

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
«КАРАЗІНСЬКА ШКОЛА БІЗНЕСУ»
ДУ «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НАН УКРАЇНИ»
UNIVERSITY OF MONTENEGRO
ECONOMIC LABORATORY FOR TRANSITION RESEARCH
(PODGORICA, MONTENEGRO)

Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи

МАТЕРІАЛИ
Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції

31 жовтня 2020 р.

Харків – 2020

УДК 330.34 + 339.94 (063)

ББК 65 я 431

Редакційна колегія:

Александров В. В. к.е.н., проф., Родченко В. Б., д.е.н. проф., Третяк В. П. д.е.н., доц.,
Портна О. В., д.е.н., доц., Рекун Г. П., к.е.н., доц., Крамаренко А. О., к.е.н.

Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції 31 жовтня 2020 року. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2020. 482 с.

У матеріалах конференції розглядаються передумови трансформації економічних систем на національному та регіональному рівнях; економічні, інформаційні, екологічні та соціальні аспекти розвитку територій; інструменти впровадження альтернативних джерел енергії, популяризації та розвитку ресурсо- та енергозбереження; особливості впровадження інноваційної та інвестиційної діяльності, управління проектами та програмами розвитку територій; ключові характеристики бізнес-середовища територіальної системи; особливості управління економічною безпекою територій.

Видання призначене для фахівців системи державного та регіонального управління, органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти.

Зареєстровано в УкрІНТЕІ. Посвідчення № 801 від 18 грудня 2019 року.

Організаційно-науковий комітет конференції

Голова – Віль БАКІРОВ, ректор Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, доктор соціологічних наук, професор, академік НАН України, член-кореспондент НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України

Заступник голови – Володимир АЛЕКСАНДРОВ, директор ННІ «Каразінська школа бізнесу», кандидат економічних наук, професор

Андрій ГРИЦЕНКО – заступник директора ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України

Veselin DRASKOVIC – професор кафедри економіки та управління (Університет Чорногорії), співзасновник і директор економічної Лабораторії перехідних досліджень (Подгориця, Чорногорія)

Володимир РОДЧЕНКО – заступник директора ННІ «Каразінська школа бізнесу», доктор економічних наук, професор

Вікторія ТРЕТЯК – завідувач кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», доктор економічних наук, доцент

Оксана ПОРТНА – професор кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», доктор економічних наук, доцент

Ганна РЕКУН – доцент кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», кандидат економічних наук, доцент

Анна КРАМАРЕНКО – старший викладач кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», кандидат економічних наук

Сідельнікова Ірина Володимирівна

к.е.н., доцент, професор кафедри економічної теорії, фінансів і обліку
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

АКТИВІЗАЦІЯ АГРОІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВАЖЛИВА УМОВА ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Як свідчить досвід, у сучасних умовах громади, муніципалітети, регіони та країни в цілому мусять змістити акценти у своїх програмах економічного розвитку: необхідно «думати глобально, але діяти локально» [4, с. 21]. Найкращі підходи до організації територіального економічного розвитку передбачають застосування принципу важеля для подальшого розвитку сильних сторін громади чи регіону для одержання порівняльних і конкурентних переваг. А для цього необхідно сконцентруватися на підвищенні конкурентоспроможності громад, для чого передусім розвивати і підтримувати спеціалізовані підприємства, кваліфікованих працівників та інновації, зокрема і в агросфері, що є особливо актуальним для аграрних регіонів країни.

До важливих позитивних змін упровадження інновацій в аграрне виробництво можна віднести наступні: підвищення урожайності сільськогосподарських культур; підвищення рентабельності діяльності аграрних підприємств; покращення якості продукції та економія виробничих ресурсів; підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції; упровадження енерго- й ресурсозберігаючих технологій та ін.

На жаль, в останні роки не прослідковуються позитивні зрушення в інноваційній діяльності аграрних підприємств. Серед причин, що перешкоджають її розвитку та заважають підприємствам досягати потрібних результатів, найвагомішими дослідники цієї проблеми називають наступні: невідповідність системи координації та управління АПК в ринкових умовах (відірваність науково-дослідних установ від ринку, робота «на полицю», одноосібні дії інститутів й аграрних підприємств); неузгодженість державних та інших економічних форм і механізмів управління інноваційним процесами, внаслідок чого наукові, виробничі, фінансові та інші ресурси використовуються частково або взагалі не використовуються; недостатня кількість чи відсутність фінансових інститутів (венчурне фінансування, грантова підтримка); недосконалість законодавчої бази, яка регламентує діяльність інноваційних підприємств; недостатній рівень фінансового забезпечення аграрних підприємств, низька доступність кредитів і державної підтримки для їх модернізації і здійснення інноваційних змін; невисока мотивація агроінноваційної діяльності; нерозвиненість системи інформаційного забезпечення інноваційного процесу; низький попит на інноваційну продукцію серед потенційних її споживачів у результаті економічної кризи та ін. [1; 2; 3].

Щоб досягнути високих показників інноваційної діяльності аграрних підприємств, важливо забезпечити умови для її активізації. Серед таких умов перш за все слід назвати удосконалення нормативно-правової бази, що регулює інноваційні процеси. Велике значення мають розроблення та реалізація інноваційної стратегії для суб'єктів господарювання в аграрній сфері та запровадження ефективної регіональної інноваційної політики.

Однією з важливих умов активізації інноваційної діяльності в агросфері є побудова інноваційної інфраструктури, яка передбачає формування організацій з просування науково-технічної продукції на ринку інновацій, інформаційно-консультативне забезпечення, експертизу інноваційних проєктів, пропозицій і заявок, розвиток дослідно-виробничої бази.

Для підвищення інноваційної активності суб'єктів аграрного господарювання необхідні консолідовані зусилля як з боку органів влади, так і аграрного бізнесу. Це передбачає реалізацію таких заходів, як здійснення державою і бізнесом значних капітальних вкладень у підприємства, що визначають науково-технічну та інноваційну політику; стимулювання впровадження результатів досліджень і розробок за допомогою надання фінансових коштів на їх купівлю, оренду чи лізинг; реорганізація системи управління аграрного сектору, його служб і відділів при місцевих органах влади з тим, щоб перебудувати адміністративний тип державного управління аграрною сферою на консалтингово-інформаційний і забезпечити суб'єкти аграрного господарювання своєчасною інформацією щодо поточної ситуації на аграрному ринку, який надає консультаційні, інжинірингові й маркетингові послуги аграрним виробникам, що дозволить підвищити ефективність діяльності підприємств і значно знизити інноваційно-інвестиційні ризики; залучення спілок та асоціацій сільськогосподарських товаровиробників до формування інститутів розвитку та реалізації державної інноваційної політики в аграрній сфері; підготовка фахівців у галузі інноваційного менеджменту для сільського господарства.

Таким чином, активізація аграрної інноваційної діяльності, особливо для сільських територій, є єдино вірним способом забезпечення їх соціально-економічного розвитку.

Література

1. Кравченко М.О., Касяненко Ю.Ю. Аналіз передумов та перспектив інноваційного розвитку вітчизняних агропромислових підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 51-55.
2. Невинська Г.Б. Проблемні аспекти інноваційного розвитку аграрного виробництва. *Агросвіт*. 2017. № 1-2. С. 35-38.
3. Олійник О.В., Сідельнікова І.В. Агроінноваційна діяльність як ключовий чинник економічного зростання. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка»: збірник наук. пр. / за заг. ред. акад. НАПН України І.Ф.Прокопенка*. Харків: ХНПУ, 2018. Вип. 18. С.51- 61.

4. Планування розвитку територіальних громад: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / Г.Васильченко, І.Парасюк, Н.Єременко. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.

УДК 338.467.6; 658.64

Victoriaia Soliar

PhD (Economics), Associate Professor,
Head of the Department of Economic Theory, Finance and Accounting
H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

Tsian Chzhu

Master's student of the Department of Economic Theory, Finance and Accounting
H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

Chzhi Bu

Master's student of the Department of Economic Theory, Finance and Accounting
H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

INTERACTIVE MARKETING STRATEGY (FOR EXAMPLE SHANGHAI QIJI CULTURE MEDIA CO., LTD.)

A marketing campaign that improvises according to the tendencies, preferences and reactions of customers to make the campaign more relevant and personalized is understood as Interactive Marketing. Marketing is one of the most important aspects of a business. It helps the business to grow in terms of both goodwill and profitability.

Marketing involves many elements and spreads across many areas. There is marketing information that helps in managing, organizing and storing big data, transactional marketing, relationship marketing, and more. Among them is interactive marketing. This is a type of marketing that takes place individually. In interactive marketing, the process reacts and changes based on the activity of individual customers and prospects.

Interactive marketing is an example of trigger based marketing because there is a reaction to the actions of consumers and potential customers. Interactive marketing is a kind of marketing technique in which the marketer relies on customer feedback and customer preferences to generate new and better marketing messages.

As a professional event planning provider, Shanghai Qiji Culture Media Co., Ltd. is a collection of conference planning and execution, theme event planning, concert planning, media release agency, performance agency, celebration planning, company annual meeting, exhibition display, stage design, An integrated cultural company integrating lighting and sound rental and props and floats.

The company's services include marketing strategy services, public relations communication services, event management services, brand consulting services, direct marketing services, event-marketing services, and interactive marketing services, but

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів
розвитку територіальної системи**

МАТЕРІАЛИ
Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції

Українською та англійською мовами

Матеріали друкуються в авторській редакції

Відповідальність за достовірність інформації, коректність математичних викладок та точність наведених фактів несуть автори.

Редакція може не поділяти точку зору авторів на викладену проблему.

Матеріали конференції опубліковано мовою оригіналу.

Посилання на матеріали збірника обов'язкові.

Адреса ред. колегії:

61002, м. Харків, вул. Мироносицька, 1,
Навчально-науковий інститут «Каразінська школа бізнесу»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна,
кім. 106, e- mail: kbs@karazin.ua