

УДК 330:[005.21:005.521]:005.6 DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.52.0.5214>
JEL M 21; M 30; O 20; O 29; Q 13

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Роман Хіч

Львівський національний університет імені Івана Франка
79008, м. Львів, пр. Свободи, 18
e-mail: roman.khich@lnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-0387-9407>

Анотація. Наукова стаття присвячена проблематиці маркетингових інновацій як інструменту підвищення ефективності маркетингового стратегічного планування у молочній галузі в Україні. У статті наголошено про важливість застосування в умовах невизначеності та воєнного стану в Україні ESG-підходу у діяльності підприємств молочної промисловості, що дасть можливість сформулювати комплексний план дій, спрямований на інтеграцію екологічних, соціальних та управлінських принципів у всі аспекти діяльності молочних та молокопереробних підприємств. Метою запропонованого підходу є забезпечення сталого розвитку, підвищення ефективності та створення довготривалої вартості для всіх стейкхолдерів молочної галузі. Тому управління програмами ESG на підприємствах молочної промисловості України має бути стратегічним пріоритетом, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, залученню інвестицій та забезпеченню довгострокового сталого розвитку. На основі запропонованого ESG-підходу до характеристики інновацій у молочній промисловості України автором побудовано таблицю інноваційних новинок через призму сфер управління, що використовуються молочними підприємствами вітчизняної промисловості у своїй господарській діяльності.

Ключові слова: інновації, маркетингові інновації, новинки, маркетингове стратегічне планування, ESG-підхід до інновацій, органічна молочна продукція, молочні міні-заводи, молочна промисловість.

Постановка проблеми. Важливе місце у формуванні стратегії розвитку молочної промисловості в Україні займають маркетингові інновації, які будемо розглядати як інструмент підвищення ефективності маркетингового стратегічного планування.

Незважаючи на війну, у інноваційно-орієнтованому суспільстві частка населення, яка бажає купувати молочні новинки збільшується. Для ринку молока та молочних продуктів у новому сегменті інноваційні продукти не будуть користуватися перевагою споживачів через високі ціни навіть на етапі виходу на ринок. Характеризуючи соціальні тенденції – перевагу новизни та прагнення до споживання, слід мати на увазі маркетингові інноваційні тенденції, що проявляються в дизайні, упаковці, розмірі,

кількості продуктів в тарі, розширенні сфери використання товару тощо. Інновації, пов'язані з виробництвом молока, тобто інновації в технологічних аспектах виробництва молока, особливо у випадку органічних продуктів, важливий весь виробничий ланцюг продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні наукові дослідження і публікації на тему маркетингових інновацій та їхнє застосування у вітчизняній молочній промисловості [1-4] показують, що перспективи їхнього застосування є вкрай динамічними. Великої популярності сьогодні набув так званий ESG-підхід до характеристики інновацій та новинок у молочній галузі, про що свідчать наукові публікації таких вчених-економістів як: Т.М. Болгар [5], О.В. Лагодієнка [6], В.І. Киф'яка [7], А. Коновальченка [8], Л.Ф. Корчагіна [5], Шостака І.В. [9], J. Bessant [10], С. Kim [11], R. Mauborgne [11], K. Pavitt [10], J. Tidd [10] та інших. Однак проблематика використання та впровадження тих чи інших видів інновацій згідно ESG-підходом чи за сферами управління залишається не достатньо дослідженою та надзвичайно актуальною у вітчизняній молочній галузі.

Постановка завдання. Метою наукової публікації є дослідження маркетингових інновацій як інструменту підвищення ефективності маркетингового стратегічного планування у молочній промисловості за умов невизначеності та воєнного стану в Україні.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети у статті було застосовано як загальнонаукові методи – спостереження та опис окремих споживчих тенденцій на ринку молочних продуктів; аналіз та синтез основних інноваційних новинок цього ринку, так і спеціальні техніки – методика ESG-підходу у діяльності підприємств молочної промисловості, що дасть можливість сформулювати комплексний план дій, спрямований на інтеграцію екологічних, соціальних та управлінських принципів у всі аспекти діяльності молочних та молокопереробних підприємств; комплексну методика групування інновацій за сферами управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. У той же час важливі зміни характеру як попиту, так і пропозиції на молочні продукти харчування, поряд із зростанням рівня конкурентоспроможності, зробили інноваційні молочні новинки не тільки неминучою складовою діяльності підприємства, але й необхідною передумовою зростання рентабельності молочного бізнесу. Вимоги сучасних споживачів – це насамперед, унікальні смаки та молочні продукти, зручні для приготування та споживання, важливість продуктів оздоровчого та дієтичного харчування, які б задовольнили їхні індивідуальні потреби. З огляду на це, інноваційні молочні новинки, які можна розглядати як нові продукти, процеси або послуги, є важливим маркетинговим інструментом для розвитку як підприємства, так і молочної промисловості загалом, який дозволяє підприємству виділитися серед конкурентів і відповідати очікуванням споживачів. За останнє десятиліття запити споживачів у сфері виробництва молочних продуктів змінилися істотно: фактично споживачі зрозуміли, що їжа, яку вони споживають безпосередньо впливає на їх здоров'я. Тому молокопродукти в сучасному розумінні повинні не тільки задовольняти потреби в їжі та забезпечувати необхідні поживні речовини, але й також допомагати запобігти хворобам пов'язаним з неправильним харчуванням і поліпшенням фізичного і психічного здоров'я споживачів.

Такий попит вимагає своєрідного вдосконалення молочної продукції через інноваційну призму, в тому числі її розвиток або принаймні вдосконалення, впровадження нових інноваційно-технологічних рішень та нових бізнес-моделей. З іншого боку, загальний прогрес у таких сферах, як біотехнології, нанотехнології та

технології зберігання створюють безпрецедентний діапазон можливостей для суб'єктів доданої вартості в молочній промисловості України, багато з яких мають потенціал для адекватного задоволення сучасного споживчого попиту.

Отже, до основних споживачів-інноваторів на ринку інноваційних продуктів вітчизняної молочної промисловості віднесемо тих, що зображено на рис. 1.

Сегменти споживачів орієнтованих на інновації під впливом соціальних трендів на прикладі ринку молочної продукції

споживають екологічні (зелені) новинки, орієнтовані на органічні продукти, функціональні продукти та замінники класичного молока	апріорні інноватори, позитивно сприймають новинки, залюбки купують новинки молочної продукції	відповідальні екоінноватори насамперед зацікавлені в безпеці продукту та його упаковки для довкілля, відповідальності товаровиробника і продавця	новатори- раціоналісти, бажають отримувати новинки, що дають їм змогу заощаджувати та/або раціоналізувати витрати за рахунок покупок якісних продуктів за прийнятною ціною
---	---	---	--

Рис. 1. Сегменти споживачів молочної галузі в Україні, які орієнтовані на інноваційні молочні продукти [розробка автора]

Зазначимо, що вітчизняний молочний споживач, як правило, тяжіє до зменшення споживання жирів, водночас збільшуючи частку органічних молочних продуктів. Однак, судячи з поточної ситуації на ринку молока та молочної продукції у період війни, вважаємо, що в разі зростання цін на молочну органіку українські сім'ї не зможуть регулярно споживати органічні молочні новинки через платоспроможність, що призведе до зростання цін на вітчизняні органічні продукти у молочної галузі. У цій ситуації вважаємо за потрібне використання стратегії зниження цін, щоб збільшити охоплення споживачів органічними молокопродуктами. Деякі споживачі безпосередньо зацікавлені у свідомому споживанні та висувають вимоги до виробників органічної вітчизняної продукції. В такому разі, органічним підприємствам необхідно впроваджувати ESG-підхід та заходи, пов'язані з грінвошингом щодо майбутньої реструктуризації органічного молочного бізнесу.

Терміном, який визначає переосмислення відносин у органічному молочному виробництві та молочному виробництві загалом, прийнято вважати *ESG (Environmental, Social, and Governance)* [8; 10]. Це структура, яка допомагає стейкхолдерам оцінити, як молочний бізнес працює з ризиками та можливостями, пов'язаними з екологічними, соціальними та управлінськими критеріями. Це так звані стратегії інноваційного розвитку у ESG форматі, які передбачають впровадження інновацій з урахуванням принципів сталості та соціальної відповідальності. Основними напрямками інновацій у розвиток органічного молочного виробництва, спрямованими на досягнення сталого розвитку є:

1. Еко-інновації – розробка ресурсо- та енергоефективних технологій, “зелених” молочних продуктів, відновлюваних джерел енергії, переробки відходів тощо.
2. Соціальні інновації – створення видів молочної продукції для вирішення суспільних проблем, покращення якості життя населення.
3. Відповідальне управління ланцюгами постачання – етичні постачальники, прозорість, задоволення інтересів усіх стейкхолдерів.

4. Стратегічне партнерство заради сталості означає співпрацю з іншими виробниками та молочними компаніями, неприбутковими організаціями чи громадськими установами для розробки та впровадження інновацій, які сприяють сталому розвитку. Це може включати спільні проєкти, обмін досвідом, впровадження зелених технологій, а також розвиток корпоративної соціальної відповідальності [7].

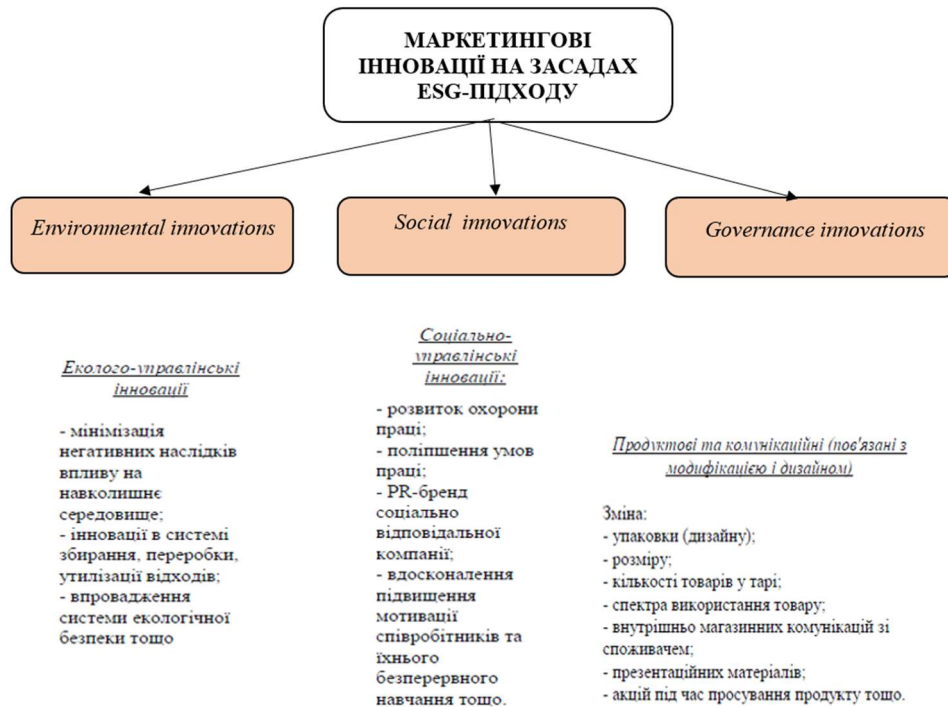


Рис. 2. Маркетингові інновації у молочній промисловості України на засадах ESG-підходу [розробка автора]

На основі рис. 2. автором запропоновано використовувати ESG-підхід як елемент маркетингового стратегічного планування вітчизняної молочної промисловості, що поєднує у собі різноманітні напрямки діяльності щодо трьох груп чинників ESG-підходу, що зображено у табл. 1.

Отже, ключовим напрямом підвищення ефективності маркетингового стратегічного планування молочної промисловості України вважаємо застосування в умовах невизначеності та воєнного стану в Україні ESG-підходу у діяльності підприємств молочної промисловості, що дасть можливість сформулювати *комплексний план дій*, спрямований на інтеграцію екологічних (Environmental), соціальних (Social) та управлінських (Governance) принципів у всі аспекти діяльності молочних та молокопереробних підприємств. Метою такої програми є забезпечення сталого розвитку, підвищення ефективності та створення довготривалої вартості для всіх стейкхолдерів (власників, працівників, клієнтів, громади та довкілля загалом).

Таблиця 1

Характеристика активностей на основі ESG-підходу підприємств молочної промисловості України [розробка автора]

Чинники (принципи) ESG-підходу	Об'єкти впливу	Напрямки діяльності
Environmental innovations (екологічні інновації)	– природні ресурси – кліматичні зміни; – відходи; – навколишнє середовище	– мінімізація викидів, пов'язаних із виробництвом молока та молочних продуктів у навколишнє середовище; – спрощення пакування молочної продукції та повторне використання як продукції, так і упаковки – зменшення використання пластикової тари; – заходи із забезпечення енергоефективності та використання відновлюваної енергетики при виробництві молочної продукції; – інновації у системі збирання, переробки, утилізації відходів виробництва; – впровадження системи екологічної безпеки молочного виробництва
Social innovations (соціальні інновації)	– працівники – клієнти – громада	– контроль та покращення умов праці; – управління відносинами з працівниками; – управління відносинами з клієнтами; – створення PR-бренду соціально-відповідальної молочної компанії; – мотивація співробітників молочного виробництва, підвищення їхньої кваліфікації; – розробка та реалізація програм працевлаштування людей з інвалідністю, військових та їх сімей
Governance innovations (управлінські інновації)	- товар, продукція - упаковка - акціонери - держава та її органи - корупція - керівництво компанії - корпоративна культура та відповідальність	- зміна чи покращення упаковки, кількості одиниць у тарі, сфери використання товару; - зміна каналів розподілу молочної продукції; - забезпечення прав акціонерів молочної компанії; - розробка політик та нормативних актів компанії щодо етичного управління; - забезпечення відповідності підприємств молочної промисловості міжнародним стандартам корпоративного управління

На основі запропонованого ESG-підходу до характеристики інновацій у молочній промисловості України автором побудовано таблицю інноваційних новинок через призму сфер управління (табл. 2), що використовуються молочними підприємствами вітчизняної промисловості у своїй господарській діяльності.

Здійснено невеличку характеристику зазначених у табл. 2 основних інноваційних новинок у молочній галузі України у контексті сфер управління. У таблиці велику увагу приділено технологічним новинкам, оскільки інновації в технології є рушійною силою виробничих процесів у вітчизняній молочній промисловості.

Таблиця 2

Інноваційні новинки у молочній промисловості України за сферами управління
[власна розробка автора]

Види інноваційних новинок	Характеристики
Технологічні новинки	- технологія ультрафільтрації, що дозволяє виробникам молочних продуктів видаляти зайвий водяний вміст із сироватки, результатом чого є більш концентровані продукти, такі як грецький йогурт або молочні напої з високим вмістом білка; - технологія мембранної фільтрації, що дозволяє виробникам видаляти забруднення, бактерії та непотрібні компоненти з молока, зберігаючи при цьому корисні молочні складові. В результаті отримуємо чистіші та безпечніші продукти, які мають довший термін придатності; - технологія ферментації за допомогою пробіотиків, супроводжується додаванням пробіотиків до молочних продуктів, таких як йогурт або кефір, що дозволяє зберігати здорову мікрофлору кишківника і покращує загальний стан організму; - технологія холодної екстракції молочних жирів, що створює можливість отримання молочних жирів без застосування високих температур, що допомагає зберегти корисні властивості цих жирів. Результат – натуральні та більш корисні молочні продукти з вищим вмістом жирів; - технології використання молекулярних сенсорів, що дозволяють виробникам аналізувати якість молока та молочних продуктів за допомогою молекулярних сенсорів. Це дозволяє виявляти навіть найменші зміни в якості та безпеці продуктів, забезпечуючи високу якість та стандарти безпеки; - технології, що забезпечують приготування збалансованих раціонів та автоматизованої роздачі кормів з дотриманням умов щодо кожної корови; - технології автоматизації та роботизації доїння і вигодовлі, що слугуватиме зменшенню виробничих витрат і зростанню прибутковості (роботизовані доїльні установки компанії “DeLaval”); - технології щодо переробки та видалення органічних відходів.
Соціальні новинки	- розвиток кооперативів через підтримку сімейних фермерів (молочна компанія розвиває свою сировинну базу шляхом купівлі у сільських жителів надоїв молока, чим підтримує їх з одного боку, а з іншого – формує свою сировинну базу – досвід компанії “Данон”; - створення молочних ферм із соціальним впливом; - впровадження освітніх програм та тренінгів для фермерів; - розвиток соціального підприємництва.
Виробничі новинки	- введення в дію модульних молочних міні-заводів, що являють собою комплекси з переробки молока та фасування виробленої молочної продукції; - автоматизація виробничих процесів; - розробка функціональних молочних продуктів; - впровадження стандартів безпеки та якості молока; - застосування новітніх пакувальних технологій.
Новинки, пов’язані із заготівлею (утриманням та контролем, доїнням корів)	- застосування безприв’язної системи утримання корів (для кожної одиниці худоби вмонтовується відповідний чіп); - введення системи добровільного та автоматичного доїння корів (апаратне доїння замість ручного); - застосування автоматизованих маніпуляторів доїльної установки
Маркетингові новинки	- створення продуктів функціонального харчування, а саме виробництво інноваційних продуктів з біоактивними харчовими компонентами: пробіотиками і пребіотиками; - виробництво органічних молочних продуктів; - виробництва нових продуктів – айранів зі смаками лайму та м’яти, гранату і кропу, а також різноманітних сирів. Це розширює асортимент та задовольняє зростаючий попит споживачів на оригінальні смаки; - інноваційне виробництво спредів – комбінування молочного жиру із рослинними жирами, а також внесення різноманітних рослинних компонентів до молочно-жирових сумішей.

Останніми роками молочна промисловість України активно впроваджує **технологічні новинки**, спрямовані на підвищення якості продукції та розширення асортименту. Ось, до прикладу, наведемо декілька з них:

- *технологія ультрафільтрації*, що дозволяє виробникам молочних продуктів видаляти зайвий водяний вміст із сироватки, результатом чого є більш концентровані продукти, такі як грецький йогурт або молочні напої з високим вмістом білка;

- *технологія мембранної фільтрації*, що дозволяє виробникам видаляти забруднення, бактерії та непотрібні компоненти з молока, зберігаючи при цьому корисні молочні складові. В результаті отримуємо чистіші та безпечніші продукти, які мають довший термін придатності;

- *технологію мікрофільтрації молока*. Цей метод передбачає очищення молока за допомогою керамічних мембран, що видаляють до 99,9% бактерій та їхніх спор. Після цього застосовується «лагідна» пастеризація при температурі 72–75 °С, що дозволяє зберегти природний смак молока та подовжити термін його зберігання до 21 доби (вперше в Україні запровадила компанія «Люстдорф» [12]);

- *технологія ферментації за допомогою пробіотиків*, супроводжується додаванням пробіотиків до молочних продуктів, таких як йогурт або кефір, що дозволяє зберігати здорову мікрофлору кишківника і покращує загальний стан організму;

- *технології використання альтернативних джерел білка*, що передбачають дослідження виробниками можливостей використання нетрадиційних джерел білка, таких як верблюже, овече або козяче молоко, для створення нових продуктів, що задовольняють різноманітні споживчі вподобання. Це також допомагає подолати непереносимість лактози та пропонує унікальні поживні властивості [13];

- *технології*, що забезпечують приготування збалансованих раціонів та автоматизованої роздачі кормів з дотриманням умов щодо кожної корови;

- *технології автоматизації та роботизації доїння* і вигодівлі, що слугуватиме зменшенню виробничих витрат і зростанню прибутковості (роботизовані доїльні установки компанії “DeLaval”) та ін.

Маркетингові інновації як елемент стратегічного планування розвитку молочної промисловості в Україні є не менш популярними та привабливими, зокрема:

- створення продуктів функціонального харчування, а саме виробництво інноваційних продуктів з біоактивними харчовими компонентами: пробіотиками і пребіотиками;

- виробництво органічних молочних продуктів – це процес виготовлення молока та молочних виробів (сиру, масла, йогуртів, сметани тощо) із суворим дотриманням стандартів органічного виробництва. Основною метою такого виробництва є збереження природного середовища, добробуту тварин та здоров'я споживачів без використання хімічних добрив та пестицидів;

- виробництва нових продуктів – айранів зі смаками лайму та м'яти, гранату і кропу, а також різноманітних сирів. Це розширює асортимент та задовольняє зростаючий попит споживачів на оригінальні смаки. Айран – це традиційний кисломолочний напій, який має тюркське походження і користується популярністю в багатьох країнах, зокрема в Україні. Останнім часом виробники молочних продуктів пропонують не лише класичний айран, а й нові його види з додатковими інгредієнтами та вдосконаленою рецептурою [14];

- інноваційне виробництво спредів – комбінування молочного жиру із рослинними жирами, а також внесення різноманітних рослинних компонентів до молочно-жирових сумішей.

Соціальні інновації в молочній промисловості – це впровадження нових підходів і рішень, які сприяють підвищенню якості життя, розвитку місцевих громад, створенню нових робочих місць та підвищенню екологічної відповідальності. В Україні такі ініціативи набувають особливого значення через необхідність розвитку сільських територій та покращення умов праці у фермерських господарствах.

Сучасні соціальні інновації у вітчизняній молочній промисловості реалізуються через:

- розвиток кооперативів через підтримку сімейних фермерів (молочна компанія розвиває свою сировинну базу шляхом купівлі у сільських жителів надоїв молока, чим підтримує їх з одного боку, а з іншого – формує свою сировинну базу – досвід компанії “Данон”. Кооперація допомагає забезпечити стабільний дохід для місцевих фермерів, розвиває інфраструктуру сіл та створює нові робочі місця;

- створення молочних ферм із соціальним впливом, які надаватимуть роботу соціально вразливим групам населення (людям з обмеженими можливостями, ветеранам АТО/ЗСУ, переселенцям). Такий підхід сприяє соціальній інтеграції та зменшенню рівня безробіття у регіонах;

- впровадження освітніх програм та тренінгів для фермерів, де останні можуть навчатися сучасним методам ведення господарства, стандартам якості та інноваційним технологіям у виробництві молока. Це своєю чергою створює соціальний ефект – підвищує кваліфікацію фермерів, допомагає покращити якість продукції та збільшити їхній дохід;

- розвиток соціального підприємництва через створення молочних підприємств, частина прибутку яких ітиме на фінансування соціальних проектів у громадах: школи, лікарні, дитячі садки та сприятиме підвищенню рівня життя населення у сільських регіонах та розвиток місцевої інфраструктури.

Впровадження соціальних інновацій у молочній промисловості України залишається перспективним напрямком, адже сільське господарство становить важливу частину економіки країни. Зокрема, міжнародні організації, такі як FAO та USAID, вже підтримують проекти, спрямовані на розвиток сільських громад та інновацій у виробництві молочної продукції.

Інновації у молочній галузі, пов’язані із заготівлею, утриманням, контролем та доїнням корів. Основні напрями інновацій у цьому напрямку:

1. Інновації в утриманні корів:

- встановлення автоматизованих систем моніторингу стану корів – спеціальних датчиків та датчиків для худоби, які відстежують фізіологічні показники: активність, температуру тіла, серцебиття, рівень стресу та споживання корму. Ці дані автоматично передаються на центральний комп’ютер або смартфон фермера, що дозволяє вчасно реагувати на зміни в стані здоров’я тварини;

- оптимізація мікроклімату в корівниках через встановлення вентиляційних систем з автоматичним регулюванням температури та вологості, системи освітлення, що імітують природний світловий цикл для підвищення продуктивності корів;

- створення комфортних умов для лежання та відпочинку худоби через використання м’яких підстилок, гумових матів або водяних матраців, які знижують ризик травм і забезпечують тваринам кращий відпочинок.

В Україні впроваджуються сучасні інноваційні технології в утриманні корів, що сприяють підвищенню продуктивності та покращенню здоров’я тварин. Наведемо приклади підприємств, які активно застосовують такі новації:

1. Компанія «Укрпромінвест-Агро» реалізувала проєкт реконструкції систем утримання молочного стада за канадською технологією. Вперше у селі Дзигівка Вінницької області було введено в експлуатацію сучасні приміщення з тунельною вентиляцією, спеціалізованими матрацами для корів та новітньою доїльною системою Dell-Pro від Delaval. Ці заходи дозволили підвищити надої та зменшити захворюваність тварин.

2. Вітчизняна компанія «Chub Agroconcept» пропонує інноваційні рішення для автоматизації ферм, зокрема системи підмивання корів у доїльних залах, що підвищують ефективність доїння та зменшують операційні витрати. Також вони впроваджують системи виявлення корів в охоті, які допомагають своєчасно визначати статеву активність тварин, підвищуючи відсоток запліднюваності.

2. Інновації у годівлі худоби:

- запровадження систем автоматичного зважування та дозування корму – встановлення роботизованих кормороздавачів, що точно розподіляють корм за графіком і відповідно до потреб кожної групи корів;

- використання спеціальних кормових добавок для покращення здоров'я шлунково-кишкового тракту, підвищення імунітету та підвищення надоїв худоби.

3. Інновації у доїнні корів:

- встановлення роботизованих доїльних установок, тобто автоматизованих систем, які працюють без втручання людини. Вони самостійно знаходять вим'я, обробляють його перед доїнням і здійснюють сам процес доїння. Це дозволяє знизити стрес у тварин і підвищити гігієну молока;

- запровадження системи автоматичного промивання та дезінфекції доїльного обладнання, що забезпечить високий рівень гігієни та знизить ризик потрапляння бактерій у молоко.

Основними напрямками **виробничих інновацій** у молочній промисловості в Україні є:

- введення в дію модульних молочних міні-заводів, що являють собою комплекси з переробки молока та фасування виробленої молочної продукції.

Модульні молочні міні-заводи в Україні стають дедалі популярнішими, оскільки вони дають змогу ефективно переробляти молоко та виробляти якісну молочну продукцію безпосередньо на місці. Це особливо актуально для фермерських господарств, які прагнуть підвищити рентабельність та забезпечити споживачів свіжими продуктами. Перевагами модульних міні-заводів є те, що вони займають небагато місця та можуть бути встановлені в різних локаціях; сучасне обладнання споживає менше енергії на переробку одного кілограма сировини, що знижує виробничі витрати; період окупності міні-завода може становити від 1 до 3 років.

Приклади модульних міні-заводів в Україні є [15]:

- Tessa-1A308 – потужність 5 тонн на добу. За реалістичного сценарію може забезпечити валовий прибуток 110,8 млн грн за 5 років, з періодом окупності близько 2,4 року.

- Tessa-1A404 – потужність 10 тонн на добу. За реалістичного сценарію очікується валовий прибуток 214 млн грн за 5 років, з окупністю близько 1,5 року.

- Tessa-1A408 – потужність 20 тонн на добу. За реалістичного сценарію може принести валовий прибуток 430 млн грн за 5 років, з окупністю приблизно 1 рік.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, упровадження екологічних, соціальних принципів та принципів управління ESG у діяльність української молочної промисловості має вирішальне значення для забезпечення сталого

розвитку перед обличчям сучасних глобальних викликів, таких як зміна клімату та соціальна нерівність. Аналіз останніх досліджень підтверджує важливість впровадження програм ESG у стратегічне управління молокопереробними підприємствами, зосереджуючись на інноваційних підходах та ефективному управлінні ресурсами. Результати досліджень показують, що для успішного впровадження програм ESG потрібен системний підхід, який включає чітке планування, організацію, управління та контроль ресурсів. Тому управління програмами ESG на підприємствах молочної промисловості України має бути стратегічним пріоритетом, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, залученню інвестицій та забезпеченню довгострокового сталого розвитку.

Авторська розробка інноваційних новинок у молочній промисловості України за сферами управління теж заслуговує уваги, оскільки інновації у будь-якій сфері управління що стосуються розвитку молочної промисловості є рушіями розвитку маркетингового стратегічного планування у цій галузі.

1. Черемісіна С.Г., Россоха В.В., Кривун М.В. Перспективи підвищення рівня інноваційної активності молокопереробних підприємств. *Економіка АПК*. № 2. 2022. Том 29. С. 20-33. URL: <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-29-2-2022/perspektivi-pidvishchennya-rivnya-innovatsiynoyi-aktivnosti-molokopererobnikh-pidpriyemstv>
2. Червен І.І. Сутність та особливості інноваційних технологій в молочному скотарстві. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Т. 15. С. 332–336.
3. Shudlurski J., Zaika S., Gridin O. Theoretical aspects of innovation activities. *Current Issues of Innovative Economy*. 2016. No. 1. P. 17–24.
4. Putsenteilo P., Nyanko V., Karpenko V. Trajectory of marketing function – from traditions to innovations. *European Journal of Management Issues*. 2018. Vol. 26. No. 3-4. P. 103–113.
5. Болгар Т.М., Корчагіна Л.Ф. Розвиток науково-методичних підходів до організації ESG-активностей підприємств. *ACADEMY REVIEW*. 2024. № 1 (60). URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2024/1/2-.pdf>
6. Лагодієнко О.В. Ключові аспекти та підходи управління ESG-програмами на підприємствах агропромислового комплексу України. *Бізнесінформ*. № 7. 2024. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-7_0-pages-290_297.pdf
7. Кифяк В.І. Стратегії інноваційного сталого розвитку бізнесу: модель реалізації. *Економіка і суспільство*, 2024. Вип. 59. URL: <file:///C:/Users/admin/Downloads/3431%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3345-1-10-20240221.pdf>
8. Коновальченко А. Як інноваційні підходи до ESG допомагають відновленню України. *Економічна правда*. 15 січня 2024. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2024/01/15/708751/>
9. Шостак І.В. Концепція ESG як вектор запровадження інноваційних технологій. *Економіка і суспільство*, 2024. Вип. 62. URL: <file:///C:/Users/admin/Downloads/3921%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3829-1-10-20240529.pdf>
10. Tidd J., Bessant J., Pavitt K. Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons. Wiley, Hoboken, 2015. 325 p.
11. Kim C. W., Mauborgne R. Blue Ocean Strategy. Harvard Business Review Press. 2022. URL: <https://www.ideo.com/blogs/inspiration/blue-ocean-strategy-pdf>
12. Боднар Г. Революція у молочній промисловості: “Люстдорф” впроваджує перше в Україні мікрофільтроване молоко. Інформаційне агенство УНІАН. URL:

- <https://www.unian.ua/economics/other/revolyuciya-u-molochniy-promislovosti-lyustdorf-vprovadzhuye-pershe-v-ukrajini-mikrofiltruvane-moloko-12374997.html>
13. Новітні технології харчових добавок у молокопереробній промисловості. URL: <https://www.032.ua/news/3708311/novitni-tehnologii-harcovih-dobavok-u-molokopererobnij-promislovosti>
 14. Сучасні тренди та орієнтири молочної промисловості: започатковуємо ще одну наукову традицію. URL: <https://nuft.edu.ua/news/podiyi/suchasni-trendi-ta-oriyentiri-molochnoyi-promislovosti-zapochatkovuyem?utm>
 15. Терещенко І. Модульні молочні міні-заводи – прибуткове скотарство і якісні молочні продукти. 2024. URL: <https://www.growhow.in.ua/modulni-molochni-minizavody-pributkove-skotarstvo-i-iakisni-molochni-produkty>

References

1. Cheremisina, S.H., Rossokha, V.V., Kryvun, M.V. (2022). Perspektyvy pidvyshchennia rivnia innovatsiinoi aktyvnosti molokopererobnykh pidpriemstv [Prospects for increasing the level of innovative activity of dairy processing enterprises]. *Economics of the Agricultural Complex*. No 2. Vol. 29. pp. 20-33. Retrieved from: <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-29-2-2022/perspektivi-pidvishchennia-rivnya-innovatsiynoi-aktivnosti-molokopererobnykh-pidpriemstv> [in Ukrainian].
2. Cherve, I.I. (2017). Sutnist ta osoblyvosti innovatsiinykh tekhnolohii v molochnomu skotarstvi [The essence and features of innovative technologies in dairy farming]. *Economics and enterprise management*. Vol. 15. pp. 332–336.
3. Shudlurski, J., Zaika, S., Gridin, O. (2016). Theoretical aspects of innovation activities. *Current Issues of Innovative Economy*. No. 1. pp. 17–24.
4. Putsenteilo, P., Nyanko, V., Karpenko, V. (2018). Trajectory of marketing function – from traditions to innovations. *European Journal of Management Issues*. Vol. 26. No. 3-4. pp. 103–113.
5. Bolhar, T.M., Korchahina, L.F. (2024). Rozvytok naukovo-metodychnykh pidkhodiv do orhanizatsii ESG-aktyvnosti pidpriemstv [Development of scientific and methodological approaches to organizing ESG activities of enterprises]. *ACADEMY REVIEW*. 2024. No. 1 (60). Retrieved from: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2024/1/2-.pdf> (accessed 03 January 2025) [in Ukrainian].
6. Lahodiienko, O.V. (2024). Kliuchovi aspekty ta pidkhody upravlinnia ESG-prohramamy na pidpriemstvakh ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy [Key aspects and approaches to managing ESG programs at enterprises of the agro-industrial complex of Ukraine]. *Businessinform*. No. 7. Retrieved from: https://www.businessinform.net/export_pdf/business-inform-2024-7_0-pages-290_297.pdf [in Ukrainian].
7. Kyfiak, V.I. (2024). Stratehii innovatsiinoho staloho rozvytku biznesu: model realizatsii [Strategies for innovative sustainable business development: an implementation model]. *Economy and Society*. Vol. 59. Retrieved from: <file:///C:/Users/admin/Downloads/3431%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3345-1-10-20240221.pdf> [in Ukrainian].
8. Konovalchenko, A. (2024). Yak innovatsiini pidkhody do ESG dopomahaiut vidnovlenniu Ukrainy [How innovative approaches to ESG help restore Ukraine]. *Economic truth*. January 15. Retrieved from: <https://epravda.com.ua/columns/2024/01/15/708751/> [in Ukrainian].
9. Shostak, I.V. (2024). Kontseptsiiia ESG yak vektor zaprovadzhennia innovatsiinykh tekhnolohii [The ESG concept as a vector for introducing innovative technologies]. *Economy and Society*. Vol. 62. Retrieved from: <file:///C:/Users/admin/Downloads/3921%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3829-1-10-20240529.pdf> [in Ukrainian].
10. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2015). Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons. Wiley, Hoboken, 325 p.

11. Kim, C. W., Mauborgne, R. (2022). Blue Ocean Strategy. Harvard Business Review Press. Retrieved from: <https://www.ideou.com/blogs/inspiration/blue-ocean-strategy-pdf> (accessed 02 January 2025) [in English].
12. Bodnar, H. (2024). Revoliutsiia u molochnii promyslovosti: "Liustdorf" vprovadzhue pershe v Ukraini mikrofiltrovane moloko [Revolution in the dairy industry: "Lustdorf" introduces the first microfiltered milk in Ukraine]. *UNIAN News Agency*. Retrieved from: <https://www.unian.ua/economics/other/revolyuciya-u-molochniy-promislovosti-lyustdorf-vprovadzhue-pershe-v-ukrajini-mikrofiltrovane-moloko-12374997.html>? [in Ukrainian].
13. Novitni tekhnolohii kharchovykh dobavok u molokopererobnii promyslovosti [The latest technologies of food additives in the dairy industry]. Retrieved from: <https://www.032.ua/news/3708311/novitni-tehnologii-harcovih-dobavok-u-molokopererobnij-promislovosti> [in Ukrainian].
14. Suchasni trendy ta oriientyry molochnoi promyslovosti: zapochatkovuiemo shche odnu naukovu tradytsiiu [Modern trends and guidelines of the dairy industry: starting another scientific tradition]. Retrieved from: <https://nuft.edu.ua/news/podiyi/suchasni-trendi-ta-oriyentiri-molochnoyi-promislovosti-zapochatkovuyem?utm> [in Ukrainian].
15. Tereshchenko, I. (2024). Modulni molochni mini-zavody – prybutkove skotarstvo i yakisni molochni produkty [Modular mini-dairy plants – profitable livestock farming and high-quality dairy products]. Retrieved from: <https://www.growhow.in.ua/modulni-molochni-minizavody-prybutkove-skotarstvo-i-iakisni-molochni-produkty/> [in Ukrainian].

MARKETING INNOVATIONS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF MARKETING STRATEGIC PLANNING OF THE DAIRY INDUSTRY OF UKRAINE

Roman Khich

*Ivan Franko National University of Lviv,
79008 Lviv, 18 Svobody Avenue
e-mail: roman.khich@lnu.edu.ua*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-0387-9407>

Abstract. The scientific article is devoted to the issue of marketing innovations as a tool for increasing the effectiveness of marketing strategic planning in the dairy industry in Ukraine. The article emphasizes the importance of applying the ESG approach in the activities of dairy enterprises in the conditions of uncertainty and martial law in Ukraine, which will make it possible to form a comprehensive action plan aimed at integrating environmental, social, and governance principles into all aspects of the activities of dairy and milk processing enterprises. The proposed approach aims to ensure sustainable development, increase efficiency, and create long-term value for all dairy industry stakeholders. Therefore, managing ESG programs at dairy enterprises in Ukraine should be a strategic priority, which will contribute to increasing competitiveness, attracting investments, and ensuring long-term sustainable development. Based on the proposed ESG approach to characterizing innovations in the dairy industry of Ukraine, the author has constructed a table of innovative novelties through the prism of management areas used by dairy enterprises of the domestic industry in their economic activities. Particular attention is focused on production innovations in the domestic dairy industry, namely the introduction of modular dairy mini-factories in Ukraine, which allows for efficient milk processing and production of high-quality dairy products

directly on-site. This is especially relevant for farms that seek to increase profitability and provide consumers with fresh products. The author's development of innovative novelties in the dairy industry of Ukraine by management areas also deserves attention, since innovations in any area of management related to the development of the dairy industry are drivers of the development of marketing strategic planning in this area.

Keywords: innovations, marketing innovations, novelties, marketing strategic planning, ESG approach to innovations, organic dairy products, dairy mini-factories, dairy industry.

Стаття надійшла до редколегії 03.11.2024

Прийнята до друку 25.11.2024