх ринках

Маркетингові стратегії грають важливу роль у просуванні інноваційних продуктів на зовнішніх ринках. Ось кілька рекомендацій, які доцільно використовувати для ефективного маркетингу інноваційних продуктів:

- **Вивчення ринку:** Перед просуванням інноваційного продукту на зовнішньому ринку важливо провести детальне дослідження потенційних клієнтів, конкурентів та ринкових тенденцій. Це допоможе зрозуміти потреби та вимоги цільової аудиторії та розробити стратегію просування.

- **Сегментація ринку:** Ідентифікуйте різні сегменти ринку, які мають потенційний інтерес до вашого інноваційного продукту. Розробіть стратегії спрямовані на кожен сегмент, враховуючи їхні потреби, вподобання та характеристики.

- **Брендування:** Створіть сильний бренд для вашого інноваційного продукту. Розробіть унікальну позицію на ринку та визнайте основні переваги вашого продукту. Використовуйте ефективні комунікаційні канали для побудови свідомості та розповсюдження бренду.

- **Комунікація:** Розробіть ефективну комунікаційну стратегію для просування вашого інноваційного продукту. Використовуйте різні канали комунікації, такі як реклама, PR, соціальні медіа та відеоматеріали, для залучення уваги та пояснення переваг продукту.

• Демонстрація та тестування: Забезпечте можливість потенційним клієнтам ознайомитися з вашим інноваційним продуктом. Організуйте демонстрації, презентації та тестування, щоб показати переваги та функціональність продукту.

• Партнерство та співпраця: Розгляньте можливість партнерства з іншими компаніями або організаціями, які мають доступ до вашої цільової аудиторії. Спільні маркетингові активності та співпраця можуть сприяти підвищенню свідомості та залученню нових клієнтів.

• Підтримка клієнтів: Забезпечте якісну технічну підтримку та обслуговування для ваших клієнтів. Це допоможе зберегти лояльність та клієнтів, а також створить позитивну репутацію вашого продукту.

• Аналіз результатів: Постійно аналізуйте та оцінюйте ефективність вашої маркетингової стратегії. Використовуйте дані та зворотний зв'язок для вдосконалення стратегії та адаптації до змін на ринку.

Важливо розробити індивідуальну маркетингову стратегію, враховуючи особливості вашого інноваційного продукту та цільової аудиторії. Правильно налаштована маркетингова стратегія допоможе залучити увагу та зацікавленість на зовнішніх ринках.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

## ВИСНОВКИ

Основним результатом досліджень стало підтвердження, що обрана стратегія виробників ЗЗР щодо прискореного впровадження інновацій, працює.

Впродовж останнього десятиріччя в Україні та світі відбувся перехід від статичних і динамічних конкурентних переваг до інноваційних, досягнення яких,

насамперед, пов'язане з переходом країн на інноваційний шлях з метою досягнення якісно нового рівня соціально-економічного розвитку. Динамічність

середовища функціонування сучасних суб'єктів господарювання, загострення конкуренції на ринку та наслідки світових фінансових викликів змушують

останніх вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інновацій в систему досліджень та управління

ними в розрізі зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Ці дії здійснюються з метою використання ключових компетенцій, а також отримання конкурентної

переваги над суперниками в міжнародному вимірі. Це обумовлює актуальність дослідження готовності підприємств до запровадження інновацій, впливу

інноваційної складової на вибір розвитку підприємства та сталу стратегію інновацій, яка забезпечить прибутковість в умовах динамічних змін на ринку

Розвиток інноваційних продуктів та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності може допомогти підприємству залучати нових

клієнтів, розширювати ринки і збільшувати прибуток. Спираючись на аналіз діяльності ТОВ «Сингента» та шляхах розвитку інноваційних продуктів

можемо визначити основні напрями для реалізації даних проектів:

- Інвестиції в дослідження та розробку: стає забезпечення ресурсами відділів дослідження та розробку для створення нових інноваційних продуктів та розробка нових продуктів може допомогти підприємству залучати нових клієнтів і відкривати нові ринки. Також проактивно реагувати на зміни в тенденціях.

- Аналіз ринку та конкурентів: детальний аналіз ринку та конкурентів, щоб зрозуміти потреби та вимоги клієнтів, а також виявити можливості для

інноваційних продуктів потрібно врахувати конкурентні переваги та ризики, пов'язані з ринком.

- **Встановлення стратегічних партнерств:** можливість укладання стратегічних партнерств з іншими підприємствами або науковими установами та спільні розробки та маркетинг інноваційних продуктів може сприяти їх швидшому впровадженню та залученню нових клієнтів.

- **Залучення талановитих працівників:** створення команди талановитих фахівців, які займаються дослідженнями та розробкою нових інноваційних продуктів чи залучення талановитих працівників третіх сторін може сприяти швидкому розвитку та впровадженню нових ідей.

- **Маркетингові дослідження та просування:** розробка маркетингових досліджень для вивчення цільової аудиторії, їхніх потреб та вимог, побудова ефективної стратегії просування, використовуючи різні канали комунікації та маркетингові інструменти.

- **Міжнародна експансія:** оцінити можливість розширення на міжнародні ринки для залучення нових клієнтів та збільшення обсягів продажів..

- **Використання технологій:** впроваджувати сучасні технології для автоматизації процесів, управління даними та збільшення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, використання цифрових інструментів та аналітики може сприяти прийняттю обґрунтованих рішень та покращенню продуктивності.

- **Постійна інноваційна культура:** Створення постійної інноваційної культури в підприємстві, що сприяє постійному розвитку та інноваціям, відкритий обмін ідей та стимулюйте співпрацю між різними відділами та командами.

- **Оцінка за трендів та нововведень:** тримати руку на пульсі останніх трендів та нововведень у галузі, слідкувати за розвитком технологій, змінами вимог клієнтів та конкурентами, щоб завжди бути на крок попереду.

Дані рекомендації на мою думку допоможуть підприємству розвивати інноваційні продукти та підвищувати ефективність зовнішньоекономічної

діяльності. Важливо постійно вдосконалюватися, адаптуватися до змін на ринку та відповідати на потреби клієнтів.

Під інноваційним розвитком слід розуміти позитивні зміни в діяльності суб'єкта господарювання при використанні новацій, що призводить до підвищення його конкурентоспроможності

Успішне впровадження інноваційних розробок сприяє узгодженню економічних інтересів учасників інноваційного процесу і, як результат, впливає на отримання різних видів ефектів упровадження інновацій, тому для оцінки такого інноваційного процесу необхідно використовувати систему критеріїв та показників, що передбачає оцінювання ряду аспектів, а саме: економічної, екологічної, соціальної, організаційно-управлінської та маркетингової ефективності. Це дозволить оцінити результати впровадження інноваційних розробок за характерними показниками для кожного виду ефекту.

Розвиток інноваційних продуктів захисту рослин є важливим фактором у забезпеченні стійкого розвитку сільського господарства. Впровадження нових технологій та продуктів допомагає забезпечити безпечну, стійку та ефективну продукцію, що в свою чергу, сприяє збалансованому розвитку сільських регіонів та забезпеченню продовольчої безпеки.

Саме інноваційний розвиток є основою складовою випереджаючого розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Інноваційність забезпечує безперервне вдосконалення існуючого стану, потенційне «зростання», перехід від одного рівня до значно вищого іншого, розширення існуючих кордонів у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистичний щорічник України за 2021 рік / Державна служба статистики України, с. 291.

2. Величко О.М. Особливості інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] / О.М. Величко // Ефективна економіка. 2013.

- №3. - Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3386>

3. Вініченко О.М. Характеристика, види та сутність розвитку підприємства / О.М. Вініченко // Агросвіт. – 2015. - №15. – С. 49-57.

4. Діденко С. О. Особливості інноваційного розвитку підприємств агропромислового комплексу України [Електронний ресурс] / С.О. Діденко, А.В. Павленко. - Режим доступу:

<https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9124/3/zvp34.pdf>,

5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. / С.М. Ілляшенко — Суми : ВДТ «Університетська книга», 2005. – 324 с.

6. К.В. Мусіна, В.В. Дергачова. Інноваційна складова розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. //Збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до правління підприємством. ННГУ «КП», 2017. Дата звернення - 2015-04-22.

7. Кобрин Л.І. Діагностика факторів інноваційного розвитку підприємства / Л.І. Кобрин // SCIENTIFIC PAPERS. – 2016. - 1 (52). – С. 152-157.

8. Кузьминчук Н.В. Інноваційний розвиток як складова формування конкурентоспроможності промислового підприємства: теоретичний аспект / Н.В. Кузьминчук // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2014. - №2 (43). – С. 11-16.

9. Лупенко Ю.О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України // Ю.О. Лупенко // Економіка АПК – 2014. – № 12. – С. 5-11.

10. Мазнев Г.Є. Управління інноваційним розвитком аграрних підприємств / Г.Є. Мазнев // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2017. - №2. – С. 32-41.

11. Олійник О.В. Інноваційна діяльність: особливості розвитку і активізації в аграрному виробництві / О.В.Олійник, П.В.Сидельнікова // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди . Серія: «Економіка». – 2017.- Вип. 17. – С.73-82.

12. Рудь В.О. Інноваційний розвиток підприємства [Електронний ресурс] / В.О. Рудь. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/8631/1/305-307.pdf>

13. Толмачова О.В. Мотивація інноваційної активності кадрової складової інноваційного потенціалу / О.В. Толмачова, Є.А. Бельтюков // Економічні інновації. - 2013. - Вип. 52. - С. 191-197.

14. Попова І.А. Концептуальні підходи до сутності стимулювання інноваційної активності працівників / І.А. Попова // Економіка та держава. - 2012. - № 7. - С. 46-49.

15. Дерев'янка Т. О. Методика оцінки інноваційного розвитку тваринництва у сільськогосподарських підприємствах / Т. О. Дерев'янка // Ефективна економіка. – 2014. – № 9

16. Вахнюк С.В. Вплив ефекту операційного важеля на вартість електронних бізнес-рішень сучасного банку / С.В. Вахнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 3(33). – С. 66-74.

17. Якобчук В.П. Методологія та методика дослідження пріоритетів інноваційного розвитку аграрної сфери / В. П. Якобчук // Ефективна економіка – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1520>

18. Магомедова М.О. Сучасні методичні підходи до оцінки інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства та економічної ефективності енергозбереження на підприємствах теплопостачання / М.О. Магомедова, Я.С. Писаренко // Збірник тез міжнародної науково-практичної інтернет -конференції . – 2013. – С. 139-143.

19. Пілявоз Т.М. Методологічні підходи щодо оцінювання інноваційного розвитку підприємства / Т. М. Пілявоз // Ефективна економіка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1085>

20. Бабчинська О. І. Особливості оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства / О. І. Бабчинська, А. Р. Левченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 4. – Т. 1. – С. 87-92.

21. Дейнеко Л.В. Формування моделі інноваційного розвитку агропродовольчої сфери: національні інтереси і регіональні особливості / Л.В. Дейнеко, І.О. Іртищева // Збірник наукових праць. Економічні науки. – Чернівці : Книги – XII, 2010. – Вип. 6. – С. 141-148.

22. Kleffmann group studies, 2015-2019. Режим доступу: <https://kleffmann.digital>.

23. Лисенко В.В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку сільського господарства / В.В. Лисенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2015. - Вип. 10. - С. 153-156. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2015\\_10\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_10_35).

24. Конєва Т. М. Особливості впровадження інновацій сільськогосподарськими підприємствами України / Т. М. Конєва, А. М. Кикла // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія : Економіка. - 2016. - Т. 285, Вип. 273. - С. 101-106. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdues\\_2016\\_285\\_273\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdues_2016_285_273_19).

25. Мельник В. Інноваційно-інтенсивний тип виробництва як пріоритетний у розвитку сільського господарства в Україні / В. Мельник, О. Погріщук // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2016. – Вип. 4. – С. 35-45. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu\\_2016\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_4_5).

26. Бойчук А. Б. Сутність інноваційних програм та їхня типологія / Андрій Богданович Бойчук // Галицький економічний вісник, – Т.: ТНТУ, 2015 – Том 49. – № 2. – С. 90-100.

27. Інноваційний менеджмент: статистико-динамічна візуалізація: навч. посібник [Текст] / С.В. Князь, Н.Г. Георгіаді, Л.Й. Топоровська, Д.К. Зінкевич; за ред. О.Є. Кузьміна. – 2-ге вид., перероб. – Львів: Видавництво «Львівська політехніка», 2011. – 212 с.

28. ECOSAP, огляд ринку ЗЗР, 2021 рік. <https://www.ecosap.ua/>

29. Офіційний сайт підприємства Syngenta. URL: <https://www.syngenta.ua/>.

30. Abuselidze, G., Alekseieva, K., Kovtun, O., Kostiuk, O., Karpenko, L. (2022). Application of Hedge Technologies to Minimize Price Risks by Agricultural Producers. In: Beskopylny, A., Shamtsyan, M. (eds) XIV International Scientific Conference "INTERAGROMASH 2021". Lecture Notes in Networks and Systems, vol 246. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3\\_101](https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_101)

31. Determining the essence of the concept of "efficiency of enterprise functioning". Economic space: a collection of scientific works. 2018. № 15. С. 275-285.

32. Ivanukh R.A., Dusanovsky S.L., Bilan E.M. Agrarian economy and market. Ternopil: Zbruch, 2003. 305 p.

33. Kovalenko, N., Kovalenko, V., Hutsol, T., Ievstafieva, Y., Polishchuk, A. Economic Efficiency and Internal Competitive Advantages of Grain Production in The Central Region of Ukraine. Agricultural Engineering, 2021, 51-62. DOI: <https://doi.org/10.2478/agriceng-2021-0004>.

34. Kovalenko V., Kovalenko N., Zasada M., Hutsol T. Economic efficiency of production of herbal granules. Turystyka i rozwój regionalny. 2020, 14. 3. 127-137. DOI: <https://doi.org/10.22630/TIRR.2020.14.24>.

35. Kovalenko N. Experience of financial planning in European countries. Scientific Bulletin of NULES of Ukraine. 2013. №181 (5). С. 78-82. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau\\_econ\\_2013\\_181%285%29\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181%285%29_13)

36. Kovalenko N. O., Kovalenko V. P. Economic Basis for the Creation of Fodder Base of the Enterprise. International scientific days 2018 "The Agri-Food Value Chain: Challenges for Natural Resources Management and Society", Slovak University of Agriculture in Nitra. 2018. P. 840-850. URL: <http://www.slpk.sk/eldo/2018/dl/9788075981806/files/03/s3p10.html>.

37. Kovtun, O., Lutsiak, V., Ostapchuk, A., Fesun, A. The Empirical Research on Managing Consumer Behaviour and Making Decisions in Tourism while the COVID-19 Pandemic Affection. Source: International Scientific Days 2022 :: Efficient, Sustainable and Resilient Agriculture and Food Systems – The Interface of Science, Politics and Practice :: Proceedings, 2022, p.441-451.

38. Korobenko Roman, I., Kostyuk Olga, D., Mostenska Tetiana, L., Ostapchuk Anatolii, D., Kovtun Olena, A. (2021). The Role of Local Government Bodies in Formation of Economic Potential of Rural Territories in the Conditions of Decentralization Reform. In: Alarceni, B., Hamdan, A., Elgedawy, I. (eds) The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. ICBT 2020. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 194. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6\\_75](https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_75)

39. Lutsiak, V.; Hutsol, T.; Kovtun, O.; Koberniuk, O.; Malaga-Toboła, U.; Lis, A.; Zarajczyk, J.; Yefimenko, L.; Pavlenko-Didur, K. Innovative Almond-Growing Strategy in Ukraine: Enterprise Level. *Sustainability* 2023, 15, 8546. <https://doi.org/10.3390/su15118546>

40. Mostenska, T.L., Yurii, E., Kovtun, O., Kostyuk, O., Mostenska, T.G. (2021). Stages of Restructuring of Enterprises in Ukraine. In: Alarceni, B., Hamdan, A., Elgedawy, I. (eds) The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. ICBT 2020. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 194. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6\\_87](https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_87)

41. Mostenska T., Mostenska T.G., Kyrylenko O., Novak B., & Koytun O. (2023). The role of climate at the individual and organizational levels in the perception of the organizational environment. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, 2(1), 84–95. <https://doi.org/10.46299/j.isj.mef.20230201.09>

42. National Institute for Strategic Studies. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/910>.

43. Perederiy N., Kuzmenko S., Labenko O. Energy-saving technologies in agriculture of Ukraine. *Quantitative methods in economics*. 2016. Volume XVII, No. 4. P. 89-100. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=4736>

44. Perederiy N.O., Nidzelska T.L. Strategies of cost management in agricultural formations. *Scientific Bulletin of NULES of Ukraine*. 2016. №247. С. 245-254. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Economica/article/view/8167>.

45. Ralko O., Koytun O., Iakymchuk T., Piankova O. CSR as a Model for Sustainable Development of Relations between Business and Universities. Source: *International Scientific Days 2022 :: Efficient, Sustainable and Resilient Agriculture and Food Systems – The Interface of Science, Politics and Practice :: Proceedings*.

46. Scientific and practical aspects of increasing the economic efficiency of a modern enterprise. *Bulletin of the Academy of Economic Sciences of Ukraine*. 2013. № 1. С. 89-95.

47. The concept of value-based enterprise management and the possibility of its adaptation in Ukraine. *Finance of Ukraine*. 2011. № 7. С. 104-114.

48. Tetiana L. Mostenska, Iryna Fedulova, Tetiana G. Mostenska, Olena Koytun, Eduard Yurii. Decision Making for Ensuring Food Security in Ukraine//*International Scientific Days 2022: Efficient, Sustainable and Resilient Agriculture and Food Systems – The Interface of Science, Politics and Practice*. p.306-316. <https://doi.org/10.15414/isd2022.s3.t0>

49. Zinchenko O.I., Salatenko V.N., Bilonozhko M.A. Plant growing, K.: Agrarian education, 2011. 591 p

50. Yuriy Bilan, Tetiana Mostenska, Olena Kovtun (scientific editors). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES Monograph.

Poland, Szczecin: Scientific Publishing House (SPH), Centre of Sociological Research, 2020. Bibliogr. – Illustr. 282 p. [https://e-](https://e-isbn.pl/IsbnWeb/onix/summary.html?record_id=10241902)

[isbn.pl/IsbnWeb/onix/summary.html?record\\_id=10241902](https://e-isbn.pl/IsbnWeb/onix/summary.html?record_id=10241902)

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України  
**ДОДАТКИ**

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

# НУБІП України

ТОВ Сингента

Показники руху, забезпеченості та ефективності використання основних

засобів та оборотних активів, млн. грн

Показники	Роки		2022 р. від 2021 р.	
	2021	2022	+/-	%
Показники використання оборотних активів				
Готівка	6	1	-5	16,7
Короткострокова дебіторська заборгованість від дочірніх компаній	1	-	-1	0
Короткострокові позики дочірніх компаній	5006	4645	-361	92,8
Усього поточних активів	5013	4646	-367	92,7
Показники використання необоротних активів				
Інвестиції в дочірні компанії	4098	4004	-94	97,7
Усього необоротних активів	4098	4004	-94	97,7
Сукупні активи	9111	8650	-461	94,9
Зобов'язання та власний капітал. Короткострокові зобов'язання				
Короткострокові процентні позики від дочірніх компаній	520	-	-	-
Короткострокові зобов'язання перед дочірніми компаніями	26	56	30	215,4
Нараховані витрати та майбутні доходи	10	6	-4	60,0
Усього короткострокових зобов'язань	556	62	-494	11,2
Власний капітал				
Статутний капітал	9	9	-	100,0
Юридичні резерви: - від внеску капіталу	27	27	-	100,0
- від нерозподіленого прибутку	2	2	-	100,0
Добровільний нерозподілений прибуток:				
- інші резерви	1628	1628	-	100,0
- нерозподілений прибуток	3407	6543	3136	192,1
- чистий прибуток	3598	443	-3155	12,3
Казначейські акції	116	64	-52	55,2
Загальний капітал акціонерів	8555	8588	33	100,4
Усього зобов'язань та власного капіталу	9111	8650	-461	94,9

# НУБІП України

Фінансові результати діяльності ТОВ «Сінгента», млн. грн.¶

Показники□	Роки□		Відхилення¶ +- 2022 р.¶ до 2021 р.□
	2021□	2022□	
Дохід:□	□	□	□
- дивідендний дохід□	3597□	509□	-3088□
- інші фінансові доходи□	76□	57□	-19□
Загальний дохід□	3673□	566□	-3107□
Витрати:□	□	□	□
Фінансові витрати□	23□	48□	25□
Операційні витрати□	45□	72□	27□
Прямі податки□	7□	3□	-4□
Загальні витрати□	75□	123□	48□
Чистий прибуток□	3598□	443□	-3155□

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

# НУБІП України

## Види програм інноваційного розвитку

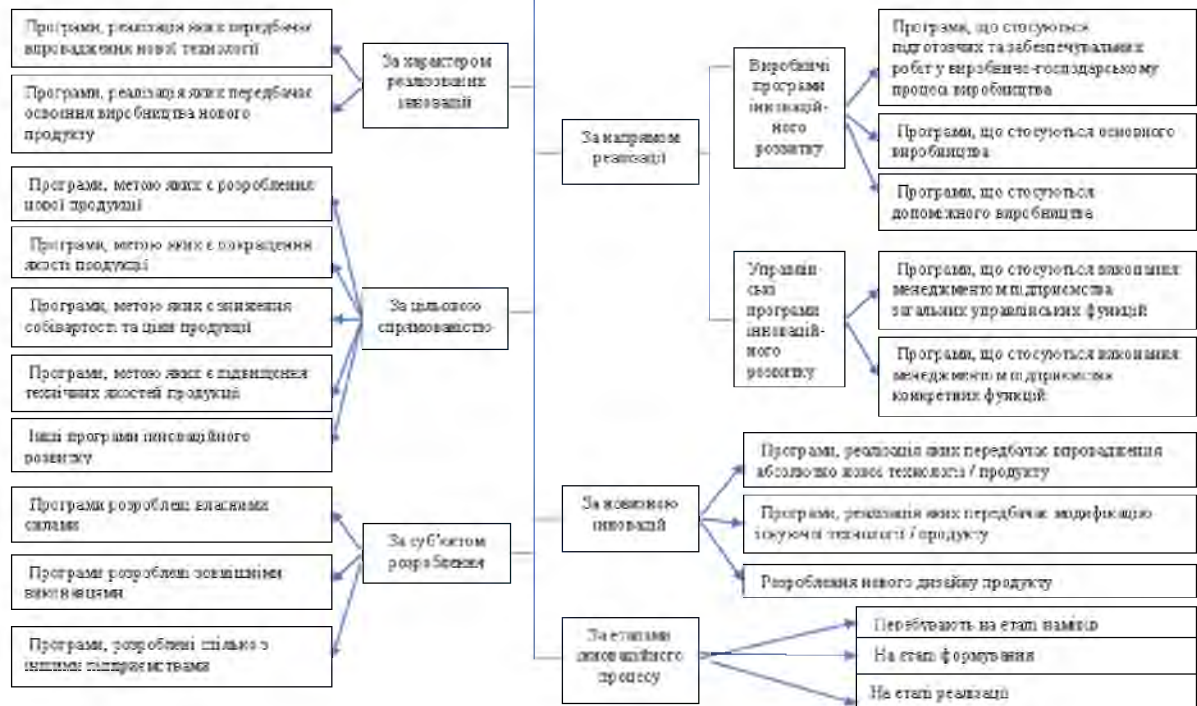


Рис. Класифікація програм інноваційного розвитку на підприємства [32, с. 93]

# НУБІП України

# НУБІП України

# НУБІП України