

ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК**Купрік А.П., аспірант****Луганський національний аграрний університет**

У статті встановлено особливості інноваційної діяльності та процесу впровадження інновацій у виробничу діяльність підприємств АПК. Доведено необхідність в залученні інноваційних впроваджень в АПК. Визначена класифікація інновацій в АПК. Розглянуто показники щодо оцінки економічних та соціальних результатів інноваційної активності аграрного виробництва та можливість забезпечення здійснення інноваційного розвитку аграрних підприємств за рахунок його стратегічних завдань та обґрунтовано необхідність ведення інноваційної діяльності агропромисловими компаніями.

In the article is set feature innovative activity and to the process of introduction of innovations in production activity of enterprises APK. A necessity is well-proven for bringing in of innovative introductions in APK. Classification of innovations is certain in APK. Indexes are considered in relation to the estimation of economic and social results of innovative activity of agrarian production that possibility of providing of realization of innovative development of agrarian enterprises due to his strategic tasks and grounded necessity of conduct of innovative activity by agroindustrial companies.

Постановка проблеми. Світове сільське господарство рухається у напрямі посилення наукоємної виробничої продукції. Це особливо наглядно на прикладі економічно розвинених країн. Саме це дозволяє їм підтримувати баланс внутрішнього ринку продовольства з попиту і пропозиції, легко проникати на провідні світові ринки та витіснити національних товаровиробників.

Реалії розвитку аграрних підприємств на теперішній час вказують на життєву необхідність його подальшого ефективного функціонування виключно по інноваційній моделі. А під інновацією ми розуміємо комплексний процес нагромадження, розповсюдження і використання наукових знань, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, забезпечують одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного та іншого ефекту і для своєї реалізації потребують відповідних умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення літературних джерел вітчизняних і зарубіжних показало, що інноваційний розвиток – це, перш за все, конструктивна творча динаміка, що забезпечує створення і реалізацію інновацій. Також була обґрунтована доцільність ведення інноваційних пошуків та впровадження їх результатів у виробничі процеси для підприємств АПК. Цю ідею в своїх працях виклали В.Г. Ткаченко, В.І. Богачов, М.Й. Малік, О.С. Новікова, О. Фіговський та інші автори. Важливе значення для досягнення всієї багатогранності інноваційного процесу в агропромисловому секторі мають законодавчі та нормативно-правові документи України, що стосуються інноваційної діяльності.

Постановка завдання. Ціллю статті є обґрунтування необхідності впровадження інновацій у виробничу діяльність підприємств АПК для підвищення якості виробничої продукції, як однієї з найголовніших конкурентних переваг на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В даний час досить поширені вислови «інноваційний процес», «інноваційна політика (технології)». Слово «інноваційний» фактично є похідним від слова «новація», оскільки його можна трактувати як введення новації. Виходячи із цього, під словом «новація» варто розуміти будь-який образ, що трактується як ідея, або систему образів, створених розумовим процесом одного чи кількох індивідумів, які володіють відмінними, раніше не відомими ознаками по відношенню до вже відомих аналогічних образів. Таке визначення дає нам право визнати за цим словом певну універсальність. Тим самим ми маємо можливість створення системної класифікації новацій – по видам, класам, типам і т.д. [2, 26]. Також дамо визначення інноваційному продукту. Це результат інноваційної діяльності, який повинен задовольняти наступним цільовим вимогам:

- бути реалізацією об'єкту інтелектуальної власності;
- відповідати необхідному науково-технічному рівню;
- бути проведеним вперше, а якщо не вперше, то в порівнянні з іншим аналогічним продуктом, він повинен володіти вищими науково-економічними показниками;
- бути конкурентним.

Носієм інноваційного продукту виступає інноваційне агропромислове підприємство.

Інновація – нововведення в області техніки, технології, організації праці і управління, засновані на використанні досягнень науки і передового досвіду, а також використання цих новин в самих різних областях і сферах діяльності. Стосовно підприємств АПК інновації є реалізацією в господарську практику результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і кросів птиці, нових або покращених продуктів харчування, матеріалів, нових технологій в рослинництві, тваринництві і переробній промисловості, нових добрив і засобів захисту рослин і тварин, нових методів профілактики і лікування тварин і птиці, нових форм організації і управління різними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, що дозволяють підвищити ефективність виробництва.

В економіці України суть інноваційної діяльності полягає не стільки в зростанні інвестицій в агропродовольчий комплекс, скільки в забезпеченні інноваційної активності. Інноваційна активність підприємств АПК – цілеспрямована діяльність щодо створення, впровадження у виробництві та просування на ринок нових ефективних продуктів, науково-технологічних та організаційно-управлінських досягнень НТР, які приносять прибуток. Інновація повинна бути такою, щоб не тільки викликати потребу у створенні нового продукту, але й надати фінансову можливість здійснювати подальші нововведення після його реалізації. Проте остаточну оцінку ефективності інновації дає ринок, споживач. Для того, щоб оцінити економічні та соціальні результати інноваційної активності агровиробництва, можна використати наступні системи показників:

- зближення обсягів інвестицій в науково-дослідну діяльність і у власне виробництво аграрного сектора;

- частка інноваційної наукомісткої продукції в загальному обсязі кінцевого продукту аграрного сектора;
- кількість патентів і ліцензій (у розрахунку на 100 осіб);
- вплив інновацій на ефективність використання виробничих факторів агропідприємств (підвищення продуктивності праці, фондівіддача, наукоємності продукції);
- вплив інновацій на результати виробничої та фінансової діяльності агропідприємств (обсяг продажу інноваційної продукції, його частка в загальному обсязі продажу, освоєння нових ринків для інноваційної продукції, збільшення частки її продажу на традиційних ринках збуту, обсяг і норма прибутку від реалізації інноваційної продукції, її питома вага в загальному розмірі прибутку).

Слабкою ланкою у формуванні ефективного інноваційного розвитку АПК є вивчення попиту на інновації. Маркетинг не став ще невід'ємним елементом формування замовлень на наукові дослідження і розробки. Як правило, при відборі проектів не проводиться глибока економічна експертиза, не оцінюються показники ефективності і ризик, не відпрацьовуються схеми просування отриманих результатів у виробництві. Це приводить до того що, багато інноваційних розробок не стають інноваційним продуктом.

Дослідники відзначають, що в сучасних умовах інноваційного розвитку АПК істотно зростає роль інформаційно-консультативної служби, діяльність якої вимагає вдосконалення, потрібні кадри. Тим більше важливо, що в даний час низка сприйнятливості агровиробників до наукових досягнень, що зв'язане, перш за все, з низькими економічними можливостями підприємств.

Для реалізації визначених напрямків слід забезпечити передумови впровадження ефективних механізмів управління інноваційною діяльністю на рівні регіонального АПК: здійснення фінансової, матеріально-технічної, організаційно-методичної підтримки інноваційних процесів у аграрній сфері; максимально можливе залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в інновації; проведення інформаційних компаній щодо інноваційних моделей розвитку АПК; впровадження курсу інноваційного менеджменту в навчальний процес підготовки фахівців-аграріїв; розробка довідника типових функцій спеціалістів з інноваційної діяльності; створення системи стимулів сприяння інноваційній діяльності; розвиток системи інформаційного забезпечення підприємств АПК з різних аспектів НТП; запровадження системи моніторингу інноваційних процесів в АПК [1].

Висновки. На даний час більшість підприємств аграрного сектору чітко усвідомлюють вагомість і закономірність розширення виробництва та підвищення рівня прибутковості за допомогою впровадження інновацій. В цій ситуації визначальне місце належить державній підтримці стратегії інноваційного розвитку, яка повинна здійснюватися на системній та послідовній основі. Всі учасники інноваційного процесу повинні бути зацікавлені у поєднанні їх інтересів і зусиль у створенні і застосуванні нових знань та технологій з метою виходу на внутрішній та зовнішній ринки з високотехнологічною продукцією.

Державна підтримка інноваційної діяльності в АПК може і повинна здійснюватися як непрямыми методами, у вигляді створення сприятливих умов для її розвитку, так і при прямій участі держави.

Література:

1. Основи аграрного підприємництва / [М.Й. Малік, В.В. Зіновчук, Ю.О. Лупенко та ін.] ; за ред. М.Й. Маліка. – К. : Інст-т аграрної економіки, 2001. – 582 с.
2. Ройтман С. Система приема, формализации и продвижения новаций / С. Ройтман, О. Фиговский // Экология и жизнь. – 2007. – №10 (71). – С. 26-31.
3. Россоха В.В. Інноваційна парадигма управлінської діяльності / В.В. Россоха // Агроінком. – 2005. – Вип.5-6. – С. 59-61.
4. Ткаченко В.Г. Инвестиционные и инновационные процессы в АПК Украины в условиях аграрной реформы: [монография] / Под ред. В.Г. Ткаченко, И.В. Богачева. – Луганск : «Книжковий світ», 2010.

УДК 631.1.027:658

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Острик В.Ю., к.э.н.

ЮФ НУБиП Украины «КАТУ»

В статье обоснована необходимость создания конкурентоспособной системы менеджмента в предприятиях АПК на основе маркетингового подхода.

The necessity creation of the competitive management system for agricultural enterprises based on marketing approach is given in the article.

Постановка проблемы. Для успешного управления предприятиями необходимо осуществлять деятельность, в рамках современного менеджмента системно и взаимосвязано. Для конкурентоспособной деятельности, следует внедрить и поддерживать в рабочем состоянии такую систему менеджмента, разработанную с целью постоянного улучшения результативности и эффективности деятельности организации, учитывая потребности и запросы как элементов внешней, так и внутренней среды организации, основанной на маркетинговом подходе.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в вопросы маркетингового менеджмента в предприятиях АПК внесли такие отечественные ученые, как: А.Н. Бузни, П.А. Хриенко, Е.П. Голубков, Р.А. Фатхутдинов, А.А. Еракин, С.А. Ефимов, Б.К. Токарев, а также зарубежные ученые, такие как Д. Джоббер, Ф. Котлер и другие. Однако, несмотря на высокий уровень исследования вопросов маркетингового менеджмента, малоизученными остаются практические вопросы внедрения данной системы в агробизнесную деятельность на современном этапе.

Постановка задания. Целью данного исследования является формализация и описание факторов, формирующих систему конкурентоспособного менеджмента, основанную на маркетинговом подходе для современной деятельности предприятий агробизнеса. В соответствии с поставленной целью необходимо решение следующих задач: представить факторы, формирующие