

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ»

**ІННОВАЦІЙНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ
ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ – ДОСВІД ПОЛЬЩІ**

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Методичні та теоретичні аспекти дослідження інновацій як чинника підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.....	4
2. Аналіз структури інновацій у фермерських господарствах.....	9
3. Чинники, бар'єри та шляхи дальшого розвитку процесу інноватизації сільськогосподарських підприємств.....	17
Висновки та пропозиції.....	22
Список використаної літератури.....	25

ВСТУП

Інноваційний шлях розвитку, як свідчить міжнародний досвід, нині слугує маркером привабливості галузі для потенційних інвесторів, дозволяє знизити в країні масштаби міграційної кризи завдяки зниженню відтоку якісних трудових ресурсів, тому не дивно, що уряди країн, які посідають топові позиції у сфері технологій, всіляко сприяють підприємництву через державні програми (5.0 в Японії, 4.0 в Німеччині, у Китаї, Індустріальний інтернет-консорціум у США) [9, с.12]. Впровадження інновацій у практику господарювання сільськогосподарських підприємств є на сьогодні надзвичайно важливою справою, оскільки дозволяє в значній мірі підвищити рівень їх конкурентоспроможності на ринку та ефективності функціонування. Інноваційна діяльність, що впливає на розвиток суб'єктів господарювання, є важливою основою для успіху підприємства та нарощування його конкурентної переваги на ринку [25, с. 52-68]. Тобто, підприємства, які застосовують новітні технології та мають висококваліфікований персонал і сучасну систему менеджменту, займають набагато вищі конкурентні позиції на ринку відповідних видів продукції та видів діяльності, що обумовлює високу актуальність дослідження можливостей інтенсифікації процесу інноватизації підприємств, і особливо – у секторі сільського господарства, хоча б тому, що на сьогодні продукція підприємств цього сектору відіграє вирішальну роль у наповненні державного бюджету валютними надходженнями від її експорту.

Відповідно метою даної роботи є представлення основних результатів дослідження досвіду польських сімейних фермерів щодо підвищення рівня інноваційності їх господарств, виявлення основних бар'єрів на шляху здійснення цього процесу, і, не претендуючи на вичерпність вирішення проблеми – формування основних напрямів підвищення рівня інноваційності українських сільськогосподарських підприємств з тим, щоб вищий рівень їх інноваційності дав їм можливість краще позиціонуватись у конкурентному ринковому середовищі.

1. Методичні та теоретичні аспекти дослідження інновацій як чинника підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств

Загальний підхід до проведення дослідження має загальнонауковий діалектичний характер і ґрунтується на аналітичному опрацюванні доступних інформаційних та літературно-наукових джерел стосовно досліджуваної проблеми та відповідного їх узагальнення із застосуванням методів аналізу і синтезу та індукції і дедукції. Усі впроваджені нововведення представлені у цифровій та відсотковій формі у табличній формі. Для інтерпретації результатів був використаний порівняльний та описовий метод. Дослідженню проблем підвищення рівня інноваційності, а тим самим – і конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств значну увагу приділяють і українські, і зарубіжні вчені. Заслужують на увагу результати досліджень цієї проблеми, опубліковані у працях О. Дація [4], В.Клочана [6], Ю.Лупенка [7], Р. Мінніханова [8], С.Позняк [10], В. Покотилової [11], О. Скидана [13] та багатьох інших. Досить детально аналізує стан і перспективи конкурентоспроможності аграрних підприємств І.І.Вініченко [3]. Питання сутності і особливостей конкурентного середовища досить ґрунтовно досліджують Т.Ю. Білоусько [1] та Г.Б.Скиба [12], а його маркетинговий аналіз грамотно проведено С.М. Трапаїдзе [14]. На справедливу думку С.В. Позняк конкурентоспроможність, економічне зростання та інноваційна діяльність тісно пов'язані між собою. Ставка на інновації в сучасних економічних умовах є найбільш перспективним підходом, адже, перемогу в конкурентній боротьбі отримують саме ті учасники ринку, які займають активну позицію у використанні інновацій. Саме інновації визначають конкурентні переваги в ринковій боротьбі, реалізація яких дозволяє активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні [10]. На важливості інноваційного чинника у підвищення рівня конкурентоздатності підприємств

наголошує Г.С.Федосєєва, вказуючи, що успіх реалізації дії цього чинника залежить в першу чергу від управлінському персоналу: «Серед факторів внутрішнього середовища діяльності виробника сільськогосподарської продукції, до яких ми відносимо виробничу, управлінську, маркетингову, фінансово-економічну діяльність та рівень продукції суб'єкта, визначальним є управлінська складова..., тому саме від вміння керівництва підприємства вчасно адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища, ефективно організувати виробничу діяльність залежить рівень тієї продукції, яку воно виробляє, а відповідно, і організація збуту, яка часто залежить від якості та ціни сільськогосподарської продукції» [15, с.150]. Значна увага у вітчизняних наукових публікаціях приділяється особливостям інноваційних процесів у сільському господарстві, від яких залежить поширення окремих їх видів як чинників підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств [7;16]. Дослідники зазначають, що інноваційна діяльність у сільському господарстві пов'язана в першу чергу з новими сортами рослин та новими породами тварин [7].

З огляду на низький рівень інноваційності вітчизняного сільського господарства безперечно корисними будуть результати досліджень зарубіжних вчених, серед яких – Cavagnoli D. [21], Tidd J. і Bessant J. [34] і особливо польських вчених-економістів, таких як – J.Baruk [18], I.Bielski [19], J.Bogdanienko [20], M.Oszmiańska [29], A.Pomykalski [32], M.Zastępowski [35] стосовно трактування змісту інновацій та ефективності їх впровадження у сільськогосподарських підприємствах, бо Польща вже досить тривалий час є членом ЄС і в значній мірі вже піднесла рівень інноваційності сільськогосподарських підприємств.

В інтерпретації інновацій переважають два підходи: наближення до інновацій як результату (зміни сфери виробництва, що призводять до нових продуктів) або процес (усі процеси креативного мислення, спрямовані на

застосування та використання вдосконалених рішень технології, технології, організації, суспільства) [34].

Загалом, інновація походить від латинського слова *innovare*, що означає поновлення чогось нового. В економічній літературі поняття інновації було введено Дж. Шумпетером, який дослідив економічний вимір інновацій, що використовуються у виробництві, постачанні та продажі, заявивши, що воно полягає у виробництві та збуті нового продукту або його видів, реалізації нового методу виробництва, тобто. той, який не використовується у певній галузі або, наприклад, у новому маркетинговому рішенні; відкриття або створення нового ринку для даної вітчизняної галузі;

Зміна організаційної структури, отримання нового джерела поставок нової сировини або напівфабрикатів, Дж. Шумпетер, автор «Теорії економічного розвитку», розглядав як перший комплексний підхід до явища інновацій. У цій праці, опублікованій у 1912 р. 10, Шумпетер представив "нові комбінації факторів", тобто інновації як рушій розвитку, скидаючи стан відносного балансу галузей, у яких ці комбінації описуються. Описуючи підприємця, який є ключовою фігурою цієї теорії, Шумпетер наголошує на різниці між інновацією та винаходом (винаходом). Поки винаходи не знайдуть застосування в діловій практиці, вони не мають економічного значення [35 с.141], незалежно від їх потенціалу. Відповідно до класифікації вище, нові комбінації можуть взагалі не бути винаходом. Функція підприємця – "робити справи", "без яких можливості мертві". З одного боку, ми окреслили весь спектр економічних змін, які можна віднести до назви інновацій, а з іншого – акцент на значно вужчий характер дослідницької діяльності стосовно інноваційної діяльності. Ця перспектива є важливою, оскільки, приймаючи її за орієнтир, багато дослідників критично ставляться до занадто вузького погляду на інноваційну діяльність, коли вона зводиться до дослідницької діяльності, а також до концепції ґрунтування публічного втручання, пов'язаного з

інноваціями, на парадигмі ринкової невдачі у сфері дослідження і розробки [29].

Певний цінний підхід до розуміння сутності інноваційності як рівня насичення підприємства інноваціями та його здатності до їх сприйняття і ефективного використання сформовано у польській економічній літературі.

У наш час в епоху економіки, заснованої на знаннях та інформації, інновації, що розуміються як "навчальний" процес, будучи ефектом накопичених конкретних знань та інформації, корисних з точки зору підприємства, є одним з головних генераторів конкурентної переваги суб'єктів господарювання – обох підприємств, та країни.

У цьому контексті варто згадати три найчастіше визначені етапи моделей розвитку та конкуренції [33. С. 652–664]:

1. Етап, заснований на змаганні за кількістю цін та використанням ресурсів дешевша і низькокваліфікована робоча сила та сировина.
2. Етап, заснований на конкуруючій якості продукції та високій ефективності виробничих факторів, досягнутий завдяки підвищенню рівня кваліфікації працівників, пов'язаному з підвищенням заробітної плати, а також підвищенням інвестицій та ефективності.
3. Етап, заснований на змаганні з новими та унікальними продуктами та послугами, що є результатом розвитку інновацій.

Інновації підприємства – здатність ефективно розподіляти ресурси для формування оптимальної конфігурації конкурентних переваг, включає елемент ефективності, а також фактор часу, за якого змінюється форма оптимальної конфігурації конкурентних переваг [19]. Інновація – це здатність керівників та менеджерів створювати та впроваджувати нові техніки та технології, виготовляти, створювати організаційні структури, створювати взаємозв'язки факторів виробництва, що дають оптимальні переваги, використовувати раціональні методи та прийоми управління, сприймати та вирішувати проблеми

[18. С. 9-11]. Це здатність створювати щось нове або вносити значні зміни, діючи таким чином, що використовує цю здатність

Під інноваціями підприємств слід розуміти їх здатність створювати та впроваджувати інновації, а також реальну здатність підприємства впроваджувати нову та модернізовану продукцію, нові чи змінені технологічні чи організаційно-технічні процеси. З іншого боку, інноваційність економіки визначається як здатність та мотивація підприємств постійно шукати та впроваджувати на практиці результати наукових досліджень, нові ідеї, концепції та винаходи. Інновація також означає вдосконалення та розвиток існуючих виробничих технологій, впровадження нових або вдосконалених рішень в організації та управлінні, а також вдосконалення методів обробки, збору та обміну інформацією [26, с. 22].

Сама інновація – це багатовимірна концепція, яку важко чітко визначити, з розмитими межами [17, с. 264], що визначає трудомісткість і складність завдання вимірювання цього явища. Це також впливає з того, що інновації, відповідно до підходу Шумптера, можна розуміти в широкому розумінні як впровадження всього нового в організації, продукти, процеси, технології, організація виробництва, доступ до нової торгової точки, але вони можуть вузько розуміти як "перше комерційне введення (застосування) нового продукту, процесу, системи чи пристрою" [24]. З цієї причини виникає необхідність систематизувати межі вимірювання інноваційності компанії, пов'язані з нею проблеми та можливі шляхи їх вирішення.

Оцінка стану інновацій економіки базується на прямих та непрямих показниках. Непрямі показники ґрунтуються на інтенсивності досліджень та розробок та вимірюють результати винахідницької діяльності; на їх основі формулюються висновки щодо стану інноваційної економіки. Прямі показники, з іншого боку, зосереджені на ефектах продуктових, організаційних та маркетингових інновацій [30. С. 153-154].

Виходячи із змісту домінуючого підходу до трактування інноваційності як схильності компанії та здатності впроваджувати інновації, у сімейних фермах інновації можна виміряти такими заходами, як кількість прийнятих нововведень, їх тип, рівень витрат на інновації в загальних витратах господарства або відносна вигода, яка досягається його впровадженням [18. С. 9-11].

Таким чином, існуючих підходів до розуміння змісту інновацій у підприємстві та його інноваційності на сьогодні є дуже багато, і різняться вони між собою асортиментом можливих моментів, що можуть бути трактовані як інновації і стосуються процесів, організації, маркетингу. Результати проведено аналізу публікацій, що стосуються сутності інновацій, дають підстави вважати інновацією у сільськогосподарському підприємстві всі моменти, що стосуються нововведень безпосередньо у ньому: технологічні і організаційні процеси, нові види продукції або способи їх виготовлення, нові засоби виробництва, система управління, ринки і канали збуту тощо. Такий підхід відповідає визначенню інновацій Законом України «Про інноваційну діяльність» [2] та роз'ясненню Державної служби статистики України – роз'ясненні Державної служби статистики України з цього приводу зазначено, що до інновації зараховується рівень новизни «нове для підприємства (організації)» [5].

2. Аналіз структури інновацій у фермерських господарствах.

Нововведення, підготовлене фабриками, – це ще не все. Представлення нових товарів на польському ринку також є складним завданням. Сьогодні дуже важко здивувати фермерів та привернути увагу до нових товарів чи рішень. Нові машини, представлені на ринку, сприяють підвищенню ефективності, зберігаючи найвищу точність у всіх агротехнічних операціях. Фермери купують інноваційну продукцію, хоча, звичайно, не всі цікавляться нею. Якщо господарство в основному орієнтоване на самопостачання, а

продукція періодично продається на ринку, то власник такого господарства не буде впроваджувати інновацій. Інакше це стосується фермерів-виробників сільськогосподарської продукції. Ними враховується попит на інноваційну продукцію, оскільки вони є фактором розвитку фермерських господарств, що означає більший прибуток. Зазвичай фермери в незначній пропорції реагують на появу інноваційного продукту. Аналогічну частину за розміром складають так звані нейтральні. [32].

Таблиця 1

Модель Роджерса та її використання у дослідження інновацій у сільському господарстві (за П. Трояновським*)

Реакція фермерів на інновації	%	Опис
Інноватори	25	Без жодних умов. Вистарчить того, щоб потенційно-пробутковий інноваційний продукт чи послуга з'явився на ринку.
Послідовники	13.5	За умов підтвердження позитивної динаміки купівлі-продажу інноваційного продукту чи послуги на ринку
Рання Більшість	34.0	Після того як інноваційний продукт чи послуга знайде застосування в господарстві, якому довіряють
Пізня Більшість	34.0	Після того, як 1\3 інших фермерських господарств придбає даний продукт чи послугу
Нейтральні	16.0	Після того як переважна більшість господарств придбають інноваційний продукт чи послугу. (або відверта незацікавленість)

* [32].

Більшість – це ті, кому, перш ніж купувати інноваційний продукт, доводиться трохи почекати, подивитися на інших. Ті, хто раніше купував такий товар, є покупцями-новаторами. Більшість із них є послідовниками. – коментує доктор П. Трояновський. Але не кожен фермер має однакові потреби. На ринку це виглядає інакше для фермерів, які купують сировину. Є набагато більше людей, які реагують на інноваційний продукт, ніж на інших ринках, але

нейтральних тут набагато більше. Можна сказати, що це пов'язано з великою розбіжністю серед фермерів. Є багато бажаючих розвивати свої господарства – це сільськогосподарські виробники нових типів. Але є також багато тих хто дивиться на світ консервативно, вони навіть не планують купувати інновації в майбутньому, виявляючи свою незацікавленість в них взагалі – пояснюють результати дослідження [32].

То, який відсоток фермерів вирішує впроваджувати інновації у сільському господарстві, залежить від товарної категорії. Дослідження Martin and Jacob та agrofoto.pl показують загальний профіль поведінки споживачів фермерів. Можна сказати, що: приблизно 20-30% негайно реагують на появу інноваційного продукту і купують його, не чекаючи інших. Близько 20% купують пізніше, коли товар набуває досить широкого поширення. Але половина і більше не купують її взагалі або лише в самому кінці [32].

Виходячи із прийнятого трактування інновацій як усього нового, що стосується фермерських господарств, було проаналізовано результати М. Опшмянської, яка провела опитування серед польських фермерів у гмінах¹ Міліч і Новогроджець, Дольношльонському воєводстві з метою визначення інновацій, впроваджених у сімейних фермерських господарствах за останні два роки, та інформаційних каналів, що головним чином сприяли їх впровадженню (31)

На основі застосування методу випадкової вибірки було вибрано по 30 господарств з площею від 10 до 20 га орної землі в кожній гміні. Необхідна для дослідження інформація була отримана в результаті застосування методу анкетування шляхом проведення безпосередніх інтерв'ю з власниками чи керівниками цих господарств. При цьому за інновації приймалось все нове, що мало місце у цих господарствах безпосередньо за досліджений період.

¹ Гміна – територіальна самоврядна адміністративна одиниця типу сучасних територіальних об'єднаних громад в Україні (прим. авт.).

Середній розмір досліджуваних господарств становить 14,7 га орної землі. Працевзабезпеченість становить 24,5 працівника / 100 га. Середній вік фермерів – 46 років, а домогосподарки – 45. Спосіб ведення господарства залежить від кваліфікації фермерів. Серед опитаних фермерів 36,7% мають початкову освіту, 48,3% мають професійну освіту та 15,0% мають середню освіту. Навпаки, аграрії були такими: первинні – 35%, професійні – 40,0, середні – 23,3% і вище – 1,7%. Ці дані свідчать про те, що за рівнем освіти жінки випереджають чоловіків, що може вплинути на їхнє ставлення до продуктів новизни. Усі нововведення, що впроваджуються в сімейні господарства, розраховувались у балах та відсотках. Їх розділили на 4 підрозділи, а саме: рослинництво, виробництво тварин, організація та економіка, і домашнє господарство (табл.2). Результати опрацювання одержаних в ході зазначеного дослідження даних показують, що у залучених до цього дослідження фермерських господарствах структура інновацій, впроваджених у виробництво рослинницької продукції, свідчить про те, що вони найбільше стосуються нових видів і сортів рослин, а також засобів захисту рослин та добрив [31].

Використання нових сортів дає можливість фермеру збільшити рентабельність його виробництва. Сорт може бути зареєстрований лише в тому випадку, якщо його експлуатаційні характеристики кращі за вже зареєстровані. Це стосується в основному врожайності, але важливі й інші особливості, такі як зимостійкість, якість зерна (переважно пшениці), стійкість до хвороб або стійкість до зростання зерна на шипі. Фермери, незважаючи на фінансові труднощі, намагаються систематично змінювати насіннєвий матеріал, купувати нові засоби захисту та добрива, оскільки добре знають, що це має вирішальний вплив на врожайність сільськогосподарських культур. Для цього вони часто використовують револьверні кредити. Звертає на себе увагу дуже низька частка витрат на купівлю нової техніки, що є наслідком надто високих, як на фермерські доходи, цін на ці засоби [31]. Навіть ті, що були придбані, надійшли

в результаті їх перепродажу, тобто як такі, що були у вжитку. Основні уявлення про це були високі ціни на машинах і потрібні для роботи.

Таблиця 2

Кількість і структура впроваджених інновацій у сімейних господарствах

№	Сфери впровадження та види інновацій	Інновації		
		Кількість	%	Місце
1.	Рослинництво			
	Нові добрива	58	20,9	3
	Нові сорти	102	36,8	1
	Нові засоби охорони рослин	70	25,3	2
	Нові машини і устаткування	21	7,6	5
	Нові комплексні технології	26	9,4	4
	Разом по рослинництву	277	100,0	X
2.	Тваринництво			
	Збільшення кількості поголів'я	21	19,3	3
	Закупівля поголів'я на відгодівлю	10	9,2	5
	Нові види кормів та мінеральні добавки	35	32,1	1
	Власні консервовані корми	11	10,1	4
	Придбання доїльного апарату чи чиллера	3	2,7	7
	Нові засоби гігієни	25	22,9	2
	Модернізація тваринницьких приміщень	4	3,7	6
	Разом по тваринництву	109	100,0	X
3.	Економіка і організація			
	Збільшення площі господарства	19	16,0	3
	Зміна структури посівних площ	44	37,0	1
	Використання кредитів	18	15,1	2
	Введення бухгалтерського обліку та розрахунків	13	10,9	5
			25	21,0

	Впровадження комп'ютерної техніки			
	Разом економіка і організація	119	100,0	X
4.	Безпосередньо домашнє господарство (БДГ)			
	Рациональне харчування родини	90	29,8	1
	Екологія у домі та у дворі	59	19,5	2
	Придбання побутового обладнання та іншого обладнання	33	10,9	4
	Влаштування загорожі і квітничково-овочевого городу	40	13,3	3
	Переробка і зберігання	32	10,6	5
	Впорядкування інтер'єрів житлових приміщень	28	9,3	6
	Економіка і організація БДГ	20	6,6	7
	Разом БДГ	302	100,0	X

Джерело: [31]

У структурі інновацій, що стосувались тваринницьких галузей фермерських господарств обстежених польських фермерів, переважають нові корми та мінеральні добавки, засоби гігієни, а також покращення поголів'я стада шляхом його поповнення купленими зі сторони тваринами. Часом мало місце також збільшення стада за рахунок власного відтворення, тому що ці виробники не мали достатньо коштів на придбання додаткового породного поголів'я [31]. Фермери переконались, що високий економічний ефект дають в першу черги інновації, пов'язані із годівлею та гігієною приміщень. Ось чому вони часто купують концентровані корми, особливо – мінеральні добавки та засоби гігієни, цікавляться всіма новинками в цій галузі. Усі нововведення у тваринництві, що потребують великих фінансових витрат, впроваджуються досить у незначній мірі.

У секторі економіки та організації господарств інновації найчастіше пов'язані з зміною структури посівів та придбанням комп'ютера. Такі зміни переважно мали місце внаслідок нестачі ринків збуту практично на всі види вирощуваних культур. Тому фермери часто використовують зерно на корми, докупляючи мінеральні добавки, а також збільшують частку площі вирощування тих рослин, попит на які є більшим. Купівля комп'ютера часто також пов'язана із потребою задоволення бажання дітей, але також з наміром налагодження ведення обліку у господарстві. Багато з фермерів вже зараз використовують комп'ютери для обрахування своїх видатків, у чому їм допомагають дорадники [31]

У структурі впроваджених інновацій найбільша питома вага припадає на безпосередньо домашнє господарство, за нею йде частка інновацій у секторі рослинництва, тоді – у секторі економіки і організації, найменша частка – у секторі тваринництва. Така структура свідчить про високий рівень активності жінок, бо у фермерських сім'ях переважно саме вони є відповідальні за прийняття рішень щодо інноватизації сімейного господарства, особливо – безпосередньо домашнього господарства. В цілому, розрахована по результатах дослідження структура інновацій свідчить, що за наявного фінансового стану фермерських господарств частка інновацій з високою вартістю є дуже низькою. Це було наслідком складного становища фермерів. в якому вони опинилися після 1990 року.

Таблиця 3

Впровадження інновацій у сімейних фермерських господарствах у різних сферах

Лр.	Сфери впровадження інновацій у сімейних фермерських господарствах	Інновації		
		Кількість	%	Місце
1.	Рослинництво	277	34,3	2
2.	Тваринництво	109	13,5	4
3.	Економіка і організація	119	14,7	3
4.	Безпосередньо домашнє господарство	302	37,5	1
Разом		807	100,0	X

Джерело: [31].

Таким чином, вважаючи інновацією все нове, що мало місце в конкретному фермерському господарстві, в структурі впроваджених інновацій 37,5% стосувалось безпосередньо домашнього господарства, 34,3% – галузі рослинництва, 14,7% – економіки та організації і 13,5% – галузі тваринництва [31]. У процесі розповсюдження інновацій велику роль відіграють джерела інформації про нові товари. Значення цих джерел змінюється залежно від їх типу, які відрізняються за своєю складністю, спостережливістю, ринком тощо. Усі джерела інформації, які використовували респонденти, були поділені на 5 груп:

- а. ЗМІ,
- б. газети і журнали
- в. сусіди, родина та самого фермера,
- г. консультанти
- д. продавці та торговці.

Таблиця 4

Частка каналів одержання інформації про інновації та їх впровадження

№	Канали інформації	Рослинництво		Тваринництво		Економіка і організація		Б Д Г		Разом	
		%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість
		1.	Засоби масової інформації	20,9	3	13,8	4	16,8	4	36,1	1
2.	Преса і журнали	18,1	4	33,9	1	6,7	5	22,5	2	20,4	4
3.	Сусіди, родина	25,6	2	19,3	3	21,0	3	16,9	4	20,8	3
4.	Дорадники	6,5	5	6,4	5	31,1	1	10,5	5	11,5	5
5.	Продавці і дилери	28,9	1	26,6	2	24,4	2	13,9	3	22,3	2
Разом		100	X	100	X	100	X	100	X	100	X

Джерело: (31)

Аналіз інформаційних каналів щодо впровадження інновацій у господарство загалом взяли засоби масової інформації, продавців та торговців, а також сусідів та родини. Фермери та фермери віддають перевагу новинкам, які побачать, почують виправдання чи перевіряють інші. Процентна частка каналів була досить рівною і становила від 20,4% для журналів до 25% для ЗМІ, за винятком консультантів (11,5%). Більші відмінності мали місце в окремих виробничих підрозділах.

3. Чинники, бар'єри та шляхи дальшого розвитку процесу інноватизації сільськогосподарських підприємств

Логіка явищ і процесів дає підстави стверджувати, що подальша перспектива і шляхи дальшого розвитку процесу інноватизації

сільськогосподарських підприємств залежить від ступеня використання чинників цього розвитку та можливостях подолання існуючих у цьому розвитку бар'єрів.

В епоху конкурентних переваг, слід зосередити увагу головним чином на здатності ставати все більш інноваційним, виявляючи бажання прагнути підвищити рівень інновацій, в результаті чого досягається достатня ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Знання та інновації – один з найважливіших факторів конкурентоспроможності компанії. Рівень інновацій підприємств має великий вплив на підвищення рівня їх конкурентоспроможності та досягнення ними тривалої конкурентної переваги. У ситуації, коли скорочується життєвий цикл продукції, а також насичення ринку, подальший розвиток підприємства без впровадження інновацій неможливо уявити. Ефективне здійснення інновацій дозволяє створити визначальні стратегічні переваги в найбільш конкурентних галузях, а підприємства – лідери досягають конкурентних переваг завдяки інноваціям – шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але після досягнення переваг утримання їх стає можливим тільки шляхом постійних вдосконалень, тобто безперервних інновацій, і, таким чином, на сучасному етапі світового економічного розвитку головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність, тобто здатність системи до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі засвоєння нововведень, при цьому інноваційність також означає використання наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя (10).

При формуванні шляхів підвищення рівня інноваційності підприємства не можна оминати визначення чинників, що впливають на формування її рівня. Інноваційність підприємства залежить від багатьох факторів, таких як: форма власності, галузь, розмір компанії, організаційна культура, організаційна структура.

Тереза Красьнічка розглядає в якості організаційних умов інноваційності підприємств розмір, профіль діяльності та організаційно-правову форму останніх [27, с. 165]. На її думку, Інноваційність компанії також складається з таких факторів, як навколишнє середовище, пов'язана з наявністю спеціалізованих служб, установ (включаючи дослідження та розробки) та ресурсів (головним чином людський капітал), конкуренції чи державної політики, яка стає все більш масштабною завдяки використанню структурних фондів ЄС [27, с.166].

Іншим, не менш цікавим з погляду цієї роботи, поділом факторів інновацій є розмежування зовнішніх та внутрішніх факторів. Серед перших так звані ендогенні – наукові та технічні знання, дослідницькі засоби, людський капітал, а також фінансові ресурси даної економіки. Що стосується екзогенних детермінант, то звертається увага на міжнародне середовище, в якому працює економіка, наприклад, приплив іноземного капіталу (особливо у формі прямих іноземних інвестицій), нормативно-правові акти міжнародних організацій (МВФ, СОТ) або домовленості в рамках міжнародних інтеграційних груп. У цьому контексті, наприклад, структурні фонди є важливим зовнішнім фактором, що підтримує процес підвищення інноваційності у менш розвинених економіках Європейського Союзу [22, С. 8-9].

Серед найважливіших мотивів впровадження нових методів виробництва компанії включили необхідність покращити якість виробленої досі продукції та краще задовольнити потреби клієнта. Більше половини виробників також зазначили, що до важливих причин можна віднести зниження витрат на виробництво та завоювання нових ринків збуту. Інша група фермерів як найважливіші мотиви впровадження нових методів виробництва або модернізації існуючих відзначили ознаки, пов'язані з функціонуванням групи, а саме зниження витрат на виробництво або збільшення обсягу виробництва. Важливо було також покращити якість продукції, що випускається дотепер, і, таким чином, враховуючи очікування клієнтів [28, с.55].

Як показали дослідження, важливим чинником розвитку процесу інноватизації фермерських господарств є можливість вирішення проблеми пошуку потрібної інформації. Найбільший інтерес фермерів, незалежно від типів господарств, викликала інформація, отримана від радників сільськогосподарських дорадчих центрів (СГДЦ) та опублікована у фахових журналах, також знання та поради, отримані під час курсів та тренінгів, а також інформація з Інтернету та телебачення. Важливу роль у передачі знань фермерам та впровадженню інноваційних рішень у сільському господарстві також відіграє організація ярмарків, виставок та обмінів, продажу нових або вдосконалених засобів виробництва. Інформація, надана родиною, сусідами та друзями, також виявилася корисною в інноваційних процесах. Найменше використовували радіо, наукові видання та приватні консалтингові бюро [23. с.72].

Однією з важливих проблем, що є бар'єром на шляху розвитку процесу інноватизації фермерських господарств є брак належної допомоги зі сторони дорадницьких служб. Як показують результати проведених досліджень попит досліджуваних видів господарств на сільськогосподарські консультації був спрямований переважно на рослинництво. Однак великі потреби у тваринництві та свинарствах були більші. Було повідомлено про досить великі потреби (понад 50% респондентів) у консультаціях, пов'язаних з організаційними та економічними питаннями, а у свинарських та рослинницьких господарствах з юридичних питань. В організаційно-економічному плані найбільші консультаційні потреби стосувалися підготовки платіжних заявок, а менші були пов'язані з підготовкою бізнес-планів, складанням заявок на позику та веденням сільськогосподарського обліку. Господарства зі змішаним профілем виробництва зазвичай мали менший попит на консультації з питань сільського господарства у конкретних сферах, ніж ті господарства, що спеціалізуються на виробництві тваринницької та рослинницької продукції. Дослідження показують, що молоді фермери

виявляють велику ініціативу щодо впровадження змін у господарстві та не потребують великої підтримки з боку консультативних господарств [23 с.74].

З метою підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств, виходячи із досвіду польських фермерів, основні шляхи подальшого розвитку процесу інтенсифікації інноватизації цих підприємств слід пов'язати із удосконаленням практики ведення облікової роботи у господарствах шляхом її максимальної комп'ютеризації, що також дозволить оперативно знаходити необхідну інформацію для покращення структури мережі збуту продукції чи мережі необхідних постачальників потрібних ресурсів; широким застосуванням дронів у практиці сільського господарства, що дозволить підвищити рівень урожайності сільськогосподарських культур на основі глибокого аналізу стану ґрунтів, вчасного і якісного обприскування посівів та налагодження загального моніторингу за процесами росту і розвитку рослин; впровадженням систем моніторингу здоров'я сільськогосподарських культур і тварин; підвищенням рівня «інтелектуалізації» використовуваної у сільськогосподарських процесах техніки (типу системи «свій-чужий» для комбайна і зернового, електронних вагових контролерів і датчиків на технічних засобах тощо); підвищенням уваги до забезпечення виробничих приміщень у тваринництві необхідними засобами гігієни а продуктивного стада – якісними збалансованими кормами; покращенням структури стада у господарствах шляхом його поповнення високопродуктивним молодняком. Необхідним напрямом покращення умов для підвищення рівня інноваційності сільськогосподарських підприємств є розвиток дорадчої служби, диверсифікація напрямів і форм її роботи, а також створення відповідної інформаційної мережі.

Висновки і пропозиції

Інновації – це можливість створювати та впроваджувати, комерціалізувати інновації, що дозволяє впроваджувати на ринок нові, вдосконалені товари, продукти, модернізовані технологічні процеси, а також організаційно-технічні. Здатність підприємств набувати та впроваджувати інновації є симптомом сучасності підприємств та їх ефективності. Тому проявом інноваційності підприємств є презентація здатності та схильності впроваджувати нові технологічні шляхи, тобто інновації продуктів і процесів, а також нетехнологічні інновації, іншими словами – маркетингові та організаційні інновації.

Інноваційна діяльність, що впливає на розвиток суб'єктів господарювання, є важливою основою успіху підприємства та нарощування його конкурентної переваги на ринку. Незалежно від типу впровадженої інновації, інноваційна діяльність повинна призвести до підвищення ефективності функціонування підприємства та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Впровадження інновацій сприяє розвитку фермерських господарств, що є одним із можливих шляхів адаптації до умов ринкової економіки. Фермери купують інноваційну продукцію, хоча, звичайно, не всі цікавляться нею. Якщо господарство в основному орієнтоване на самопостачання, а продукція періодично реалізується на ринку, то власник такого господарства не буде шукати інновацій. Інакше це стосується фермерів-виробників сільського господарства. Вони цікавляться інноваційною продукцією, оскільки вони є фактором розвитку фермерських господарств, а це означає більший прибуток. Вважаючи інновацією все нове, що мало місце в конкретному фермерському господарстві, в структурі впровадження нововведень – 37,5% стосувалося домашніх господарств, 34,3% – рослинництва, 14,7% – економіки та організації та 13,5% – виробництва тваринництва. Частка інформаційних каналів, які вирішили впровадити інновації в окремих відділах та в господарстві загалом,

була різноманітною. Найбільшу роль відігравали: засоби масової інформації, продавці та торговці, а також сусіди та родина. Впровадження інновацій фермерськими сім'ями зумовлене прагненням отримати більший дохід, а також необхідністю адаптувати господарства до вимог ринкової економіки. Компанії, що пропонують інновації в галузі сільського господарства, повинні проводити продуману політику ціни та якості стосовно інноваційної продукції. Ця політика повинна враховувати специфіку клієнтів-фермерів, які – як навряд чи хто – ретельно аналізують витрати виробництва. Це цілком зрозуміло. Відповідальність фермера за долю свого господарства, яке зазвичай є сімейним господарством, значно більша, ніж відповідальність підприємця, який не займається землеробством. З метою підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств, виходячи із досвіду польських фермерів, доцільно розвиток процесу інтенсифікації інноватизації цих підприємств пов'язати із:

- удосконаленням практики ведення облікової роботи у господарствах шляхом її максимальної комп'ютеризації, що також дозволить оперативно знаходити необхідну інформацію для покращення структури мережі збуту продукції чи мережі необхідних постачальників потрібних ресурсів;
- широким застосуванням дронів у практиці сільського господарства, що дозволить підвищити рівень урожайності сільськогосподарських культур на основі глибокого аналізу стану ґрунтів, вчасного і якісного обприскування посівів та налагодження загального моніторингу за процесами росту і розвитку рослин; впровадженням систем моніторингу здоров'я сільськогосподарських культур і тварин;
- підвищенням рівня «інтелектуалізації» використовуваної у сільськогосподарських процесах техніки (типу системи «свій-чужий» для комбайна і зернового, електронних вагових контролерів і датчиків на технічних засобах тощо);

- підвищенням уваги до забезпечення виробничих приміщень у тваринництві необхідними засобами гігієни а продуктивного стада – якісними збалансованими кормами; покращенням структури стада у господарствах шляхом його поповнення високопродуктивним молодняком.

Для покращення умов підвищення рівня інноваційності сільськогосподарських підприємств необхідним є розвиток в країні ефективної дорадчої служби, диверсифікація напрямів і форм її роботи, а також створення відповідної інформаційної мережі.

Слід пам'ятати, що інноваційна діяльність несе значний ризик. Ось чому так важливо мати відповідну систему для вимірювання ефектів діяльності в цій галузі. Ця ситуація призводить до постійного розвитку використовуваних до цього часу інструментів, а також до формулювання нових понять. Припущення полягають у тому, щоб дозволити всебічне управління операційною ефективністю підприємства будівельними організаціями, гнучко реагуючи на швидкі зміни навколишнього середовища на основі правильної діагностики як поточної ситуації, так і створеного потенціалу.

Список використаної літератури

1. Білоусько Т. Ю. Аналіз конкурентного середовища аграрних підприємств. Зб. наук. пр. Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 2(6). – С. 50–57.
2. Верховна Рада України, Закон України “ Про інноваційну діяльність”, №. 40-IV від 04.07. 2002, <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (Дата звернення: 30. 09. 2019).
3. Вініченко І.І. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи. Агросвіт. – 2013.– №21. – с.10–13.
4. Дацій О.І.. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України. К.:ННЦ ІАЕ. – 2004.– 428 с.
5. Державна служба статистики України. 2018. «Наукова та інноваційна діяльність в Україні, 2017. Статистичний збірник», <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Дата звернення: 01.08.2019).
6. Klochan V., Klochan I. Improvement of the mechanism of state regulation of investment in the innovative development of the agrarian sector. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018 –,№. 4/2. – P.99-105.
7. Лупенко Ю.О., Малік М.Й, Шпикуляк О.Г. та ін. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи. ННЦ ІАЕ НААН України, Київ. – 2014.– 515 с.
8. Минниханов Р.Н., Организационно-экономические основы развития инновационных процессов в АПК. М. : МСХА. – 2000. – 326 с.
9. Панченко А. Виміряти цінність інновацій. АгроМаркет. – 2019.– №16(137).- С.12.
10. Позняк С.В.. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка (електронний журнал), ДДАЕУ.– 2015.–10, <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4614> (Дата звернення: 30. 09. 2019).

11. Покотилова В.І., Управління інноваційною діяльністю в аграрному виробництві :К. : ННЦІАЕ, 2008. – 304 с.
 12. Скиба Г. І. Характеристика конкурентного середовища підприємства та його елементи. Наук. пр. Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 8, т. 1. – С. 310–315.
 13. Скидан О.В. та Геращенко Л. С., Розвиток інноваційної діяльності в АПК регіону. Вісник Сумського національного аграрного університету. Суми, 2005.– №1. С.177-182.
 14. Трапаїдзе С. М. Маркетинговий аналіз конкурентного середовища агропромислового ринку регіону. Агросвіт. – 2017.– №22. – С.42-46.
 15. Федосєєва Г.С. Конкурентний розвиток виробників сільськогосподарської продукції: сучасні наукові інтерпретації. – Причорноморські економічні студії. – 2016.– №10.– С.150-153.
 16. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. – Львів:Український бестселер. – 2013. – 427 с.
 17. Anthony S.D., Johnson M.W., Sinfield J.V., Altman E.J., 2014. *Przez innowację do wzrostu – jak wprowadzać innowację przełomową*, Wolters Kluwer SA, Warszawa. – 300 s.
 18. Baruk J., 1994. Innowacyjność przedsiębiorstw w warunkach transformacji systemowej. Wiadomości statystyczne, 1994.– №2. – S. 9–11.
 19. Bielski I., Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych. Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego. Sp. z o. o., Bydgoszcz. – 2000. – 207 s.
 20. Bogdaniенko J. (red). Innowacyjność przedsiębiorstw. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, 2004.– 234 s.
 21. Cavagnoli D. A Conceptual Framework For Innovation: An Application to Human Resource Management Policies in Australia. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 2011. – №13/1.– P. 111-125.
-

22. Czarnota, P., 2015. Uwarunkowania podnoszenia innowacyjności polskiej gospodarki z perspektywy doświadczeń wybranych krajów Unii Europejskiej. Praca dyplomowa. Uniwersytet Rzeszowski. Rzeszów.– 98 s.
23. Harasim A., Madej A., Górnik A. Innowacyjność różnych typów rolniczych gospodarstw w opinii rolników z makroregionu Mazowsza i Podlasia. *Roczniki Naukowe SERIA*. 2017. T XIX, Zeszyt 2.– s.70-76.
24. Jasiński, A.H., 2014, *Innowacyjność w gospodarce Polski: Modele, bariery, instrumenty wsparcia*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa. – 145 s.
25. Kijek T. 2012: *Innovation Capital and Its Measurement*, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, vol. 8, 4, 52-68.
26. Kowalik, J. 2015. Analiza poziomu innowacyjności państw Unii Europejskiej *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie*, 19, 22-34.
27. Kraśnicka, T., 2013. „Innowacyjność przedsiębiorstw – uwarunkowania organizacyjne”. *Studia Ekonomiczne Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 136, 165-179
28. Krzyżanowska K. 2017. Innowacyjność w grupach i organizacjach producentów branż rolniczych; <http://journals.pan.pl/Content/100627/PDF/05.pdf>, s.51-59.
29. Nelson R.R., Winter S.G. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Harvard University Press. – 346 s.
30. Nowak P., *Poziom innowacyjności polskiej gospodarki na tle krajów UE*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu” nr 19, Warszawa-Kraków 2012, s. 153-154.
31. Oszmiańska M. Wprowadzanie innowacji w indywidualnych gospodarstwach rolnych. 2001. <https://www.ppr.pl/wiadomosci/edukacja/wprowadzanie-innowacji-w-indywidualnych-gospodarstwach-rolnych-2904> (Дата звернення: 30.09.2019).
-

32. Płoplis E. 2018. Innowacje w rolnictwie w opinii rolników. <https://www.agrofakt.pl/innowacje-w-rolnictwie-w-opinii-rolnikow/>. (Data wejścia: 15.10.2019).
 33. Płowiec, U. (2010). Refleksje o innowacyjności Polski w perspektywie 2020 roku. *Ekonomista*, 5, 652–664.
 34. Pomykalski A. Innowacje. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.–2001.–326 s.
 35. Schumpeter J.A. 1960. *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. – 453 s.
 36. Tidd J. and Bessant J. *Managing Innovation Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Sixth Edition. John Wiley & Sons, Ltd. England.–2018.– 579 p.
 37. Zastempowski M. 2010. *Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*. UMK. – Toruń – 320 s.
-