

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В
АГРОБІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**
**INNOVATIVE APPROACHES TO MARKETING MANAGEMENT IN
AGRIBUSINESS: CHALLENGES AND PROSPECTS**

Аграрний сектор є однією з провідних галузей економіки, що забезпечує не лише продовольчу безпеку, але й суттєво впливає на експортний потенціал України. Проте в умовах стрімких змін у ринковому середовищі, викликаних глобалізацією, кліматичними змінами, підвищеними очікуваннями споживачів, а також військовою агресією російської федерації агробізнес стикається з низкою викликів, які потребують інноваційних рішень. Одним із ключових напрямів адаптації агропідприємств є застосування інноваційних підходів до управління маркетингом, що дозволяє їм швидше реагувати на зміни, залучати нові ринки та ефективно задовольняти потреби споживачів, адже щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємства повинні враховувати сучасні тенденції та адаптувати свої маркетингові підходи відповідно до змін у середовищі [1, с.193]. Серед головних викликів, які визначають напрями трансформації управління маркетингом в агробізнесі, слід виділити:

- *зміна споживчих уподобань*. Сучасні споживачі все більше орієнтуються на якісну, органічну та екологічно безпечну продукцію. Це вимагає від аграрних підприємств нових підходів до позиціонування своєї продукції на ринку;
- *кліматичні зміни*. Коливання температур, посухи, зливи та інші кліматичні явища впливають на врожайність, а отже, і на стабільність поставок продукції. Це ускладнює процес планування маркетингових кампаній та прогнозування попиту;
- *конкуренція на глобальному ринку*. Вихід аграрних підприємств на міжнародні ринки ставить перед ними завдання дотримання високих стандартів якості, а також потребує ефективного управління ланцюгом постачання та збуту;
- *розвиток цифрових технологій*. Діджиталізація економіки стимулює аграрні підприємства впроваджувати цифрові інструменти в управлінні маркетингом, але це вимагає додаткових інвестицій та адаптації традиційних процесів.

Щоб подолати виклики, з якими стикається агробізнес, важливо застосовувати новітні маркетингові підходи, здатні забезпечити адаптивність та конкурентоспроможність у сучасних умовах. Технологічний прогрес та інновації в управлінні маркетингом відкривають нові можливості для підприємств аграрного сектору. Серед таких підходів можна виділити наступні ключові напрямки:

1. *Використання цифрового маркетингу*. Одним із найбільш перспективних інструментів для агропідприємств є цифровий маркетинг. Використання соціальних мереж, SEO, контент-маркетингу, а також персоналізованих рекламних кампаній дозволяє ефективніше комунікувати зі споживачами та розширювати охоплення ринку. Наприклад, через платформи Facebook, Instagram та TikTok агрокомпанії можуть розповідати про свій продукт, його користь та особливості.

2. *Маркетинг на основі даних (Data-driven marketing)*. Аналітика даних дозволяє аграрним підприємствам точніше прогнозувати попит на продукцію, аналізувати поведінку споживачів, оптимізувати процеси ціноутворення та визначати найефективніші канали збуту. Наприклад, завдяки програмним продуктам компанії можуть проводити прогнозування врожайності та планувати маркетингові кампанії залежно від очікуваного обсягу виробництва.

3. *Брендинг та створення доданої вартості.* У сучасних умовах споживачі звертають увагу не лише на ціну продукту, але й на його якість, походження, екологічність та умови виробництва. Створення сильного бренду дозволяє агропідприємствам підвищити додану вартість своєї продукції та отримати лояльність споживачів. Впровадження еко-брендів або органічних лінійок продукції може бути дієвим способом позиціонування на ринку.

4. *Інноваційні рішення для ланцюгів постачання.* Ефективність постачання є критичним фактором для агробізнесу. Використання сучасних логістичних технологій для відстеження походження продукції або IoT для моніторингу умов зберігання, дозволяє підвищити якість продукції та довіру споживачів.

Розглядаючи перспективи розвитку інноваційних підходів до управління маркетингом в агробізнесі, варто зазначити, що сучасні технології та зміна ринкових тенденцій формують нові можливості для агропідприємств. Впровадження інновацій не лише підвищує ефективність бізнесу, але й дозволяє адаптуватися до вимог споживачів, зберігаючи конкурентоспроможність у динамічному середовищі. Серед перспективних напрямів виділяються такі:

1. *Розвиток агротехнологій (AgriTech).* Впровадження сучасних агротехнологій, таких як автоматизація, дрони для моніторингу посівів, датчики для відстеження стану ґрунту та прогнозування врожайності, відкриває нові можливості для планування маркетингових активностей. Завдяки цьому підприємства можуть швидше реагувати на зміни в умовах вирощування та коригувати свої маркетингові плани.

2. *Підвищення ефективності через співпрацю з дослідницькими центрами та університетами.* Спільні дослідження та розробки з науковими установами допомагають агропідприємствам впроваджувати новітні технології, проводити аналіз ринків та розробляти стратегії виходу на нові ринки. Це особливо актуально для розробки інноваційних маркетингових підходів та стратегії розвитку бренду.

3. *Сталий розвиток та «зелений маркетинг».* Підвищення екологічної свідомості споживачів сприяє зростанню попиту на продукцію, вироблену з дотриманням принципів сталого розвитку. Інтеграція сталих практик у маркетингові стратегії, зокрема акцент на екологічну відповідальність підприємства, може стати сильним конкурентним фактором.

4. *Діджиталізація як базис для стратегії маркетингу.* Використання цифрових платформ для збору та аналізу даних, автоматизація маркетингових процесів, а також взаємодія зі споживачами в реальному часі дає агробізнесу значні переваги на ринку. Це дозволяє підвищити рівень персоналізації маркетингових комунікацій та забезпечити кращий контроль над процесом збуту.

Отже, інноваційні підходи до управління маркетингом в агробізнесі відкривають нові можливості для підвищення ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств. Проте реалізація цих підходів вимагає від компаній адаптації до нових умов, впровадження цифрових технологій та розвитку нових компетенцій. Враховуючи сучасні виклики та тенденції, інноваційні маркетингові стратегії є не лише запорукою виживання в умовах глобальної конкуренції, але й важливим інструментом для забезпечення сталого розвитку агробізнесу на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел:

1. Фінансово-облікове забезпечення сталого розвитку аграрного сектора України: колективна монографія/ за заг. ред. Л.І. Катан та Н.І. Демчук. - Дніпро: Пороги, 2017. – 520 с.