

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет менеджменту і маркетингу
Кафедра маркетингу**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

**Завідувачка кафедри,
д.е.н., проф.**

_____ **Марія БАГОРКА**
« ____ » _____ **2023 р.**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
АГРОПІДПРИЄМСТВА**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти: Магістр

Здобувач

Юрій ЯНЧУК

**Науковий керівник,
к.е.н., доцентка**

Юлія ЯКУБЕНКО

Дніпро – 2023

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: Менеджменту і маркетингу
Кафедра: Маркетингу
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти: Магістр

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ Марія БАГОРКА
« 14 » листопада 2022р.

ЗАВДАННЯ на підготовку кваліфікаційної роботи

Янчука Юрія Миколайовича
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Удосконалення інноваційної політики агропідприємства»

Науковий керівник: _____ Якубенко Юлія Леонідівна, к.е.н., доцентка
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом по ДДАЕУ від « » _____ року _____

2. Термін подання здобувачем роботи: 11 грудня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: річні звіти селянського (фермерського) господарства «Нива» за 2020-2022 рр., виробничо-фінансові плани, статистична та фінансова звітність.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити). 1. Ринкова концепція інноваційного розвитку. 2. Стан та напрями формування інноваційної політики С(Ф)Г «НИВА». 3. Перспективи розвитку інноваційної бази агропідприємства. Висновки і пропозиції.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Класифікація інновацій. 2. Склад і структура земельних угідь С(Ф)Г «Нива». 3. Структура та розмір посівних площ С(Ф)Г «Нива» під сільськогосподарськими культурами. 4. Склад та ефективність використання трудових ресурсів в С(Ф)Г «Нива». 5. Динаміка складу товарної сільськогосподарської продукції та структури товарообігу в С(Ф)Г «Нива». 6. Забезпеченість та ефективність використання основних і оборотних засобів С(Ф)Г «Нива». 7. Основні економічні показники діяльності С(Ф)Г «Нива».

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

7. Дата видачі завдання 14 листопада 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Термін виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|---|--------------------------------|----------|
| 1 | Ринкова концепція інноваційного розвитку | Листопад-грудень 2022р. | |
| 2 | Стан та напрями формування інноваційної політики С(Ф)Г «НИВА» | Лютий-березень 2023р. | |
| 3 | Перспективи розвитку інноваційної бази агропідприємства | Квітень-травень 2023р. | |
| 4 | Організаційно-економічна характеристика С(Ф)Г «Нива» | Вересень 2023р. | |
| 5 | Висновки і пропозиції | Жовтень -листопад 2023р. | |
| 6 | Оформлення кваліфікаційної роботи | Грудень 2023р. | |

Здобувач

_____ (підпис)

Юрій ЯНЧУК

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

_____ (підпис)

Юлія ЯКУБЕНКО

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Тема: «Удосконалення інноваційної політики агропідприємства»

Кваліфікаційна робота містить: 122 с., 14 рис., 10 табл., 52 літературних джерела.

Об'єктом дослідження є процес функціонування інноваційної політики на агропідприємстві та шляхів її удосконалення.

Предметом дослідження є сукупність наукових теоретичних, методичних та практичних підходів для дослідження інноваційного розвитку агропідприємства, що відображають соціально-економічні процеси та можливості їх регулювання.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування інноваційної політики агропідприємства в умовах ринку та шляхів її удосконалення.

Методи дослідження. Результати дослідження отримані за допомогою монографічного, аналітичного, абстрактно-логічного, розрахунково-конструктивного та економіко - математичних методів.

Теоретичною й методологічною основою дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є праці класиків економічної науки, як вітчизняних так і зарубіжних вчених економістів-аграрників у галузі інноваційного розвитку агропідприємств. У кваліфікаційній роботі використано законодавчі акти, інші нормативно-правові документи, дані статистичної звітності та досліджень, наукова література.

Розкрито основні засади реалізації інноваційної політики; встановлено стимулюючі механізми нововведення; розглянуто нові організаційні форми реалізації інноваційних процесів; проаналізовано фінансово-господарську діяльність С(Ф)Г «НИВА»; досліджено державне регулювання інвестиційної сфери; надано оцінку новизни технічних рішень; визначено маркетингові методи управління нововведеннями; обґрунтовано перспективні форми реалізації підприємницького та трудового потенціалу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК, ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА, МАРКЕТИНГ, НОВОВЕДЕННЯ.

KEYWORDS

INNOVATIONS, INNOVATIVE DEVELOPMENT, INNOVATION POLICY, MARKETING, NEWS.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП | 5 |
| РОЗДІЛ 1. РИНКОВА КОНЦЕПЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ | 9 |
| 1.1. Основні засади реалізації інноваційної політики | 9 |
| 1.2. Стимулюючі механізми нововведення | 22 |
| 1.3. Нові організаційні форми реалізації інноваційних процесів | 34 |
| Висновки до розділу 1 | 47 |
| РОЗДІЛ 2. СТАН ТА НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ С(Ф)Г «НИВА» | 50 |
| 2.1. Організаційно-економічна характеристика С(Ф)Г «НИВА» | 50 |
| 2.2. Державне регулювання інвестиційної сфери | 63 |
| 2.3. Оцінка новизни технічних рішень | 72 |
| Висновки до розділу 2 | 80 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ БАЗИ АГРОПІДПРИЄМСТВА | 83 |
| 3.1. Маркетингові методи управління нововведеннями | 83 |
| 3.2. Перспективні форми реалізації підприємницького та трудового потенціалу | 97 |
| Висновки до розділу 3 | 115 |
| ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ | 117 |
| СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ | 122 |

ВСТУП

Актуальність теми. Багатоукладна економіка, що народжується, вимагає глибоких перетворень в агропромисловому комплексі, що відповідають цілям підвищення його ефективності та досягнення продовольчої безпеки країни, забезпечення населення продуктами харчування в необхідній кількості та якості, а промисловості сировиною. Це найважливіше, найголовніше як для АПК, так і для економіки загалом.

Інноваційний розвиток агропромислових підприємств у сучасних умовах висувається до пріоритетних проблем у зв'язку з якісними змінами його економічного базису. Формування та регулювання ринкових відносин все більше перетворюються на сферу «технологічного» застосування досягнень науки. Інновації, що вбирають як вітчизняні, так і зарубіжні досягнення, дозволяють спочатку створювати передумови до припинення сповзання економіки АПК вниз, стабілізації становища, а потім до кардинального її підвищення. Саме тому, теоретичне обґрунтування концепції, вироблення практичних пропозицій та рекомендацій щодо вирішення проблем та стратегії інноваційного розвитку агропромислових підприємств стає важливим фактором суспільного прогресу і, отже, дуже актуальним і значним дослідженням для практики.

У вітчизняній літературі приділяється серйозна увага вивченню проблем науково-технічного прогресу, розвитку науки та наукового забезпечення різних галузей АПК. Широко розглянуто, питання формування інноваційної політики, застосування науково-технічного продукту, як основи інтенсифікації виробництва, зміцнення матеріально-технічної бази, форм організації праці. Певні зусилля зроблено також із узагальнення зарубіжного досвіду інноваційного розвитку агропромислових підприємств, особливо «ризикового бізнесу», оплати та стимулювання творчої праці, регулювання нових процесів, використання науково-технічного потенціалу в ринкових умовах, реформування системи організації та фінансування наукового

пошуку.

Дослідження, які провели останніми роками Амоша О.І., Багорка М.О., Білан О., Ватченко О.Б, Гудзь О.Є., Діденко Є.О., Єпіфанова І.Ю., Маркіна І.А., Михайленко О.В., Проценко А.В., Сакевич Л.С., Чайковська І.І. та низка інших вчених, значно розширили уявлення про окремі сторони та проблеми економічного механізму здійснення інноваційних процесів в агропромисловому комплексі в умовах переходу до ринкової економіки.

Проте питання інноваційного розвитку агропромислових підприємств потребують серйозного опрацювання, особливо у зв'язку з дією нових об'єктивних тенденцій ринкового характеру. Мова, перш за все, йде про формування в умовах переходу до нової системи господарювання агропідприємств інноваційного типу, сутності та особливостях взаємозв'язку державних та ринкових важелів інновацій, науково-технологічному забезпеченні різних галузей комплексу, пріоритетах у поширенні рівноправного різноманіття форм власності та на його основі форм господарювання та підприємництва, поліпшення використання землі та інших засобів виробництва. Особливого значення у зв'язку з розширенням ринкових відносин набуває аналіз можливостей ресурсного забезпечення, соціальних інновацій. Важливо також вироблення рекомендацій, спрямованих на управління інноваційними процесами в агропромисловому комплексі, включаючи вдосконалення економічного механізму, маркетингових методів та підвищення ролі держави в їх регулюванні.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування інноваційної політики агропідприємства в умовах ринку та шляхів її удосконалення.

Для досягнення зазначеної мети визначені наступні завдання:

- розкрити основні засади реалізації інноваційної політики;
- встановити стимулюючі механізми нововведення;
- розглянути нові організаційні форми реалізації інноваційних процесів;

- проаналізувати фінансово-господарську діяльність С(Ф)Г «НИВА»;
- дослідити державне регулювання інвестиційної сфери;
- надати оцінку новизни технічних рішень;
- визначити маркетингові методи управління нововведеннями;
- обґрунтувати перспективні форми реалізації підприємницького та трудового потенціалу.

Об'єктом дослідження є процес функціонування інноваційної політики на агропідприємстві та шляхів її удосконалення.

Предметом дослідження є сукупність наукових теоретичних, методичних та практичних підходів для дослідження інноваційного розвитку агропідприємства, що відображають соціально-економічні процеси та можливості їх регулювання.

Методи дослідження. Результати дослідження отримані за допомогою монографічного, аналітичного, абстрактно-логічного, розрахунково-конструктивного та економіко - математичних методів.

Теоретичною й методологічною основою дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є праці класиків економічної науки, як вітчизняних так і зарубіжних вчених економістів-аграрників у галузі інноваційного розвитку агропідприємств. У кваліфікаційній роботі використано законодавчі акти, інші нормативно-правові документи, дані статистичної звітності та досліджень, наукова література.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в тому, що комплексно розглянуті та обґрунтовані питання необхідності вдосконалення процесів інноваційного розвитку агропідприємств в умовах переходу до ринку. Результати дослідження, що містять наукову новизну, полягають у наступному:

вперше:

- обґрунтовано категорії інноваційного розвитку АПК, як сукупності відносин між суб'єктами ринку з приводу створення та реалізації

нововведень у його галузях та підприємствах;

удосконалено:

- визначено економічний механізм інноваційного розвитку та системи економічної оцінки інноваційних проєктів та творчого потенціалу;
- розроблено методики формування самостійних інноваційних структур;
- уточнено економічну сутність підприємництва, яке характеризується особливим типом поведінки особистості в інноваційно мінливому середовищі;
- аргументовано потребу та неминучість використання можливостей держави у регулюванні інноваційних процесів, створенні сприятливого середовища для всіх партнерів АПК, зацікавлених в інноваціях;
- вироблено стратегію інноваційного розвитку агропідприємств, у тому числі соціальних пріоритетів, розробку прогнозу комплексного інноваційного розвитку агропідприємства.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення та результати досліджень, виконаних за темою кваліфікаційної роботи, обговорено та схвалено на Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі» (Дніпро, 05-06 жовтня 2023 року) та на XI Всеукраїнській інтернет-конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (25-26 жовтня 2023 року).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається із вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків. Робота викладена на 122 сторінках комп'ютерного тексту, містить 10 таблиць, 14 рисунків. Список використаних джерел включає 52 найменування.

РОЗДІЛ 1. РИНКОВА КОНЦЕПЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

1.1. Основні засади реалізації інноваційної політики

У сучасних умовах особливої актуальності набувають питання формування нової науково-технічної політики, здатної створити умови для реалізації прогресивних тенденцій розвитку продуктивних підприємств у ринковій структурі. Пріоритетним напрямом стає розробка механізмів активної інноваційної політики, у тому числі теоретичне обґрунтування та практична апробація ринкових методів впливу на пропозицію нововведень, формування попиту на результати нововведень, створення дієвих стимулів для реалізації нововведень.

Серед відомих дослідників закономірностей економічних нововведень, одним з перших, був вчений економіст Занора В.О., який виявив і проаналізував так звані «великі цикли» розвитку економіки, пов'язані з базовими технічними нововведеннями.

За загальноприйнятим визначенням інновація - це перше практичне застосування нового науково-технічного, організаційно-економічного або виробничого рішення. Занора В.О. інтегруючи поняття творчості та інновацій, вважає, що ключовими в понятті, що розглядається, є слова-«концепції», «нові методи» [18]. Під творчістю мається на увазі розробка технологічного процесу, що дає новий спосіб виробництва колишнього продукту або новий продукт. Інновації - первинне впровадження цих нововведень на практиці, тобто їх комерційна реалізація.

Іванова Т.В. визначає, що, як правило, інновація носить системний характер, призводячи до зміни всіх або декількох елементів організаційно-економічної та соціально-економічної систем підприємства [20].

Між різними видами інноваційних процесів існує взаємозв'язок. Причому зв'язок як пряма, тому, що технічні нововведення викликають

організаційні, а останні - економічні зміни, а й зворотний. Економічні нововведення, можуть викликати певні зміни в організації виробництва, а найчастіше призводити і до технічних нововведень.

Інновація економіки, на думку Стефанів І. це сукупність виробничих відносин між суб'єктами ринку з приводу появи нововведення, взаємодій останніх та їх подальшої еволюції [39]. Нововведення можна розглядати як новий економічний елемент: сировину, товари, послуги, винаходи, технології, структури, зв'язки, види виробництв і тощо, які виникають і розвиваються у певному середовищі впровадження. Нововведення буває матеріальним або соціальним, але будь-яке з них саме собою представляє лише предмет нововведення. Розкриваючи сутність нововведення, Юрчук Н.П. визначає, що нововведення є процесом впровадження нововведення і надання його існуванню стабільного характеру [47]. Нововведення в економіці мають самостійні життєві цикли, характер перетину взаємодії яких визначає успіх інноваційного процесу.

Так, життєвий цикл нововведення протікає різні стадії, саме:

- а) розробку (фундаментальні дослідження, прикладні теоретичні розрахунки);
- б) проектування (оформлення документації, створення зразків);
- в) встановлення (установчої та повної серії),
- г) використання,
- д) старіння (вичерпання).

Ми повністю згодні з думкою Захарової О.В. [19] в тому, що роль людини в інноваційному процесі, як і роль самого процесу і творчості у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності виробництва, усвідомлені ще не до кінця. Виявити закладені в людині потенції творити і бачити, забезпечити сприятливі умови їхнього розвитку та функціонування-завдання ефективного управління, зокрема й у агропромисловому комплексі.

Поняття інновація ширше, ніж «нова техніка», останнє застосовується лише щодо знарядь праці, нових матеріалів, реагентів та інших, які

використовуються в основному виробництві. Поняття ж інновація поширюється на новий продукт чи послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії.

Інновація - це впровадження результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності в різних галузях суспільства з метою вдосконалення процесів чи їх результатів. Цей термін може застосовуватися до виробництва, економіки, правових відносин, соціальних сфер, науки, культури, освіти та інших галузей життя. Економічна теорія визначає п'ять видів інновацій: запровадження нового продукту, використання нового методу виробництва, створення нового ринку, освоєння нового джерела сировини або реорганізація структури управління. [12].

Згідно з класифікацією, існують п'ять основних підходів до визначення інновації. Об'єктивний підхід: у цьому випадку термін «інновація» часто використовується як синонім для «нововведення». Визначення зорієнтоване на конкретні об'єктивні зміни чи вдосконалення. Процесний підхід: акцент робиться на самому процесі впровадження інновації, на тому, як цей процес відбувається та яким чином змінюються наявні процеси. Об'єктивно-утилітарний підхід: визначення спрямоване на об'єктивні аспекти інновацій, які призводять до практичної користі чи утилітарних вигод для суспільства. Процесно-утилітарний підхід: оцінка інновації здійснюється через призму якісної зміни процесів і, водночас, досягнення конкретних корисних результатів. Процесно-фінансовий підхід: визначення ставить у центр уваги фінансові аспекти інноваційного процесу, визначаючи його вартість, прибутковість чи фінансові наслідки.

Ця класифікація враховує різноманітність підходів та підкреслює різні аспекти інновацій в залежності від контексту інтересів та досліджень.

Суть об'єктивного підходу полягає у розгляді інновації (нововведення) як об'єкта, що є результатом науково-технічного прогресу, такого як нова

техніка чи технологія. Виділяють три основні типи таких інновацій: базисні інновації -реалізують великі винаходи і є основою для формування нових поколінь та напрямків техніки; покращуючі інновації - зазвичай реалізують дрібні та середні винаходи і переважають на фазах поширення та стабільного розвитку науково-технічного циклу; псевдоінновації - спрямовані на часткове покращення застарілих поколінь техніки та технологій і, зазвичай, гальмують технічний прогрес. У рамках процесного підходу інновацію розглядають як комплексний процес, що включає в себе розробку, впровадження у виробництво та комерціалізацію нових споживчих цінностей, таких як товари, техніка, технології, організаційні форми і інше.

Об'єктивно-утилітарний підхід до визначення терміну «інновація» визначається двома ключовими аспектами. По-перше, інновацію (нововведення) розглядають як об'єкт - нову споживчу вартість, що базується на досягненнях науки і техніки. По-друге, акцент робиться на кавернітарній або корисній стороні нововведення, здатності задовольнити суспільні потреби з великим «корисним ефектом». Відмінність від об'єктивно-утилітарного підходу полягає в тому, що інновація в даному випадку розглядається як комплексний процес, що охоплює створення, розповсюдження та використання нового практичного засобу.

У рамках процесно-фінансового підходу термін «інновація» розглядається як процес інвестицій у нововведення, вкладення коштів у розробку нової техніки, технології та наукові дослідження. В усіх наведених визначеннях терміну «інновація» акцентується на конкретній формальній ситуації. Однак ці підходи не розкривають економічної сутності інновації та не надають чітких критеріїв визначення інновації з погляду її економічних результатів. Це може призводити до трактування будь-якого нововведення, включаючи менш прогресивне та неефективне, як інновацію. Для більш глибокого розуміння поняття «інновація» рекомендується використовувати системний підхід з точки зору цілепокладання та розвитку.

Існує кілька способів класифікації інновацій, залежно від різних ознак.

Одна з таких класифікацій використовує наступні критерії ступінь радикальності: базисні (радикальні, піонерські) інновації - суттєво нові ідеї, продукти або процеси, що визначають нові напрямки і революціонізують галузь. Інновації, що покращують і раціоналізують - зорієнтовані на вдосконалення існуючих елементів, продуктів або процесів. Значущість в економічному розвитку - приростні інновації: Пов'язані з поліпшенням властивостей існуючих процесів виробництва та продуктів. Радикальні інновації - пов'язані з революційними змінами та новими технологічними підходами. Спрямованість результатів інновацій: інновації як науковий інструментарій - зорієнтовані на розвиток нових наукових методів та технік. Інновації – процеси спрямовані на впровадження нових методів у виробництво та управління. Інновації – продукти зорієнтовані на створення нових або вдосконалення існуючих товарів та послуг.

Крім цього, існують інші класифікації, які визначають нововведення відповідно до їхньої ролі у розвитку економічної системи.

Класифікація інновацій за рівнем новизни визначається ступенем відхилення від існуючих стандартів та практик. Основні категорії цієї класифікації включають: радикальні інновації - ці інновації відзначаються високим рівнем новизни. Спрямовані на створення абсолютно нових продуктів чи технологій, які перетворюють галузь. Інкрементальні (еволюційні) інновації - зумовлені значним вдосконаленням існуючих продуктів, технологій чи процесів. Мають за мету покращити характеристики чи функції існуючих рішень. Інновації в методах виробництва - сфокусовані на впровадження нових або значно поліпшених методів виробництва. Можуть включати оптимізацію процесів, впровадження автоматизації та інші зміни для ефективності виробництва. Зазначені категорії дозволяють визначити рівень інноваційного характеру та визначити їхню значущість для конкретного сектора чи галузі [9].

Так, розрізняючи інновації від несуттєвих змін продуктів і технологічних процесів, можна визначити дві основні категорії: інновації, що

вносять суттєві зміни, і зміни, які є в основному косметичними або поверхневими. Інновації відзначаються значущим впливом на продукт чи процес. Можуть включати радикальні зміни у дизайні, функціональності, вартості або інших ключових аспектах. Несуттєві зміни зазвичай характеризуються естетичними аспектами (наприклад, зміни в кольорі, декорі). Можуть включати невеликі технічні або зовнішні зміни, які не суттєво впливають на конструкцію чи характеристики продукту.

Наприклад, розширення номенклатури продукції за рахунок освоєння виробництва вже відомих проєктів може вважатися несуттєвою зміною, яка спрямована на розширення асортименту, але не включає в себе суттєвих технічних або концептуальних інновацій.

Так, класифікація інновацій за рівнем новизни за технологічними параметрами та ринковими позиціями допомагає у кращому розумінні їхнього характеру та впливу. Продуктові інновації - це інновації, які стосуються властивостей продуктів або послуг. Застосування нових матеріалів і напівфабрикатів: Включає в себе використання матеріалів, які раніше не використовувалися в даному контексті. Процесні інновації - це інновації, які вдосконалюють технологічні процеси виробництва чи організації підприємства. За типом новизни для ринку: нові для галузі - інновації, які є новими для конкретної галузі - інновації, які є новими для даної країни або світового ринку. Для даного інноваційного підприємства - інновації, які є новими для конкретного підприємства, що впроваджує їх.

Ця класифікація враховує не лише технічні аспекти інновацій, але і їхню ринкову значущість, що дозволяє краще розуміти їхню роль у розвитку галузей та підприємств.

Для кожної конкретної наукової роботи зі створення виробу або технології можна використовувати поняття життєвого циклу, що визначає послідовність проходження інноваційного проєкту за окремими стадіями та етапами. Усі вони можуть характеризуватись особливостями цілей та завдань, специфікою методів та засобів їх досягнення, організаційною

формою та витратами на їх проведення ступенем невизначеності очікуваних результатів.

Таблиця 1.1

Класифікація інновацій

| № п/п | Класифікаційне поняття | Класифікаційне трактування |
|-------|----------------------------------|---|
| 1 | Межі інновацій | сільськогосподарські, управлінські, промислові, організаційні, соціальні, тощо. |
| 2 | Етапи НТП, які стали інноваціями | наукові, технологічні, технічні, виробничі, конструкторські, інформаційні |
| 3 | Інноваційна інтенсивність | рівномірна, «бум», масова, слабка |
| 4 | Темпи впровадження інновацій | уповільнені, швидкі, на зростаючі, рівномірні, затухаючі, стрибкоподібні |
| 5 | Параметри інновацій | транснаціональні, трансконтинентальні, великі, регіональні, дрібні, середні |
| 6 | Результати інновацій | низька, висока, стабільна |
| 7 | Ефект від інновацій | соціальна, економічна, інтегральна, екологічна |

Ця класифікація може допомогти у розумінні інноваційних процесів та їхнього впливу на різні сфери.

Інновації поділяються на кілька видів залежно від етапів науково-технічного прогресу, і кожен вид має свої унікальні особливості:

- технічні інновації, виникають у виробництві продуктів з новими або поліпшеними властивостями. Зосереджені на самому продукті та його технічних характеристиках;
- організаційно-управлінські інновації, пов'язані з оптимальною організацією виробництва, транспорту, збуту та забезпечення. Мають на меті підвищення ефективності та оптимізацію організаційної структури;
- інформаційні інновації, розв'язують завдання раціональних інформаційних потоків. Спрямовані на підвищення достовірності та оперативності отримання інформації;
- соціальні інновації, спрямовані на поліпшення умов праці, розв'язання проблем охорони здоров'я, освіти та культури. Акцент на

соціальних аспектах та підвищенні якості життя.

Ці різновиди інновацій взаємодіють у різних галузях, сприяючи загальному розвитку та прогресу.

Так, різні види інновацій взаємодіють та мають взаємозв'язок, викликаючи специфічні вимоги до інноваційного механізму. Технічні та технологічні інновації впливають на зміст виробничих процесів, вдосконалюючи або створюючи нові продукти. Одночасно створюють умови для управлінських інновацій, оскільки змінюють організацію виробництва та впроваджують нові методи керування. Управлінські інновації зумовлені часто змінами в організаційних процесах та методах керівництва. Виникають внаслідок потреб у вдосконаленні управлінської ефективності в контексті впровадження технічних і технологічних змін. Різноманітні класифікації інновацій підкреслюють різнобічність і характер розвитку нововведень. Отже, організаційні форми впровадження інновацій, їхні масштаби та ефективність оцінюються з урахуванням специфіки кожного конкретного типу інновацій та їхнього впливу на економіку.

Нововведення вимагає специфічних знань, зокрема математичних та інших наукових областей. Його реалізація потребує професійної компетенції, що вказує на важливість відповідної кваліфікації. Для ефективного впровадження нововведення необхідна певна передпідготовка та, можливо, перепідготовка персоналу. Це вказує на потенційно велику комерційну вигоду від інтелектуальних товарів. Ліцензії та інші юридичні форми захисту можуть забезпечити власникові можливість контролювати і використовувати інтелектуальний товар. Це визначення підкреслює важливість освіти, навичок та правового захисту в контексті інтелектуальних інновацій, що може бути ключовим для їхнього успішного впровадження та ринкової реалізації.

Інноваційна продукція – це вироби, які пройшли технологічні зміни різного ступеня. Склад цієї продукції визначається відповідно до історії технологічних інновацій. Вона охоплює вироби, які є або новими (що вперше

впроваджені), або ті, які були піддані удосконаленню. Також до неї входять вироби, створені за допомогою нових або суттєво вдосконалених методів виробництва, які можна визначити як іншу інноваційну продукцію.

Інша інноваційна продукція виникає в результаті впровадження процесних інновацій. Зазвичай це стосується виробництва, яке вже здійснюється підприємством. В дану категорію також включається продукція, що базується на запозиченому передовому досвіді, де використовують нові або вдосконалені методи виробництва, які раніше були впроваджені в практиці виробництва інших країн або підприємств, і розповсюджуються шляхом технологічного обміну (зокрема, за допомогою безкоштовних ліцензій, ноу-хау, інжинірингу). Статистика обліковує обсяг інноваційної продукції аналогічно обсягу відвантаженої продукції за відпускними цінами підприємств без урахування податку на додану вартість та акцизів.

Під інноваційним процесом слід розуміти послідовний ланцюг подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології чи послуги та поширюється на господарську практику [37].

Практика реалізації інновацій в АПК, як правило, свідчить про відмінність у рівнях техніко-економічного розвитку господарюючих суб'єктів, які є учасниками інноваційного процесу (рис. 1.1). Дане положення викликане відмінностями у фондові оснащеності, джерелах матеріальних та енергетичних ресурсів, рівнях розвитку інфраструктури, кваліфікації працівників підприємств учасників інноваційного процесу [24].

Відмінно від науково-технічного продукту, інноваційний процес не завершується лише впровадженням, першою появою нового продукту, послуги або досягненням проектної потужності нової технології. Цей процес продовжується і після застосування, оскільки з часом нововведення поліпшується, стає більш ефективним та отримує нові споживчі якості. Це відкриває для нього нові сфери застосування, ринки і, отже, нових споживачів, які розглядають цей продукт, технологію чи послугу як нові

саме для себе. Цей неперервний цикл поліпшень і розвитку дозволяє інноваційному продукту адаптуватися до змін в суспільстві та задовольняти різноманітні потреби споживачів.

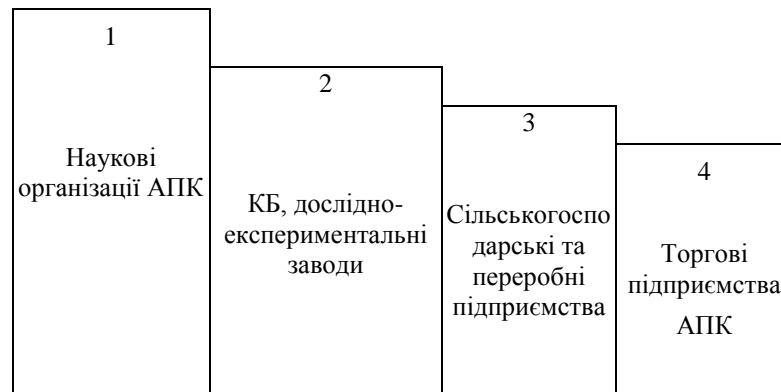


Рис. 1.1. Технологічні рівні учасників інноваційного процесу в АПК

Так, процес створення та освоєння нової техніки має своєю основою фундаментальні дослідження. Цей процес розпочинається з проведення фундаментальних досліджень, спрямованих на отримання нових наукових знань та виявлення ключових закономірностей. Фундаментальні дослідження мають на меті розкрити нові зв'язки між явищами, вивчити нові закономірності розвитку природи та суспільства з метою їх подальшого конкретного використання. Основна мета полягає в пізнанні і розумінні фундаментальних принципів, що лежать в основі конкретних явищ.

Фундаментальні дослідження поділяються на теоретичні, спрямовані на розробку нових теорій, і пошукові, які вивчають нові факти та явища. Ці дослідження є важливою передумовою для подальшого розвитку технічних і технологічних інновацій, забезпечуючи їхню наукову базу.

Результати теоретичних досліджень проявляються у наукових відкриттях, формулюванні нових понять та уявлень, а також в створенні нових теорій. Теоретичні дослідження допомагають розуміти основні принципи та закономірності, які лежать в основі різних явищ. З іншого боку, пошукові дослідження спрямовані на відкриття нових принципів та властивостей матеріалів, їхніх сполук, а також методів аналізу та синтезу.

Вплив конкретного інноваційного процесу на народне господарство, на

думку Грицаєнко М.І. та Шпикуляк О.Г. [45], можна розчленувати на частини: до 30% вплив проявляється у тому підприємстві, що його реалізує, і до 70% - опосередковано підвищують результати інших підприємств галузі.

Найбільш просту лінійну модель інноваційного процесу взагалі, і в тому числі в АПК, можна подати у вигляді логічного розчленування єдиного процесу на окремі, функціональні чи структурні частини (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Проста (лінійна) модель інноваційного процесу у АПК

Однак, на нашу думку, у цю модель необхідно внести зміни. На етапі серійного виробництва можуть виникнути ситуації, що вимагають внесення змін у розробки, ноу-хау, удосконалення, усунення неполадок, одним словом «підганяння» під власне виробництво (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Пропонований варіант простої моделі інноваційного процесу в АПК

Модель інноваційного процесу досить наочно відображає прямий

зв'язок його окремих елементів, у той же час тут не враховуються зворотні зв'язки між елементами, що мають складний, нерідко опосередкований характер.

Зворотні зв'язки можуть виникати не тільки між заключними та початковими елементами інноваційного процесу, а й між проміжними. У зв'язку з цим важливе значення набуває зворотний потік інформації від сільськогосподарського виробництва до науки, що викликає необхідність проведення додаткових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення всього науково-виробничого циклу.

Наука, а якщо ширше - сфера ідей, завжди носила суто утилітарний характер і ніколи не уявляла цінності сама по собі. Розвиток - отримували тільки ті ідеї, підтримувалися тільки ті напрями науки, які могли призвести до якогось конкретного результату.

Фундаментальні дослідження орієнтовані на отримання нових наукових знань. Спрямовані на виявлення загальних закономірностей у природі та суспільстві. Мають теоретичний характер та призначені для розкриття нових зв'язків. Прикладні дослідження, зосереджені на практичному використанні результатів фундаментальних досліджень. Мають за мету розв'язання технічних проблем та уточнення теоретичних аспектів. Становлять міст між фундаментальними та дослідно-конструкторськими роботами. Дослідно-конструкторські роботи, перехід від лабораторних умов та експериментального виробництва до виробництва. Включають в себе розробку конструкцій, ідей, технологічних процесів. Створення нових матеріалів, продуктів, пристроїв або удосконалення існуючих.

Цей інтегрований підхід дозволяє охопити весь цикл інноваційного процесу, починаючи від отримання нових знань та завершуючи виробництвом та впровадженням нових технологій та продуктів.

Досвідчені роботи, пов'язані із дослідженою перевіркою результатів наукових досліджень. Мають на меті виготовлення та відпрацювання дослідних зразків нових продуктів. Спрямовані на відпрацювання нових чи

удосконалених технологічних процесів. Експериментальні роботи, виготовлення, ремонт та обслуговування спеціального обладнання, апаратури, приладів та інших засобів. Надання нестандартних послуг, необхідних для проведення наукових досліджень. Виконання різноманітних робіт, які не безпосередньо відносяться до наукових досліджень (ремонт, транспортні послуги тощо).

Дослідні виробництва, виконують різні роботи та послуги, не обов'язково пов'язані із науковими дослідженнями. Займаються дрібносерійним виробництвом продукції.

Такий розподіл робіт вказує на широкий спектр діяльності дослідних виробництв, яке включає в себе як дослідження нових технологій, так і виробничі процеси, що виходять за рамки безпосередньої сфери наукових досліджень.

Різноманіття та гнучкість в організаційних формах та типах досвідчених виробництв вказують на їхню адаптивність у сфері наукових досліджень та виробничих процесів. Враховуючи різні структури, які можуть бути віднесені до досвідчених виробництв, варто враховувати їхню локацію, ступінь самостійності та їхню роль у власній дослідній базі. Такий підхід вказує на гнучкість та різноманітність в організаційних моделях, що дозволяє дослідникам та виробникам ефективно адаптуватися до вимог наукового та промислового середовища.

Дослідно-конструкторські роботи мають за мету створення або модернізацію зразків нової техніки, які можуть бути передані для серійного виробництва або безпосередньо споживачеві після відповідних випробувань. На цій стадії проводиться остаточна перевірка результатів теоретичних досліджень, розробляється технічна документація, виготовляються та випробовуються зразки нової техніки. Ймовірність успішного завершення робіт збільшується від науково-дослідних до дослідно-конструкторських робіт, приблизно 85-90% науково-дослідних робіт мають практичне використання, тоді як на стадії дослідно-конструкторських робіт це число

становить 95-97%.

Остання фаза дослідження - освоєння виробництва нового виробу, позначає закінчення наукових робіт і початок виробництва. У виробництві знання, отримані під час досліджень, матеріалізуються, а сам досліджуваний продукт або технологія стають реальністю. У ринковій економіці спостерігається прискорення виконання дослідно-конструкторських робіт та швидке освоєння нових виробничих процесів. Інноваційні підприємства зазвичай виконують дослідно-конструкторські роботи за контрактами з промисловими підприємствами. Замовники та виконавці спільно працюють на те, щоб результати дослідно-конструкторських робіт були успішно впроваджені в практику та приносили прибуток, реалізуючись серед споживачів.

Таким чином, успішно виконані дослідно-конструкторські роботи забезпечують стабільні замовлення, робочі місця для співробітників із відповідною оплатою праці для наукової організації. У цих умовах прискорення та якісне виконання робіт стає мотивацією, що приводить до позитивних результатів у ринкових умовах, не вимагаючи додаткового директивного впливу.

1.2. Стимулюючі механізми нововведення

Інноваційна діяльність є формою діяльності, спрямованою на перетворення ідей, які часто виникають в результаті наукових досліджень і розробок, або інших науково-технічних досягнень, у новий або удосконалений продукт, технологічний процес або підхід до соціальних послуг, які впроваджуються на ринку або в практичній діяльності. Ця діяльність охоплює різні аспекти, такі як наука, технології, організація, фінанси та комерція, які спільно сприяють створенню та впровадженню інновацій.

Наукові дослідження та розробки не лише є джерелом нових ідей, але

також можуть виконувати функцію розв'язання проблем на різних етапах інноваційного процесу. В інноваційній діяльності виділяють шість основних напрямків, які об'єднують різні аспекти та етапи цього процесу:

а) інструментальна підготовка та організація виробництва включають в себе процеси придбання виробничого обладнання та інструменту, їх модифікацію, а також внесення змін у процедури, методи та стандарти виробництва та контролю якості, необхідні для впровадження нового технологічного процесу;

б) пуск виробництва та передвиробничі розробки включають в себе внесення модифікацій у продукт та технологічний процес, перепідготовку персоналу для використання нових технологій та обладнання, а також проведення пробного виробництва, якщо передбачається подальше вдосконалення конструкції;

в) маркетинг нових товарів включає в себе дії, пов'язані із випуском нової продукції на ринок, такі як попереднє дослідження ринку, адаптація товару до різних ринків, рекламні кампанії, за винятком створення розподільчих мереж для реалізації на ринку;

г) придбання нематеріальної технології включає в себе отримання прав на патенти, ліцензії, розкриття ноу-хау, використання торгових марок, конструкцій, моделей та послуг технологічного характеру;

д) придбання уречевленої технології включає в себе отримання машин і обладнання, що за своїм технологічним змістом пов'язані з впровадженням продуктових або процесних інновацій на інноваційних підприємствах;

е) виробниче проектування включає підготовку планів і креслень для визначення виробничих процедур, технічних специфікацій та експлуатаційних характеристик, необхідних для створення концепції, розробки, виробництва та маркетингу нових продуктів і процесів. Це може бути частиною початкової концепції продукту або процесу, пов'язаної з науковими дослідженнями та розробками, але також може бути пов'язане з інструментальною підготовкою, організацією виробництва та його пуском,

маркетингом нових продуктів.

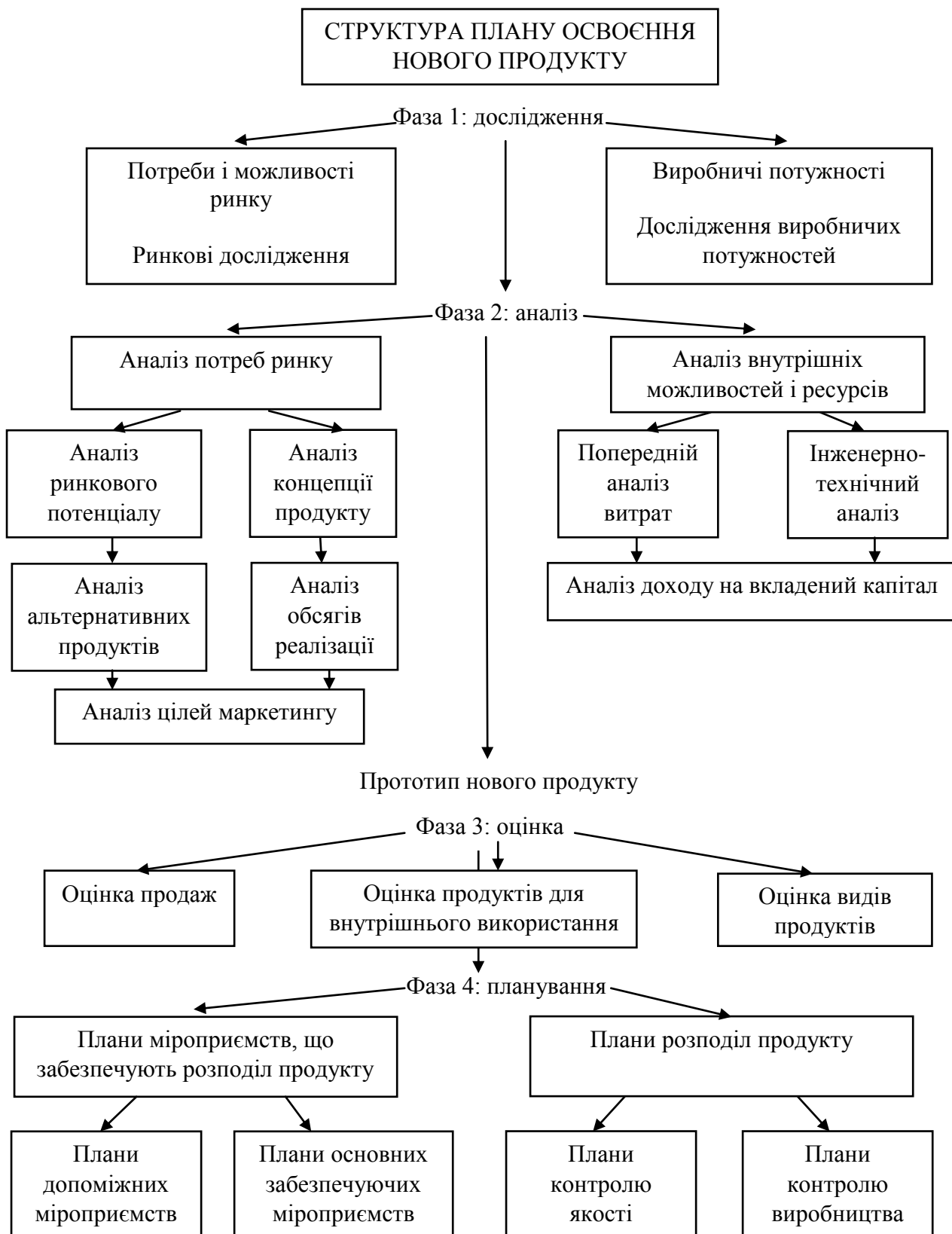


Рис. 1.4. Впровадження нового продукту на ринку

Орієнтація на маркетинг зажадала зусилля його взаємодії з науковими

та проектно-конструкторськими підрозділами. Основним інструментом координації служб, зайнятих розробкою та реалізацією нововведень, є щорічний план. Структура такого плану з управління найважливішими етапами створення та впровадження (дослідженням, аналізом, оцінкою та плануванням) нового продукту представлена на рис. 1.4.

Усі науково-технічні програми, що виконуються фірмами та підрозділами НДДКР, ділять на оборонні та наступальні.

Перші, що відволікають велику частку матеріальних і людських ресурсів, орієнтовані на вдосконалення якісних показників товарів, пошук можливостей поліпшення технології виробництва та зниження витрат, необхідних для підтримки обсягу продажу та прибутків.

Завдання других - створення нових продуктів або різке зниження витрат на виробництво вже освоєних.

Стратегія зниження витрат вимагає інтенсивного впровадження більш економічного обладнання та оснащення, досконалих технологій, встановлення контролю за витратами, тощо [31].

У рамках цієї стратегії робляться зусилля для контролю над відносно високою часткою ринку, може здійснюватися випуск супутніх виробів, що сприяють найбільш ефективному застосуванню основного нововведення, тощо.

Оборонна стратегія застосовується найчастіше для протидії конкурентам, які прагнуть впровадитися на даний ринок з аналогічною або новою продукцією. Ключовим фактором такої стратегії є час, тобто здатність фірми провести необхідні заходи швидко і цілеспрямовано.

Широке застосування різноманітних оборонних стратегій обумовлено тим, що їх використовують фірми для отримання певної норми маси прибутку, не піддаючи вкладення та нововведення значному ризику.

Практично застосування тієї чи іншої стратегії залежить від багатьох економічних обставин, цілей організації щодо конкретних продуктів і ринків, дій конкурентів тощо.

Високі темпи зростання витрат на інноваційну діяльність неминує передбачає динамізм попиту на фінансові ресурси, закономірно веде до формування нових фінансових структур. Не секрет, що стара кредитно-фінансова система, яка раніше забезпечувала науково-технічний прогрес, не здатна сьогодні вирішувати поставлені завдання в галузі інноваційної діяльності. Це завдання вирішується за допомогою створення комерційних інноваційних та кооперативних банків. За обсягами операцій вони поки що не можуть конкурувати зі спеціалізованими установами, але вже значно - випереджають їх за різноманітністю, оперативністю та якістю послуг, що надаються.

Інноваційний банк має статутний фонд, а також певний обсяг залучених коштів, що перевищує статутний фонд. Інноваційний банк, як і будь-який інший, має засновників, акціонерів та підприємства, що користуються його послугами. Залежно від ефективності, термінів окупності та відповідності пріоритетам науково-технічного розвитку, ступеню ризику заходу, що кредитується, встановлюється відсоткова ставка за кредит на створення інновації. Якщо державна система забезпечує 0,5% річних на вкладений капітал, то комерційний інноваційний близько 7 - 12%. Крім того, акціонери можуть отримати додатковий прибуток за рахунок розширення сфери впровадження інновацій [15].

Банк веде кредитування всіх етапів життєвого циклу нововведення. Кредит зазвичай видається під наявні у заявника фонди, під гарантії його вищої організації, укладені договори на придбання виробленої за рахунок використання кредитного нововведення продукції.

У результаті фінансування нововведення банк стає співвласником результату, повертаючи свої витрати у вигляді прибутку від експлуатації нововведення. У договорі на фінансування обумовлюється термін, після якого така частка коштів банку у фінансуванні нововведення може бути за бажанням юридичної особи, яка отримує позику.

У рамках лізингових операцій банк може стати власником

функціонуючого підприємства або створити нове виробництво. В результаті можлива організація впровадження нововведення, профінансованого банком. Реконструйоване виробництво, власником або співвласником якого є банк, здається в оренду. Орендар відраховує обумовлену суму, яка йде на покриття витрат, понесених банком. З метою стимулювання орендаря у договорі передбачено поступку банком за відповідну плату повністю або частково своїх прав на володіння підприємством.

Залучаючи на договірній основі висококваліфікованих спеціалістів, банк проводить експертизу нововведення. Інновації оцінюються з наукової, техніко-економічної, економічної та інших сторін. Вартість комплексної експертизи – 1% від розрахункової вартості або договірної ціни розробки.

Інноваційний банк проводить кредитування заходів щодо підвищення технічного рівня та розвитку підприємств, а також перерозподіляє кошти для освоєння нового продукту. Під такі роботи банк видає, як правило, короткостроковий кредит, процентна ставка за який встановлюється за рекомендаціями відповідного центрального банку.

Орієнтуючись на перспективні нововведення, банк може фінансувати тимчасові творчі колективи, сформовані з провідних вчених. Витрати відшкодовуються шляхом прямих продажів результатів досліджень на підприємствах або у вигляді відрахувань від прибутку, отриманого від використання інновацій.

Банк може організувати спільні підприємства, створювані, зазвичай, на акціонерній основі. Вони об'єднують зусилля наукових та виробничих колективів, діють на правах самостійно діючої виробничої одиниці. Отримані таким підприємством дивіденди діляться пропорційно до вкладу засновників. Особливо характерною є проблема фінансування для малих інноваційних фірм, які постійно стикаються з труднощами фінансового забезпечення та розробок та прискореного зростання в цілому. В інноваційній інфраструктурі цю функцію виконує нова форма позичкового капіталу - венчурне (ризикове) фінансування малих інноваційних підприємств, орієнтованих головним

чином на розробку нової продукції та нових технологій.

Джерела венчурного капіталу достатньо розроблені. Це і кошти великих корпорацій та банків, особисті заощадження, пенсійні та благодійні фонди, фонди страхових компаній та інші. Форми надання венчурного капіталу малим інноваційним фірмам дуже різноманітні: пряме фінансування через спеціальні інвестиційні компанії, а також у вигляді державних субсидій.

Венчурне фінансування поділяється на кілька фаз відповідно до стадій реалізації венчурних проєктів.

Основними фазами венчурного фінансування є:

I фаза - фінансування формування команди виконавців, підготування детальної пропозиції на основі первісної ідеї;

II фаза - фінансування створення прототипу продукту; формування команди збуту;

III фаза - надходження коштів з «неризикових фондів»; вихід на фондову біржу.

Найважливішою функцією венчурних фондів є фінансування початкових стадій ризикових проєктів, пов'язаних з максимальною невизначеністю віддачі витрачених фінансових коштів.

Венчурне фінансування спеціалізується також у галузевому розрізі, зосереджуючись передусім у галузях високої технології, там, де є можливість швидкого розширення ринку. При цьому визначальним фактором служить саме новизна ідеї, а не розробка вже існуючих напрямів.

Як один з найважливіших інструментів інноваційного регулювання виступають податки. Основні принципи податкової системи, що стимулюють ділову активність в інноваційній сфері, полягають у тому, що не повинно бути прагнення до нівелювання високих доходів, оскільки це різко знижує інтерес до різноманітних новацій; надходження податків забезпечує скорочення незбалансованості державного бюджету; податковий прес не повинен тиснути на найменш забезпечені верстви населення.

Цим вимогам відповідає система, що базується на перенесенні центру тяжкості податкового тягаря з поточних доходів на накопичення матеріально речових цінностей. Висока прогресія оподаткування активізує підприємницьку та інноваційну діяльність. А за такої ж прогресії податку на поточні доходи істотне підвищення рівня життя можна досягти лише в умовах забезпечення постійного їх потоку у великих обсягах.

Завдання отримання достатньої суми податків до бюджету можна вирішувати різними шляхами: встановленням «жорстких» прогресивних податків на поточні доходи при «ліберальних» ставках на накопичення, високими прогресивними ставками оподаткування накопичених доходів при «ощадному» режимі для поточних або деякою комбінацією даних двох способів. З точки зору формування доходної частини бюджету всі ці способи еквівалентні, але вони різко різняться за своїми наслідками щодо ділової активності, що істотно гальмує підприємницьку активність, а за вищих (50% і вище) практично блокує її.

Прогресивне оподаткування рухомості та нерухомості невиробничого призначення, що перебувають як в особистій власності, так і у власності підприємств кооперативів та підприємств, призводить до наслідків іншого роду. Такий податок не стримує, а навпаки, стимулює підприємницьку активність, оскільки мати досить велику рухомість та нерухомість може лише той (або таке підприємство), хто одержує значні поточні доходи. У цьому випадку останні забезпечують як оплату податків на накопичені цінності, так і подальше їх збільшення. Коли розмір поточних доходів менше, ніж сума податків на наявну власність, сплата податків забезпечується за рахунок її розпродажу, тощо.

З проблемою податків пов'язані страхування та кредитування досліджень. Відомо, що інвестиції в принципово нові технології мають підвищений рівень ризику. У зв'язку з цим підтримання високих темпів науково-технічного прогресу вимагає створення розвиненої мережі страхових компаній та інноваційних банків, що спеціалізуються в даній

сфері. Основний метод дії страхових компаній гарантування банківських кредитів під певний відсоток участі у можливих майбутніх прибутках, а для інноваційних банків - надання під підвищені відсотки кредитів, які не мають достатнього забезпечення.

Це дозволяє підприємствам, які мають перспективні розробки, отримати кредити, що істотно перевищують весь їх готівковий капітал. Причому в першому випадку ризик може брати на себе страхова компанія, що виключає банкрутство підприємства навіть у разі невдачі. У галузі фінансування необхідно здійснити структурні зрушення у фінансовій політиці, що сприяють збільшенню частки робіт, що фінансуються за прямими господарськими договорами з підприємствами та об'єднаннями, концентрація коштів для вирішення загальногалузевих науково-технічних проблем, розширення цільового розподілу асигнувань держбюджету, все це підвищить вплив фінансових важелів на ефективність діяльності науково-дослідної інновації та формування ринку їхньої продукції.

Такі заходи передбачають відмову від фінансового змісту наукових організацій за рахунок централізованих фондів та перехід на цільове фінансування замовником робіт, виконаних відповідно до умов господарських договорів. Це означає, що головним джерелом фінансування мають бути кошти об'єднань і підприємств, оскільки на їхньому рівні оцінка соціально-економічної ефективності науково-технічної продукції найбільш об'єктивна.

Нині зростає питома вага робіт, що фінансуються за прямими госпдоговорами з підприємствами та об'єднаннями. У ряді галузей невелика частка робіт, які фінансуються цільовим чином відповідно до галузевих програм і забезпечують впровадження базових технологій, підвищення технічного рівня виробництва. У той же час галузеві кошти витрачаються на НДДКР, які проводяться за єдиними планами, науково-технічним програмам міжгалузевого характеру, тобто на роботи, які повинні перш за все виконуватися відповідно до держзамовлення з розвитку науки і техніки. На

нашу думку, основну частину коштів на їхнє фінансування необхідно забезпечувати за рахунок держбюджету, що створить умови для єдності науково-технічного та економічного керівництва ходом реалізації цих робіт.

Зазначеними заходами в основному і обмежуються стимулюючі функції інноваційної діяльності чинного механізму господарювання.

Успіх інноваційного процесу значно залежить від того, наскільки учасники цього процесу, такі як вчені, інженери, конструктори та наймані робітники, є зацікавленими у швидкому та економічно ефективному впровадженні результатів науково-дослідної роботи у виробництво. Ключовим фактором стає трудова мотивація працівників і стимулювання їх високопродуктивної праці зі сторони керівників інноваційних підприємств.

Завдання стимулювання науково-технічної праці є надзвичайно складним завданням через специфіку цього виду діяльності. По-перше, потрібно здійснити заходи для підвищення розумової активності, стимулювання нестандартного мислення та створення та підтримки творчого середовища. Це означає входження в сферу, яка традиційно вважалася непіддатливою раціональному зовнішньому впливу. По-друге, у ринковій економіці ключовим є не лише сам інноваційний процес, але й його комерційний результат, виражений в конкретних показниках ефективності, таких як зростання прибутку, зниження витрат та підвищення якості продукції. Комерційний критерій грає вирішальну роль і в оцінці важливості праці новаторів. Таким чином, сучасний підхід компаній до стимулювання праці в інноваційному процесі базується на максимальному активізації творчої особистості та направленні цієї активності на досягнення конкретного економічного результату.

Так, специфічні якості працівників, зайнятих в розробці та впровадженні нових технік і продукції, грають велике значення у стимулюванні праці в цій сфері. Ці працівники відрізняються високим рівнем освіти та стоять на передовому місці в інтелектуальному розумінні серед усіх категорій найманих працівників. Вони володіють аналітичним мисленням,

високим почуттям власної гідності, самостійністю і незалежністю. Працівники інноваційної сфери також відрізняються орієнтацією на досягнення великих результатів, бажанням вирішувати складні завдання, високою працездатністю та продуктивністю, особливо коли їх цікавить робота.

У цьому сенсі стимулювання науково-технічної праці є завданням складнішим, ніж стимулювання праці промислових чи сільськогосподарських працівників, що потребує нестандартних підходів, максимального обліку індивідуальних особливостей працівника. При вирішенні цієї задачі можна виділити кілька загальних, найбільш суттєвих моментів:

- 1) використання широкого спектру матеріальних та нематеріальних стимулів та формування взаємодоповнюючої системи стимулювання праці в інноваційному процесі, де нематеріальні стимули мають велике значення;
- 2) ефективне використання організаційних та психологічних стимулів, спрямованих на задоволення вищих потреб працівників, таких як самовираження та реалізація індивідуальності;
- 3) надання системі стимулювання праці в інноваційному процесі постійного характеру, з фокусом на тривалість та сталість, а не на одноразові заходи чи тимчасові кампанії.

Найбільш ефективним методом підвищення віддачі праці спеціалістів у галузі нововведень є, на думку дослідників [1, 23, 38], самомотивація, тобто стан, при якому прагнення до творчої праці походить від самого працівника, а не від «зовнішнього подразника». Завдання керівників по-суті полягають у тому, щоб створити умови, у яких найбільше б розкрився творчий потенціал працівника, виникла стійка потреба у напруженій і результативній інноваційній праці.

Вирішення цього завдання починається зі створення сприятливого виробничого середовища, спрямованого на стимулювання творчої діяльності новаторів та забезпечення працівників всіма необхідними ресурсами. До цих

ресурсів входять як прямі інструменти для роботи інженерів і дизайнерів, такі як комп'ютери та графічні станції, експериментальні установки, так і комфортне технічне оснащення, наприклад, кондиціонери, засоби зв'язку, зручні меблі тощо. Активні учасники інноваційного процесу звільняються від рутинної, монотонної та втомлюючої допоміжної роботи, що передається технічним пристроям або допоміжному персоналу.

Ще одним важливим аспектом створення сприятливих умов є організація надійного постачання та задоволення непередбачених потреб вчених та інженерів. Це відбувається через ефективний менеджмент або асистування, що дозволяє мінімізувати умови та витрати часу для тих, хто безпосередньо захоплений інноваційною діяльністю. Умови праці мають значний вплив на підвищення продуктивності інноваційних підрозділів.

Співвідношення вказівок і команд, що надходять зверху, та рішень, що приймаються колективно та самостійно учасниками інноваційної діяльності, має велике значення для самомотивації працівників у інноваційній сфері. Застосування принципу «чим більше свободи, тим більше простору для творчості» переглядає підхід до управління багатьох фірм. Збільшена самостійність працівників дозволяє їм брати участь у колективних та самостійних рішеннях, що стимулює творчий потенціал.

При цьому інноватори несуть відповідальність за результати своєї роботи, що визначається ще до початку процесу. Оптимальні межі автономії працівника визначаються комерційною спрямованістю інноваційного процесу. Важливо, щоб творчість не втрачала орієнтацію на фінансові витрати та результати, уникнувши виродження у самоціль. Багато фірм-лідерів у сфері науково-технічного продукту обирають модель організації праці, де вчені та інженери мають значний рівень виробничої свободи, одночасно забезпечуючи тісний і постійний зв'язок з керівництвом, щоб забезпечити комерційний успіх.

Позбавлення працівника від багатьох допоміжних і рутинних функцій не означає, що сучасні системи організації праці в інноваційному процесі

являють собою дещо оновлений варіант тейлоризму - максимальний поділ науково-технічної праці та зведення функцій інноватора до постійної роботи над вузьким колом проблем. На думку фахівців [10, 17] у галузі організації праці, робота учених та інженерів стає найбільш продуктивною, якщо вони працюють більш ніж в одній сфері (наприклад, у «чистій» науці та в галузі покращення споживчих властивостей готової продукції) і до чверті свого часу робітники приділяють заняттям, які не є дослідницькою роботою: управлінню, викладанню, обміну думками з непрофесіоналами. Мета такого підходу до організації праці очевидна, не тільки розширити кругозір і коло спілкування інженерів та вчених з інноваційних підрозділів, створивши тим самим додаткові джерела творчої роботи, а й наблизити фахівців до організаційної та комерційної діяльності фірми.

Отже, стимулювання праці в інноваційному процесі спрямоване на вирішення двоєдиного завдання - максимально розбудити творчу активність осіб, зайнятих нововведеннями, і направити цю активність на вирішення конкретних, комерційно-орієнтованих завдань фірми. Там, де це вдається, досягається процвітання фірми та створюються вироби, що відповідають найжорсткішим вимогам сучасного споживача.

1.3. Нові організаційні форми реалізації інноваційних процесів

Нова практика реалізації пріоритетних напрямів науково-технічного процесу дає чимало прикладів використання різноманітних організаційно-господарських форм.

Тут можна виділити подвійні зміни: часткового характеру, коли нова організаційна структура, що виражає інтереси науково-технічного процесу у галузі нововведень, є частиною старої господарської структури; кардинального характеру, коли нова організаційна структура, що виражає інтереси науково-технічного процесу, є наслідком знищення старої господарської форми.

Інноваційні підрозділи у великих корпораціях різняться залежно від важливості їх розробок та відповідності існуючій виробничій структурі, класифікуються за рівнем самостійності та забезпечення ресурсами.

Наступні організаційні рішення є типовими для практики внутрішньофірмового господарювання [14].

Безпосередня інтеграція нововведень має велике стратегічне значення і тісно пов'язана з основними виробництвами фірми. Такі нововведення можуть серйозно впливати на економічне становище всієї компанії, наприклад, при розробці нової технології виплавки сталі в сталеливарні. Тому їх впровадження повинно здійснюватися під безпосереднім контролем вищого керівництва, в той же час у тісній взаємодії з діючою системою управління, включаючи виробничі, технологічні та конструкторські служби.

Це означає, що розробка таких нововведень непосредственно інтегрується в існуючу систему управління фірмою. Ключовою фігурою в системах управління подібними нововведеннями є так званий "чемпіон" - винахідник, який розуміє особливості функціонування існуючої управлінської структури і є відданим прагненню реалізувати свою новаторську ідею.

Відділ розробки нового продукту або напряму розвитку нового бізнесу представляє собою структурний підрозділ, який спеціалізується на стратегічно важливих ініціативах, частково пов'язаних з основним виробництвом підприємств. Зазвичай цей відділ створюється для реалізації підприємницьких проєктів у межах найбільш відповідного йому за виробничою спеціалізацією структурного підрозділу, такого як продуктової відділ або група відділень.

Керівництво підприємства здійснює контроль за діяльністю відділів розробки нового продукту через «індивідуально скроєні» показники, які дозволяють відділам проявляти ініціативу. У зв'язку з цим відділи виходять за рамки формальної системи стратегічного планування, яка визначає діяльність структурного підрозділу, під чиїм «дахом» вони функціонують.

Нові спеціалізовані господарські одиниці представляють собою напрямок розвитку з великою стратегічною значущістю, хоча слабо пов'язаний з основним виробництвом корпорації. Ці підрозділи зазвичай створюються для реалізації інноваційних ідей, які можуть включати введення нового виду продукції на ринок.

Адміністративний контроль з боку корпоративного керівництва забезпечує своєчасне виконання цими підрозділами стратегічних завдань, таких як вихід на ринок з новим продуктом. У випадку успіху ці спеціалізовані підрозділи можуть отримати статус виробничих одиниць корпорації, що свідчить про їхню важливість і вплив на бізнес компанії.

Мікровідділи нових ризикованих ініціатив представляють собою внутрішні відділи виробничих підрозділів, які зосереджені на розробці численних побічних нововведень, пов'язаних з основним виробництвом компанії. Ці відділи створюються з метою впровадження інновацій та зазвичай мають невизначену стратегічну значущість. Керівник такого мікровідділу зазвичай користується великою свободою в організації роботи свого відділу, з обмеженнями в бюджеті та строках розробки, виділених з фондів відповідного відділення. Мікровідділи працюють в тісному контакті з виробничими та іншими службами відділення, що дозволяє їм ефективно використовувати науково-технічний потенціал відділення та оперативно передавати результати своїх розробок технологам.

Відділення нових ризикованих ініціатив або нових венчурів представляють собою структурні підрозділи великих корпорацій, створені для розробки нововведень, які мають невизначену стратегічну значущість та частково пов'язані з основним виробництвом компанії.

Ці відділення зазвичай формуються в тих випадках, коли вище керівництво корпорації хоче зберегти контроль над розробкою нововведення, поки не буде чітко визначено його стратегічну значущість. Хоча вони слабо прив'язані до адміністративної системи управління по вертикалі, вони повністю виводяться за рамки існуючої структури управління по горизонталі.

Це означає, що вони практично не мають формальних зв'язків з існуючими виробничими підрозділами. Такий підхід сприяє «керованій автономії» цих підрозділів, дозволяючи їм розвивати інновації, не обмежуючись структурними обмеженнями корпорації.

Ефективність діяльності відділень нових венчурів багато в чому залежить від роботи менеджерів середньої ланки, які контролюють розробку відповідних проєктів. У їхнє завдання входить планування середньострокових стратегій у нових для компанії галузях господарської діяльності, а також координація роботи над суміжними новаторськими ідеями в різних підрозділах фірми.

У ряді корпорацій, подібні функції керуючих середньої ланки трактуються ширше. Для того, щоб нові технічні рішення (розроблені всередині корпорації або придбані на зовнішньому ринку) могли з максимальною ефективністю використовуватися в масштабах усієї компанії. Однією з найефективніших форм такої координації стала установа в середній ланці управління (між вищим рівнем і основними господарськими ланками) невеликих незалежних груп технічних експертів, які виконують функції своєрідного «банку технічних ідей». В руках зосереджується інформація як про застосування нових технологій у різних підрозділах компанії, так і про потреби їх використання в інших виробництвах першими користувачами нової технології та її потенційними споживачами в інших частинах організацій. Прямі зв'язки між господарськими одиницями, що встановлюються за допомогою групи, регулюються відносинами внутрішньофірмового госпрозрахунку. Ця система дозволяє поєднувати значні операційні права відділенні (у тому числі і які стосуються питань технічного розвитку виробництва) з централізацією стратегічних функцій з вироблення довгострокової політики та перерозподілу ресурсів як матеріально-фінансових, так і інформаційних (технологічних).

Незалежні господарські одиниці представляють собою підрозділи чи підприємства, які є практично автономними і розвивають інновації в рамках

стратегічного контролю материнської корпорації. Вони мають певну ступінь незалежності та відповідальності за свою діяльність.

Контроль за цими одиницями здійснюється через представництво в радах директорів, управління вищих менеджерів корпорації, а також за допомогою утримання контрольного пакету акцій. Це дозволяє материнській корпорації забезпечувати стратегічну координацію та спрямовуваність інноваційних процесів у незалежних господарських одиницях.

Також існує модель контрактних відносин з ініціаторами розробки, якщо інноваційна ідея спочатку не вважається стратегічно важливою для компанії, але може бути пов'язана з діючим виробництвом. У цьому випадку компанії можуть встановлювати контрактні відносини з ініціаторами розробки, щоб спільно реалізовувати проекти, які можуть бути важливими, але не обов'язково мають стратегічне значення для всієї компанії.

Така підтримка «мікроідей» є важливим елементом стратегії інноваційного розвитку корпорацій. Корпорації зацікавлені в створенні сприятливого середовища для розвитку ідей на різних рівнях своєї структури. Ці підходи сприяють розкриттю потенціалу інновацій та сприяють розвитку творчого середовища всередині корпорації.

Надання підтримки новаторам допомагає максимізувати кількість і якість інновацій, що з'являються всередині компанії. Фірми можуть залучити талановитих і творчих працівників та сприяти розвитку перспективних ідей. Створення власних фірм дозволяє прискорити процес комерційної реалізації інновацій, оскільки ці фірми можуть зосередити свою увагу на конкретних проектах та ринках. Остання, таким чином, опосередковано контролює фірму-нащадок і має можливість при необхідності придбати її та включити до своєї структури. Крім того, фірми, що відкололися, найчастіше виступають як «розвідники» потенційно вигідних ринків, продуктів, технологій. Нарешті, новатори у такій формі підтримують в організації підприємницький клімат, показують персоналу, що практично будь-яка інноваційна ідея може бути реалізована. Навіть якщо корпорація зазнає

певних втрат, фінансуючи розробку непотрібних (принаймні в даний момент) їй проєктів або оплачуючи будь-які пропозиції, зрештою позитивний ефект від масового раціоналізаторства, підприємливості та винахідництва, що розвивається в такій атмосфері виявляється незмірно вище.

Різноманітність застосовуваних корпораціями для управління інноваційною діяльністю організаційних форм підвищує гнучкість структури, її готовність з високою ефективністю налагодити розробку та освоєння різних за своєю значимістю та масштабністю нововведень. Диференційованість конкретних організаційних форм управління нововведеннями поєднується із загальною тенденцією до посилення господарської самостійності низової ланки, розкріпачення її ініціативи, послаблення прямих адміністративних зв'язків з центральним керівництвом компаній.

Відносини між корпоративним центром і периферією все більше переводяться на економічну основу.

Однією з найважливіших інноваційних організаційних форм в умовах децентралізації сьогодні стають технологічні парки.

Термін «технологічні парки» включає чотири види парків, які - відрізняються один від одного ставленням між дослідницькими та виробничими функціями.

Дослідницькі парки - це агломерація наукомістких фірм або дослідницьких підрозділів агропромислових компаній, що групуються - навколо великих науково-дослідних підприємств. Їхня діяльність насамперед полягає у розробці технічних нововведень, тобто включає не всі стадії інноваційного циклу [35].

Промислові парки - це об'єднання фірм, засноване на спільному використанні ділянки, службових приміщень і деяких ділових послуг (друковані, копіювально-розмножувальні роботи, прибирання приміщень та ін.) [36].

Проміжне положення між цими двома парками займають грюндерські

та технологічні центри. Грюндерські центри - це різновид промислових парків, що спеціалізуються на стартовій за потужністю підприємствам обробної промисловості, передбачено також управлінське консультування з широкого кола проблем [34].

Технологічні та інноваційні центри або технологічні фабрики спеціалізуються на впровадницькій діяльності в галузі високих технологій, тут діють як служби колективного користування, так і компанія ризикового капіталу.

Для успішного перебігу інноваційних процесів та забезпечення інноваційної діяльності необхідна участь організацій науково-технічної та інноваційної сфер та розробка відповідних класифікацій таких організацій.

Розмаїття організаційних форм інноваційного процесу, як зазначає Пухальська Н. О. [33], пов'язане з особливостями сільськогосподарського виробництва, різним характером наукових установ, впроваджувальних форм та їх зв'язком з сільськогосподарськими товаровиробниками.

Організаційні форми інноваційного процесу розрізняються за низкою класифікаційних ознак (рис. 1.5).

Однією з таких ознак є напрямок інтеграції чи переважна сфера їхньої виробничої діяльності чи обслуговування. Дане формування є сільськогосподарським, агропромисловим або переробним. Важливим є також ступінь складності інтеграційних зв'язків у найінноваційнішому формуванні. Однією з основних класифікаційних ознак організаційних форм інноваційного процесу є ступінь впливу їх масового виробництва. Одні формування можуть чинити прямий вплив на масове виробництво за безпосередньої участі у виробничому процесі, інші ж без такої участі, а треті - надавати непрямі, а лише посередницькі послуги другорядного характеру. Інноваційні формування мають принципові відмінності за характером фінансування та найекономічнішою основою функціонування. Значними є відмінності таких формувань і за основною (переважною) метою функціонування: від розробки лише техніко-технологічної ідеї до її наукової

розробки, реалізації (впровадження) та надання інформаційних та консультативних послуг. Дуже істотна різниця і за масштабами функціонування зазначених формувань: від міжнародного та державного рівня до рівня одного сільськогосподарського підприємства [6].

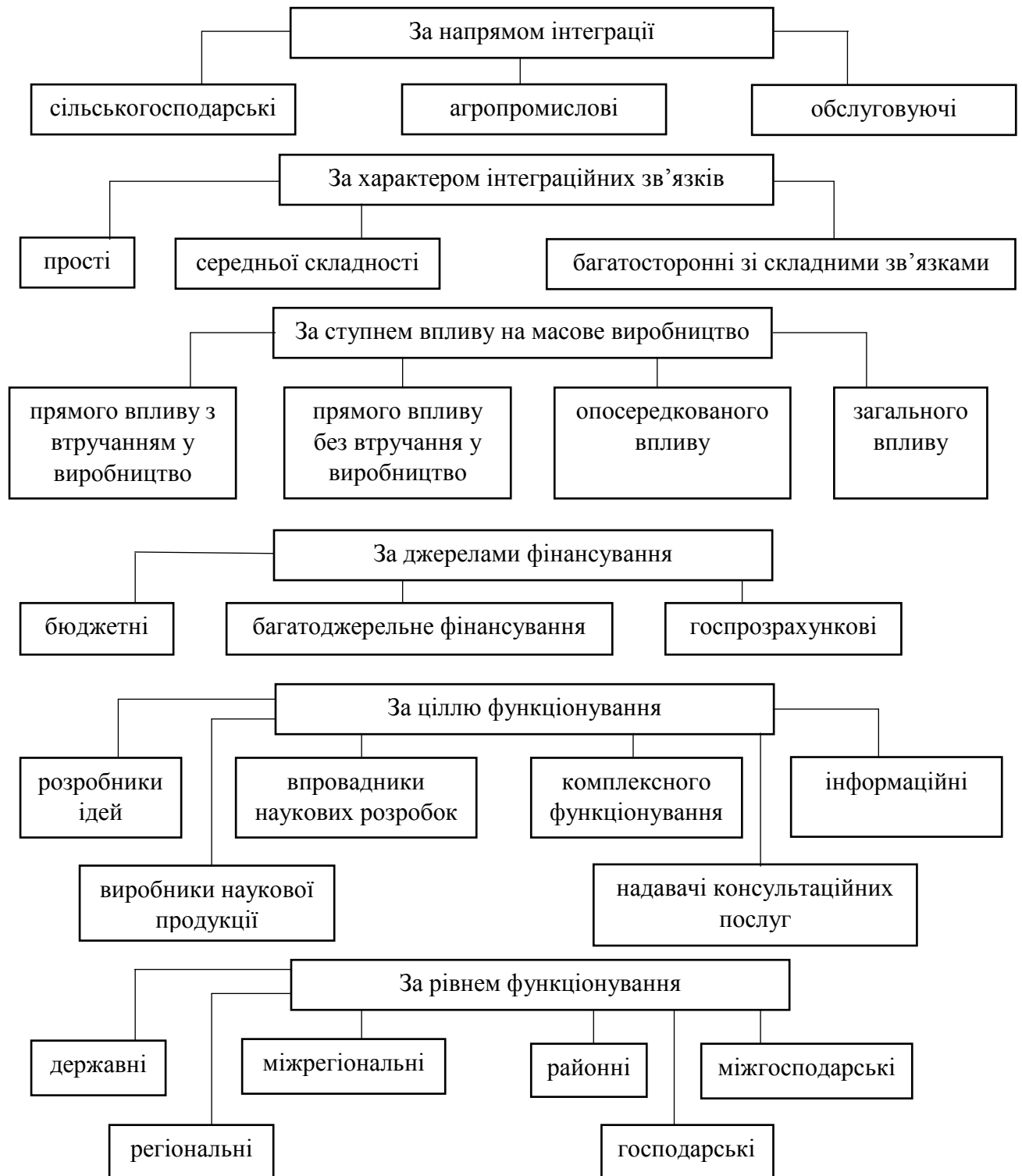


Рис. 1.5. Класифікація організаційних форм інноваційного процесу

Таким чином, для агропромислового комплексу різноманіття організаційних форм інноваційного процесу дуже характерне, що у свою чергу визначає і різноманіття самих структур формування, а також цілей та механізму їх функціонування.

Процес взаємодії між виробниками та споживачами науково-технічної продукції через широко розгалужену мережу різних організаційних форм впроваджувальної діяльності насамперед має на меті отримати додатковий економічний ефект безпосередньо у виробництві від впровадження досягнень науки і передового досвіду. Цей принцип є основним. На ньому переважно і має ґрунтуватися формування ринку науково-технічної продукції в АПК.

Таблиця 1.2

Класифікація організацій науково-технічної та інноваційної сфери

| № п/п | Ознаки | Класи | |
|-------|---|--|---|
| 1 | Вигляд спеціалізації | Підприємства, що базуються на: | |
| | | Продуктивій, ресурсній, науково-технологічній, адресній (I, II роду) | |
| 2 | Вид наукової та виробничої продукції | Підприємства, спеціалізовані на: | |
| | | створенні дослідних зразків, виробництві дослідних партій, перших серій | |
| 3 | Види удосконалених об'єктів | Підприємства, спеціалізовані на НДДКР, спрямованих на вдосконалення: | |
| | | Виробів матеріалів, технологій, форм організації та управління, інших об'єктів | |
| 4 | Вид діяльності | Підприємства, що виконують: | |
| | | НДДКР | функції обслуговування науки, у т. ч. за видами |
| 5 | Характер галузі знань | Підприємства у сфері: | |
| | | Природничих наук, технічних наук, суспільних та гуманітарних наук | |
| 6 | Використання Комбінування | Підприємства: | |
| | | Використовують комбінування | що не використовують комбінування |
| 7 | Ступінь охоплення стадії «дослідження освоєння» циклу | підприємства, що охоплюють: | |
| | | одну стадію | дві та більше стадій |
| 8 | Принцип створення | Підприємства: | |
| | | Постійні | тимчасові |

Класифікація наукових та інноваційних підприємств на основі концепції видів спеціалізації є важливою методологічною основою, оскільки вона дозволяє враховувати різноманітність цих організацій за їхньою економічною орієнтацією та функціональним призначенням. У таблиці 1.2 пропонується багатоаспектна класифікація наукових інноваційних підприємств.

Однією з ключових ознак цієї класифікації є вид спеціалізації, що визначає головну економічну орієнтацію підприємства та визначає його основні напрямки діяльності. Спеціалізація може бути пов'язана з продукцією, ресурсами, технологією чи ринковими сегментами. Інші важливі ознаки класифікації включають вид створюваної науково-технічної продукції, об'єкти удосконалення (вироби, матеріали, технології) та ступінь охоплення стадій циклу «дослідження – впровадження». Ця класифікація дозволяє більш детально визначити характеристики наукових та інноваційних підприємств в контексті їхньої специфічної діяльності.

На відміну від звичайного виробництва, домінуючою формою спеціалізації є не предметна, а адресна другого роду, тобто орієнтація на «обслуговування» галузі, підгалузі, виробництва та конкретного виробничого об'єкта. Тільки сферу фінансових інновацій можна назвати сферою, де домінує предметний принцип спеціалізації. Що ж до продуктової інновації та розробок, то тут предметна орієнтація підприємства неминуче призводить до його міжгалузевої спрямованості. Але саме цей тип підприємств реалізовувався в народному господарстві з великими труднощами, тому що ніяк не стикувався з відомчою структурою науки.

Адресна орієнтація першого роду стимулює створення «сімейств» науково-технічних та інноваційних «фірм-нащадків», орієнтованих використання практично значних результатів, отриманих наукових центрах. Адресна орієнтація відіграє велику роль в організаційній структурі науки, оскільки сприяє розвитку інтеграційних процесів.

Щодо широко поширених асоціацій, то вони викликані прагненням до

життя тієї чи іншої групи підприємств, фахівців скористатися вигодами адресної орієнтації другого роду чи пасивної. Як «постачальник» послуг координації та обслуговування виступають центри, створені групою ланок, що мають схожі потреби у зазначених послугах.

Перспективні підприємства, що базуються на інтелектуально-ресурсній орієнтації (як ресурс виступає великий винахід, блок винаходів). Ці підприємства є базою для створення інноваційних авторських фірм. Ключовими ознаками класифікації інноваційного підприємства щодо характеру інноваційної діяльності з урахуванням ринкових та маркетингових аспектів є переважні типи інновацій, що реалізуються інноваційними підприємствами. Залежно від переважаючого типу інновацій інноваційні підприємства можуть бути розбиті на наступні класи.

1. Співтовариства та консорціуми для інновацій.

Співтовариства та консорціуми стають ефективним інструментом для реалізації інноваційних проектів. Співтовариства об'єднують різні сторони, такі як підприємства, дослідницькі установи та урядові органи, для спільного вирішення конкретних завдань. Це дозволяє об'єднати експертні знання та ресурси для досягнення спільних цілей в інноваційній сфері. Інновації визначають структуру виробництва, впливаючи на ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Вони можуть стосуватися виробничих процесів, впровадження нових технологій або розробки нових продуктів. Інновації в структурі виробництва можуть призвести до зменшення витрат, покращення якості продукції та розширення ринкових можливостей.

2. Інноваційні підприємства можна класифікувати на дві основні категорії: ті, які орієнтуються на нові наукові відкриття або піонерні винаходи, і ті, які створюють інновації на основі нового способу застосування раніше зроблених винаходів. Перша категорія характеризується реалізацією нових наукових відкриттів і піонерних винаходів у виробництві. Це властиво інноваційним підприємствам, які мають повний цикл науково-

дослідницьких та розробник робіт або, принаймні, розвинену базу прикладних науково-дослідницьких робіт. Однак інновації цього типу є відносно рідкісним явищем.

3. Інноваційні підприємства можна поділити на дві основні категорії залежно від їхньої спрямованості: ті, що створюють нові потреби, і ті, що сприяють розвитку та більш повному задоволенню існуючих потреб. Перша категорія інновацій характеризується створенням нових продуктів або послуг, які формують нові потреби у споживачів. Такі інновації включають у себе розробку технологічно нових виробів, наприклад, телевізорів, телефонів, відеотелефонів, калькуляторів, персональних електронно-обчислювальних машин та інших продуктів, які вперше запропоновані на ринку.

4. Інноваційні підприємства, спеціалізовані на створенні базових інновацій, відіграють ключову роль у розвитку технологій та просуванні галузей вперед. Такі підприємства спрямовані на створення інновацій-видозмін, що означає вдосконалення чи зміну існуючих технологій, продуктів чи послуг для досягнення нових рівнів продуктивності, якості або ефективності.

5. Інноваційні підприємства, що спеціалізуються на створенні інновацій для подальшого застосування в одній конкретній галузі, а також реалізації інновацій для всього народного господарювання, грають важливу роль у розвитку економіки та підтримці суспільства.

6. Інноваційні підприємства, спеціалізовані на реалізації інновацій, що заміщують раніше створені проекти та технології, та створюють і раціоналізують інновації, відіграють важливу роль у процесі технологічного розвитку та удосконалення бізнес-процесів.

7. Інноваційні підприємства, які спеціалізуються на створенні основних (продуктових та технологічних) інновацій, та розробляють доповнюючі інновації, грають ключову роль у розвитку технологій та створенні конкурентних переваг.

8. Інноваційні підприємства, які реалізують інновації-продукти та

інновації-процеси, активно сприяють технологічному прогресу та підвищенню ефективності виробництва.

9. Інноваційні підприємства, що створюють інновації для нових ринків та орієнтовані на інновації для нових сфер застосування на старих ринках.

10. Інноваційні підприємства, класифіковані за глибиною з нововведень:

а) регенерування початкових властивостей продуктів і процесів - це тип інновацій включає в себе удосконалення або відновлення існуючих продуктів та процесів. Ці інновації, як правило, є псевдоінноваціями і можуть відновлювати процеси, що вже існують. Підприємства цього типу можуть бути менш конкурентоспроможними через низький рівень новизни.

б) збільшення продуктивності та кількісної інтенсивності діючих процесів - цей тип інновацій включає в себе зростання продуктивності та кількісної інтенсивності вже діючих процесів. Це може включати в себе вдосконалення технічних характеристик або оптимізацію операцій. Інноваційні підприємства цього типу можуть бути стійкими, але їхні інновації можуть бути менше виразними за якісні зміни.

11. Інноваційні підприємства, орієнтовані на впровадження нововведень, пов'язаних з перегрупуванням окремих елементів існуючої виробничої системи.

12. Інноваційні підприємства, які створюють адаптаційні інновації на окремих, як правило, доповнюючих елементах виробничої системи, фокусують свою увагу на невеликих змінах, що поліпшують або адаптують існуючі елементи, але не вносять значного ступеня новизни.

13. Інноваційні підприємства, які здійснюють інновації для часткового поліпшення елементів даної виробничої системи без істотної зміни функціонування системи загалом, фокусують своє зусилля на локальних, але суттєвих змінах для покращення конкретних аспектів продукції чи послуг.

14. Інноваційні підприємства, які розробляють нові покоління технологій та продукції без зміни їх базових принципових конструкцій та

структур, спрямовані на еволюційні зміни та удосконалення, зберігаючи основні принципи та основи.

15. Інноваційні підприємства, які ініціюють нові види виробничих систем (продуктів та технологій) і містять якісні зміни первісної концепції, але зберігають функціональний принцип.

16. Інноваційні підприємства, які ініціюють нові види виробничих систем (продуктів та технологій) і містять якісні зміни первісної концепції, але зберігають функціональний принцип, спрямовані на створення інновацій через радикальні та суттєві трансформації.

Підприємства можуть мати в своєму портфелі різні види інновацій для того, щоб відповідати на змінюючіся умови ринку, технологічні виклики, або для забезпечення конкурентоспроможності. Наприклад, компанія може одночасно займатися створенням нових продуктів, впровадженням технологічних інновацій, оптимізацією виробничих процесів та розвитком нових ринків.

Такий підхід дозволяє підприємствам бути гнучкими та адаптивними, реагуючи на різноманітні виклики та можливості. Різні типи інновацій можуть взаємодоповнювати один одного, сприяючи комплексному розвитку організації.

Отже, при аналізі типу інноваційного підприємства важливо враховувати його сумісність із загальною стратегією розвитку, а також його здатність до адаптації до змін в інноваційному середовищі.

Висновки до розділу 1:

1. Інноваційний розвиток сільськогосподарського комплексу природно відображає процес інтенсифікації виробництва на розширених засадах, що підсилює конкурентоспроможність виробників сільськогосподарської продукції на внутрішніх та міжнародних ринках.

2. Інноваційна діяльність представляє собою сферу, пов'язану із

перетворенням ідей (зазвичай, результатів наукових досліджень та розробок або інших науково-технічних досягнень) у новий чи вдосконалений продукт, впроваджений на ринку, новий чи вдосконалений технологічний процес або новий підхід до соціальних послуг. Ця діяльність включає в себе ряд наукових, технологічних, організаційних, фінансових та комерційних заходів, які разом призводять до впровадження інновацій.

3. Поняття новизни інновації може застосовуватися до продукту або технологічного процесу в цілому в разі його абсолютної новизни або лише до окремих його елементів, що змінюють функції та характеристики існуючого продукту чи процесу. Розрізняють радикальні інновації, пов'язані із зовсім новими продуктами, інкрементальні інновації, що спрямовані на значне удосконалення існуючих продуктів, а також інновації, пов'язані з впровадженням нових або вдосконалених методів виробництва.

4. Практика впровадження інновацій в агропромисловому комплексі свідчить про різницю в рівнях техніко-економічного розвитку учасників інноваційного процесу. Ця різноманітність виникає з відмінностей у оснащенні, джерелах матеріальних та енергетичних ресурсів, рівнях розвитку інфраструктури та кваліфікації працівників підприємств.

5. Модель інноваційного процесу ілюструє прямий зв'язок між його окремими елементами, але не враховує зворотних зв'язків, які можуть мати складний, опосередкований характер. Зворотні зв'язки можуть виникати не лише між кінцевими та початковими елементами, але й між проміжними. Тому важливим є зворотний потік інформації від сільськогосподарського сектору до науки, що вимагає додаткових досліджень і розробок для вдосконалення науково-виробничого циклу.

6. Різноманітність організаційних форм управління інноваційною діяльністю підприємств підвищує гнучкість структури та її готовність ефективно впроваджувати нововведення різної значимості та масштабу. Диференціація конкретних організаційних форм управління нововведеннями поєднується із загальною тенденцією до підвищення господарської

самостійності та послаблення прямих адміністративних зв'язків з центральним керівництвом підприємства.

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ С(Ф)Г «НИВА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика С(Ф)Г «НИВА»

У селі Пушкарівка, Кам'янського району Дніпропетровської області, що входить до складу Верхньодніпровської територіальної громади, розташоване фермерське господарство «НИВА». Кліматичні умови регіону сприяють успішному здійсненню сільськогосподарської діяльності, з середньою температурою взимку від $-5,5^{\circ}\text{C}$ до $+10^{\circ}\text{C}$ та влітку від $+24,5^{\circ}\text{C}$ до $+30^{\circ}\text{C}$. Загальна кількість опадів за рік становить 430 мм, що забезпечує вегетаційний період тривалістю 215 днів. В ґрунтах регіону переважають чорноземи та підзолисті ґрунти.

Засноване у 2005 році господарство «НИВА» спеціалізується на рослинництві. Загальна площа земель підприємства складає 2051 гектар, з них близько 2042 гектари призначені для сільськогосподарських угідь, що включають оброблювані землі для зернових, технічних культур та парових полів. Основні зернові культури - озима пшениця, ярий ячмінь та кукурудза. Технічні культури представлені соняшником і цукровими буряками.

Приблизно 95% площі під пшеницею є озимою пшеницею, яку висівають восени та збирають у липні та серпні наступного року. Загальна кількість висіяної пшениці під осінь змінюється річно, приблизно 15% не переживає зиму. Однак завдяки сприятливим погодним умовам та сталому фінансовому поліпшенню господарства, вирощування пшениці відновилося в останні роки, за винятком катастрофічного врожаю 2018/19 року, що постраждав від надзвичайно суворої зимової погоди. Більшість виробленої пшениці є твердою червоною озимою пшеницею, вважаючи приблизно 80% виробництва високоякісним за вітчизняними стандартами.

Ячмінь протягом значної частини останніх десяти років був лідером

серед фуражних зернових в Україні за обсягом споживання, випереджаючи навіть пшеницю. Понад 90% обсягу посівів ячменю припадає на ярий ячмінь. Зазвичай, його сіють у квітні, а збирають у серпні. Ярий ячмінь часто використовується для весняного пересіву пошкоджених або зруйнованих полів озимих зернових. Площа посівів ячменю є в певній мірі обернено пропорційною площі озимої пшениці, оскільки остання є менш холодостійкою серед озимих зернових.

Кукурудза виступає третьою за важливістю фуражною культурою. Незважаючи на кілька труднощів, таких як застаріле обладнання для збирання врожаю та високі витрати на виробництво, площі посіву зростають. Кукурудзу зазвичай сіють в квітні або на початку травня, а збір врожаю відбувається в кінці вересня до початку листопада. Лише 25-50% загальної площі кукурудзи призначається для збору на зерно; решта використовується для силосування, переважно в серпні.

Соняшник є основною олійною культурою у фермерському господарстві «НИВА». Зазвичай його висаджують у квітні, а збирання врожаю відбувається з середини вересня до середини жовтня. Завдяки поєднанню високої ціни, відносно низької собівартості продукції та традиційно високого попиту, соняшник став однією з найбільш прибуткових культур. Висока прибутковість сприяла значному збільшенню посівних площ.

У зв'язку з цим, в господарстві «НИВА» відмовилися від традиційної сівозміни, яку рекомендували аграрні чиновники, і яка передбачала висадження соняшнику на одному полі не частіше, ніж один раз на сім років. Головною метою сівозміни 1 з 7 стало запобігання грибковим захворюванням, що передаються через ґрунт, а також зменшення виснаження вологи та родючості ґрунту. Завдяки глибокій кореневій системі соняшника, яка ефективно видобуває воду та поживні речовини з ґрунту, ця культура сприяє збереженню вологи та родючості ґрунту в порівнянні з іншими культурами в системі сівозміни.

Сільськогосподарські угіддя визначаються як площа землі, що знаходиться під обробкою або посівами. Рільництво включає землі, де вирощують тимчасові культури, такі як зернові та технічні культури, а також ті, що тимчасово залишаються під паром. Додаткові агроекологічні показники охоплюють органічні сільськогосподарські угіддя та трансгенні орні землі. Цей показник визначається як сума за типом сільськогосподарських угідь і вимірюється у гектарах та відсотках. Склад і структура земельних угідь у селянському (фермерському) господарстві «НИВА» подані в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Склад і структура земельних угідь С(Ф)Г «НИВА»

| Показники | 2020 | | 2021 | | 2022 | | 2022 р. до 2020 р., % |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|-----------------------------|
| | га | % | га | % | га | % | |
| Загальна земельна площа | 2048 | 100 | 2051 | 100 | 2051 | 100 | 100,1 |
| Площа сільськогосподарських угідь | 2037 | 99,5 | 2042 | 99,6 | 2042 | 99,6 | 100,2 |
| в т.ч. рілля | 1956 | 96,0 | 1989 | 97,4 | 2001 | 98,0 | 102,3 |
| інші угіддя | 81 | 4,1 | 53 | 2,7 | 41 | 2,0 | 50,6 |
| Коефіцієнт розораності | 0,96 | - | 0,97 | - | 0,98 | - | 102,1 |
| Коефіцієнт освоєння | 0,99 | - | 0,99 | - | 0,99 | - | 100,1 |
| Припадає на одного працівника, га: | 88,6 | - | 81,7 | - | 81,7 | - | 92,2 |
| – с.-г. угідь | | | | | | | |
| – ріллі | 85,0 | | 79,6 | | 80,0 | | 94,1 |

Дані з таблиці 2.1 свідчать про невелике збільшення загальної земельної площі, яка у 2022 році становила 2051 гектар із розпорядженням господарства. З загальної площі 98% використовується для посівів зернових

та технічних культур, що є на 2,3% більше, ніж у 2020 році. Проте, площа землі, використовувана під іншими угіддями, постійно зменшується, досягнувши 41 гектара у 2022 році порівняно із 81 гектаром у 2020 році. Коефіцієнт освоєння залишається незмінним на рівні 99, в той час як коефіцієнт розораності зменшився на 2,1%.

Отримані показники свідчать про підвищення використання наявних земельних площ під посівами, але водночас вказують на недотримання вимог до доцільності сівозмін. Це свідчить про можливі проблеми у маркетинговій стратегії С(Ф)Г «НИВА». Ці дії можуть призвести до зниження конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та загального стану господарства. Рекомендується звернути увагу на перегляд або розробку нової маркетингової стратегії для поліпшення ситуації.

Зважаючи на викладене вище, доцільно більш детально розглянути використання посівних площ під певні зернові та технічні культури (рис. 2.1).

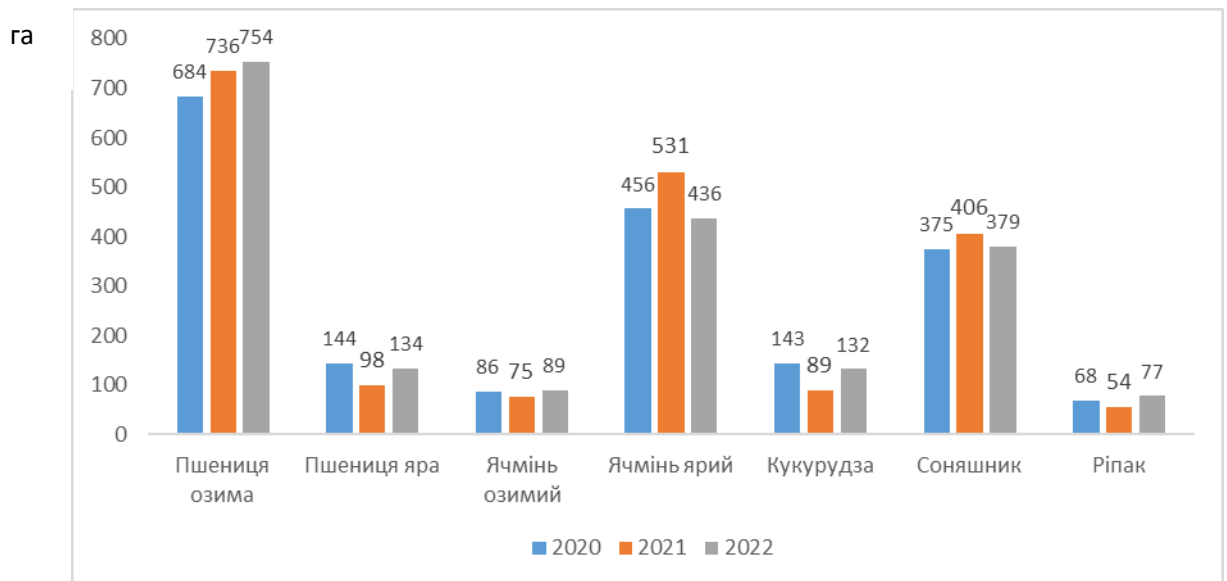


Рис. 2.1. Структура та розмір посівних площ С(Ф)Г «НИВА» під сільськогосподарськими культурами

З рисунку 2.1 видно, що господарство «НИВА» віддає перевагу посівам пшениці озимої, яка займає більшу частину посівних площ. Ярий ячмінь та соняшник є наступними за важливістю культурами. Поряд з ними

виросшуються і інші культури, такі як пшениця яра, ячмінь озимий, кукурудза та ріпак.

Таблиця 2.2

Склад та ефективність використання трудових ресурсів в С(Ф)Г
«НИВА»

| Показники | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 р. до 2020 р., % |
|--|--------|--------|--------|-----------------------|
| Чисельність працівників, осіб | 23 | 25 | 25 | 108,7 |
| Відпрацьовано – всього, тис. люд.-год. | 42,5 | 39,0 | 40,0 | 94,1 |
| Відпрацьовано одним середньорічним працівником в середньому за рік, люд.-год. | 1830,0 | 1850,0 | 1854,0 | 101,3 |
| Вартість валової продукції в постійних цінах 2010 року, тис. грн. | 6536,0 | 6854,3 | 6934,2 | 106,1 |
| Вироблено валової продукції на одного середньорічного працівника (річна продуктивність праці), тис. грн. | 284,2 | 274,2 | 277,4 | 97,6 |
| Вироблено валової продукції на одну люд.-год. (погодинна продуктивність праці), грн. | 153,8 | 175,8 | 173,4 | 112,7 |
| Реалізовано продукції на одного середньорічного працівника, тис. грн. | 1045,2 | 1237,8 | 1455,2 | 139,2 |
| Реалізовано продукції на одну люд.-год., грн. | 620,5 | 735,2 | 856,7 | 138,1 |

Цікаво відзначити, що динаміка посівів залишається майже незмінною з незначними коливаннями, що не суттєво впливають на зміну структури посівних площ в господарстві. Це може свідчити про стабільність обраної стратегії вирощування культур та добре адаптовану систему господарювання до умов конкретного регіону.

На другому щаблі зазначається важливість трудових ресурсів. Вони представляють собою працівників чи групу працівників із схожими навичками та кваліфікацією. Трудові ресурси є ключовим елементом в

управлінні сільськогосподарською діяльністю, і їх ефективне використання може значно покращити продуктивність та конкурентоспроможність господарства.

Аналіз таблиці 2.2 вказує на позитивні тенденції в розвитку трудових ресурсів господарства «НИВА». Збільшення чисельності працівників на 8,7% за досліджуваний період свідчить про ріст кадрового потенціалу господарства.

Важливо відзначити, що це зростання чисельності трудових ресурсів супроводжується позитивним впливом на ефективність використання праці. Збільшення вартості валової продукції та реалізованої продукції свідчить про ефективну працю наявного персоналу.

У той же час, зменшення показників відпрацьованого часу кожним робітником та вартості виробленої валової продукції на кожного працівника може вказувати на необхідність перегляду нормативів праці та оптимізації робочого процесу. Розгляд цих аспектів може допомогти підвищити продуктивність праці та ефективність використання трудових ресурсів.

Загалом, важливо продовжувати моніторити та адаптувати стратегії управління персоналом для досягнення максимальної продуктивності та ефективності господарства.

Для визначення спеціалізації рослинницької галузі селянського господарства «НИВА» слід розглянути асортимент та обсяги виробництва різних видів рослинної продукції. Із вже наданої інформації відомо, що господарство спеціалізується на рослинництві, зокрема на вирощуванні зернових і технічних культур.

Основними зерновими культурами є озима пшениця, ярий ячмінь та кукурудза. Основними технічними культурами є соняшник і цукрові буряки. Також, в господарстві вирощують пшеницю яру, ячмінь озимий та ріпак.

З урахуванням вказаних культур, можна визначити сільськогосподарську спеціалізацію господарства «НИВА». Вона спрямована на вирощування зернових (пшениця, ячмінь, кукурудза) і технічних

(соняшник, цукрові буряки, ріпак) культур. Така спеціалізація може вказувати на високу рентабельність та попит на ці види продукції на ринку.

Для подальшого дослідження рекомендується ретельний аналіз ринкових тенденцій, конкурентоспроможності та попиту на різні види рослинницької продукції для формування стратегії, яка максимізує вигоди від вирощування конкретних культур:

$$K_{спец} = \frac{100}{\sum Y(2H - 1)}, \quad (2.1)$$

де $K_{спец}$ – коефіцієнт спеціалізації;

Y – питома вага виручки від реалізації окремого виду сільськогосподарської продукції в загальному обсязі виручки від реалізації;

H – ранг сільськогосподарської продукції.

Значення коефіцієнта спеціалізації слугує індикатором ступеня фокусування сільськогосподарського господарства на вирощуванні конкретного виду продукції. Розпізнати його рівень можна за такими межами:

до 0,20 - свідчить про низький рівень спеціалізації,

0,21–0,40 - вказує на середній рівень спеціалізації,

0,41–0,60 - вказує на високий рівень спеціалізації,

0,61 і вище - свідчить про поглиблену спеціалізацію господарства.

Ваше значення коефіцієнта спеціалізації до 0,20 вказує на те, що господарство має низький рівень фокусування на конкретному виді продукції. Це свідчить про різноплановий характер його діяльності.

Визначення структури товарної продукції, яке враховує відношення вартості кожного виду сільськогосподарської продукції до загального підсумку, дозволяє визначити основну культуру, яка має найбільший вклад у виробництво. Це є ключовим для розуміння головного напрямку діяльності господарства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка складу товарної сільськогосподарської продукції та структури
товарообігу в С(Ф)Г «НИВА»

| Види продукції | 2020 | | 2021 | | 2022 | | 2022 р. до 2020 р. | |
|--------------------------------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|-----------------------|--------|
| | тис. грн. | % | тис. грн. | % | тис. грн. | % | (+,-) тис. грн. | % |
| Пшениця озима | 5681 | 20,0 | 7606,1 | 25,2 | 7044 | 20,3 | 1362,5 | 124,0 |
| Пшениця яра | 142,8 | 0,5 | 218,8 | 0,7 | 1015 | 2,9 | 872,1 | 710,7 |
| Кукурудза | 959,5 | 3,4 | 550,5 | 1,8 | 2745 | 7,9 | 1785,5 | 286,1 |
| Ячмінь ярий | 1278 | 4,5 | 1934,4 | 6,4 | 3630 | 10,5 | 2351,5 | 284,0 |
| Ячмінь озимий | 84 | 0,3 | 367,6 | 1,2 | 2111 | 6,1 | 2026,9 | 2513,0 |
| Соняшник | 15885 | 55,9 | 11993 | 39,7 | 12279 | 35,4 | -3606 | 77,3 |
| Ріпак | 3613 | 12,7 | 6297 | 20,8 | 5567 | 16,1 | 1953,8 | 154,1 |
| Інша продукція рослинництва | 55,8 | 0,2 | 73,6 | 0,2 | 33,9 | 0,1 | -21,9 | 60,8 |
| Всього по рослинництву | 589,4 | 2,1 | 1052,1 | 3,5 | 91,7 | 0,3 | -497,7 | 15,6 |
| Інші види продукції | 139,9 | 0,5 | 116,4 | 0,4 | 122,3 | 0,4 | -17,6 | 87,4 |
| Всього по господарству | 28430 | 100 | 30210 | 100 | 34639 | 100 | 6208,7 | 121,8 |

Виходячи з даних таблиці 2.3, можна визначити, що найбільший обсяг виробництва протягом періоду дослідження припадає на соняшник та пшеницю озиму. Однак, за останні два роки спостерігається зменшення виробництва соняшнику на 22,7% або 3606 тис. грн., у той час як виробництво пшениці озимої зросло на 24% або 1362,5 тис. грн.

Взагалі, в структурі товарної продукції варто відзначити ріст вирощування ріпаку, кукурудзи та ячменю ярого на 54,1% та майже утричі відповідно. Це свідчить про те, що площа, використана для посіву певної культури, визначається прямопропорційною кількістю зібраного врожаю.

У С(Ф)Г «НИВА» важливо відзначити загальне зростання виробництва у всіх напрямках, крім соняшника. Причиною цього можуть бути особливості вирощування соняшника або інші фактори, які впливають на його

виробництво. Зазначені тенденції важливо враховувати при формуванні стратегії господарства для максимізації виробництва та доходів, що наглядно зображено на рисунку 2.2.

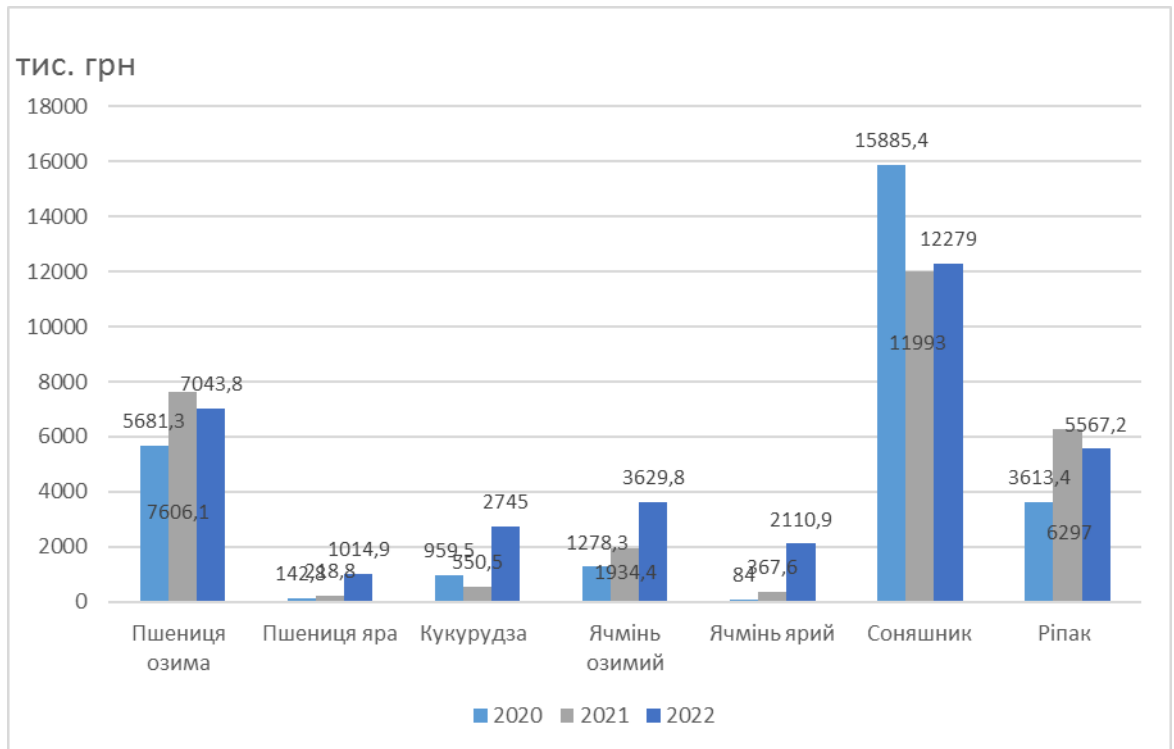


Рис. 2.2. Структура товарної продукції С(Ф)Г «Нива»

Рисунок 2.2 вказує на позитивні тенденції у показниках виробництва у 2022 році для ряду сільськогосподарських культур, таких як пшениця яра, кукурудза, ячмінь озимий, та ячмінь ярий, останній з яких не враховувався в попередніх роках дослідження. Це свідчить про стратегічний підхід господарства до використання посівних площ та його прагнення розширювати асортимент вирощуваних сільськогосподарських культур.

Збільшення виробництва цих культур може бути пов'язане з рядом факторів, таких як зміни в ринкових умовах, підвищений попит на певні види продукції або технологічні інновації. Враховуючи ці позитивні тенденції, господарство може продовжувати адаптувати свою стратегію виробництва для досягнення оптимального використання земельних ресурсів та задоволення вимог ринку.

Для підтвердження чи спростування вище викладеного твердження розрахуємо коефіцієнт спеціалізації у 2020-2022 роках:

$$K_{сней2020} = \frac{100}{284,3} = 0,35;$$

$$K_{сней2021} = \frac{100}{302,1} = 0,33;$$

$$K_{сней2022} = \frac{100}{346,4} = 0,29.$$

Розрахований коефіцієнт вказує на середній рівень спеціалізації селянського (фермерського) господарства «НИВА».

В господарстві існують всі умови для збільшення обсягів виробництва шляхом раціонального використання наявних посівних площ та ефективного використання основних активів. Основні активи, такі як приміщення, обладнання та земля, є ключовими фізичними або матеріальними цінностями, які володіє господарство.

Для забезпечення високої продуктивності та ефективності господарство повинно раціонально використовувати свої основні засоби. Оцінка технічного стану та доцільності застосування цих активів є важливою для досягнення оптимальних результатів. Наприклад, сучасне обладнання, яке знаходиться в гарному стані, є ключовим фактором для досягнення високої продуктивності та забезпечення прибутку.

Основні засоби включають у себе не лише матеріальні цінності, але й потенціал для генерації прибутку. Аналіз основних засобів передбачає врахування їхнього потенціалу прибутку, терміну корисного використання, а також обов'язкове обслуговування для забезпечення стабільної прибутковості у поточному та майбутньому періодах.

Ефективне використання основних активів стає стратегічно важливим для досягнення успіху господарства, оскільки вони визначають його конкурентоспроможність та стійкість на ринку (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Забезпеченість та ефективність використання основних і оборотних
засобів С(Ф)Г «НИВА»

| Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 р. до 2020 р., | |
|---|--------|--------|---------|------------------------|-------|
| | | | | (+,-) | % |
| Вартість валової продукції в постійних цінах 2010 року, тис. грн. | 6536,0 | 6854,3 | 6934,2 | 398,2 | 106,1 |
| Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн. | 8156,4 | 8359,1 | 10653,2 | 2496,8 | 130,6 |
| Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн. | 12435 | 13862 | 17456 | 5021,0 | 140,4 |
| Фондозабезпеченість на 100 га с.-г. угідь, тис. грн. | 398,3 | 421,3 | 623,4 | 225,1 | 156,5 |
| Фондоозброєність в розрахунку на одного працівника, тис. грн. | 285,6 | 302,3 | 534,2 | 248,6 | 187,0 |
| Фондовіддача, грн. | 0,85 | 0,78 | 0,76 | -0,1 | 89,4 |
| Фондоємність, грн. | 1,2 | 1,3 | 1,8 | 0,6 | 150,0 |

Таблиця 2.4 вказує на ефективне використання наявних основних засобів у господарстві. Фондозабезпеченість та фондоозброєність зросли на 56,5% та 87%, відповідно, що свідчить про достатню кількість технічних засобів для обробітку посівних площ. За числовим виразом, вартість основних засобів збільшилася на 2496,8 тис. грн або 30,6%, а оборотних засобів на 5021,0 тис. грн або 40,4%.

Отже, витрати, пов'язані з модернізацією і придбанням нового устаткування, є цілком виправданими, і це вказує на готовність господарства до впровадження нових технологій та методів роботи. Розвиток технічної бази грає ключову роль у підвищенні продуктивності та конкурентоспроможності господарства.

Для повного розуміння господарства, слід розглянути економічну ефективність основних показників. Зокрема, питання підвищення ефективності господарської діяльності важливе в умовах сучасного бізнес-середовища, що є нестабільним та непередбачуваним. Менеджерам господарства доводиться шукати шляхи досягнення та підтримання ефективності в умовах складного бізнес-середовища, де фактори невизначеності грають важливу роль.

Таблиця 2.5

Основні економічні показники діяльності С(Ф)Г «Нива»

| Показник | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 р. до 2020р., | |
|---|--------|--------|--------|--------------------|-------|
| | | | | (+,-) | % |
| Площа сільськогосподарських угідь, га | 2048 | 2051 | 2051 | 3 | 100,1 |
| в т.ч. рілля, га | 1956 | 1989 | 2001 | 45 | 102,3 |
| Вартість валової продукції у постійних цінах 2010 р., тис. грн. | 6536,0 | 6854,3 | 6934,2 | 398,2 | 106,1 |
| Вироблено валової продукції в розрахунку на: | | | | | |
| – 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн. | 398,3 | 421,3 | 623,4 | 225,1 | 156,5 |
| – 1 грн. основних фондів, грн. | 0,85 | 0,78 | 0,76 | -0,09 | 89,4 |
| – одного середньорічного працівника, тис. грн. | 285,6 | 302,3 | 534,2 | 248,6 | 187,0 |
| – одну люд.-год., грн. | 136,8 | 153,6 | 162,6 | 25,8 | 118,9 |
| Отримано в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь: | | | | | |
| – товарної продукції, тис. грн. | 1254,2 | 1476,1 | 1843,2 | 589 | 147,0 |
| Товарообіг, тис. грн. | 26498 | 28453 | 30562 | 4064 | 115,3 |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн. | 26005 | 24673 | 28563 | 2558 | 109,8 |
| Прибуток, тис. грн. | 2576,3 | 4578,2 | 6497,1 | 3920,8 | 252,2 |
| Рівень рентабельності, % | 12,3 | 18,9 | 22,5 | 10,2 в.п. | - |

Ефективне управління витратами стає ключовим чинником успіху в

сучасному бізнесі. Це включає в себе ретельний аналіз та оптимізацію усіх аспектів витрат, починаючи від сировини та закінчуючи енергозабезпеченням. Інтегрований підхід до управління витратами дозволяє забезпечити ефективність виробництва та зниження загальних витрат.

Загальні показники ефективності, такі як прибутковість, рентабельність та оборотність активів, також важливі для оцінки успішності господарства. Результати аналізу цих факторів можуть служити підставою для розробки стратегій подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності господарства (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 відображає результати дослідження ефективності діяльності селянського (фермерського) господарства «НИВА» у порівнянні з попередніми роками. За отриманими даними, господарство показало позитивні тенденції в ряді ключових показників.

У порівнянні з 2020 роком, прибуток господарства в 2022 році зріс на 3920,8 тис. грн. Рентабельність діяльності підприємства збільшилася на 10,2 відсоткових пункти, що свідчить про позитивний фінансовий результат. Додатково, вартість товарної продукції та товароруху підвищилася на 47% та 15,3% відповідно.

Однак слід відзначити, що, не дивлячись на загальний позитивний тренд, є аспекти, які потребують уваги та подальшого вдосконалення. Зниження вартості виробленої валової продукції в порівнянні з вартістю основних фондів на 10,6% може свідчити про неефективне використання ресурсів та потребує аналізу.

Також, показники виробництва та реалізації продукції вказують на потребу у вдосконаленні обраної маркетингової стратегії господарства. Зміна підходів до маркетингової діяльності може допомогти підприємству покращити свою конкурентоспроможність та ринкову позицію.

Враховуючи вищезазначене, рекомендується ретельний аналіз та коригування маркетингової стратегії господарства з метою оптимізації результатів та підвищення його ефективності на ринку.

2.2. Державне регулювання інвестиційної сфери

Найважливішим завданням державного регулювання виступає досягнення та підтримання паритету у відносинах обміну між сільським господарством та галузями, що виробляють засоби виробництва. Виниклий диспаритет цін призвів до тяжких фінансових наслідків для більшості сільських товаровиробників. Держава так і не змогла стримати зростання цін і тарифів у таких високомонополізованих галузях як сільськогосподарське машинобудування, нафтопереробка, електроенергетика, транспорт та ін. Темпи зростання цін і тарифів на продукцію цих галузей були набагато вищими, ніж закупівельних цін у сільському господарстві. Не була відпрацьована методологія ціноутворення, що враховує всі елементи ринкової економіки та підтримує її в рівноважному стані: закон вартості, попит та пропозицію, кон'юнктуру ринку, інші фактори економічної стабільності (бюджетні можливості, кредит, податки, прибуток тощо), які при виникненні дисбалансу повинні змінюватися в такій послідовності, яка дозволяє приводити систему до рівноважного стану. Відбувалося неконтрольоване зростання цін на засоби виробництва та частково тарифи. У той же час монополісти переробники сільськогосподарської продукції досить жорстко і безконтрольно регулювали ціни на сільськогосподарську продукцію.

Намагаючись контролювати рівень цін, держава запровадила гарантовані ціни на основні продовольчі товари, але бюджет не зміг профінансувати реалізацію цієї ідеї. У результаті лібералізація призвела до більш швидких темпів зростання цін на кошти виробництва в порівнянні зі зростанням цін на продукцію сільського господарства, що призвело до серйозного диспаритету цін.

Для відновлення паритетності обміну потрібно пряме державне регулювання цін і тарифів природних монополій. При формуванні закупівельних цін необхідно визначати реальні витрати основної маси

сільськогосподарських товаровиробників та забезпечувати їм відшкодування витрат на рівні суспільно-необхідних витрат за допомогою спеціальних державних дотацій.

Слід встановити жорсткий контроль за формуванням цін на продукцію підприємств, які виробляють та реалізують матеріально-технічні ресурси селу.

Поліпшення паритетності обміну потребує і вдосконалення таких економічних важелів, як кредит та податки. Потреби С(Ф)Г «НИВА» в кредитах в зв'язку з сезонністю сільськогосподарського виробництва надзвичайно великі. Кредитування має бути розраховане на весь період виробництва (наприклад, виробничий цикл з озимої пшениці від посіву до збирання становить 8-9 місяців).

Доцільно для С(Ф)Г «НИВА» запровадити кредитування під майбутній урожай за умов ф'ючерських контрактів, укладених за договірною ціною. Таке кредитування, яке здійснюється на пільгових умовах з використанням коштів державних та місцевих бюджетів, дозволить вже на початку сезону забезпечити сільськогосподарські підприємства оборотними коштами. Але, враховуючи, що сільське господарство зона ризикованого виробництва, такий підхід вимагає відпрацьованої системи страхування, що передбачає державну гарантію відшкодування страхових платежів за всіма видами страхування, повернення більшої частини страхових внесків у разі їх використання за підсумком минулого року. Необхідно також вирішити питання про віднесення витрат із добровільного страхування майна на собівартість продукції.

Формою кредитування на придбання техніки господарства «НИВА» виступає лізинг. Однак обсяг коштів, що виділяються для створення відповідних лізингових фондів, явно недостатній. До особливої форми фінансування слід віднести і товарний кредит, який надає суттєву підтримку сільському господарству у проведенні сезонних робіт. Як відомо, паливо постачається господарству у рахунок заліку з податків. Постачання ведуть

комерційні підприємства, постійно завищуючи ціни та недопоставляючи паливо. Перспективи розвитку цієї форми кредитування не визначено, оскільки сільськогосподарські виробники через зростання збитковості повернути його не можуть. Важливим чинником покращення фінансового стану С(Ф)Г «НИВА» є впорядкування оподаткування. Справа в тому, що, незважаючи на зростання збитковості сільськогосподарських підприємств, сума податків продовжує зростати переважно за рахунок ПДВ та плати за землю. З урахуванням фінансового стану С(Ф)Г «НИВА» доцільно перейти до дволанкової системи податків: земельного та прибуткового із запровадженням нижньої та верхньої меж вилучення податків. Нижній має обмеження лише на рівні рентабельності, що забезпечує просте відтворення, верхня межа обмежується третиною суми отриманого прибутку.

Отже, досягнення та підтримання паритету у відносинах обміну між сільським господарством та галузями, що виробляють засоби виробництва, є найважливішим завданням державного регулювання.

Наступальна інноваційна політика потребує великих інвестицій у науково-дослідну роботу та готовність ризикувати. У разі успіху нововведення ці інвестиції обертаються багаторазовою вигодою. Перший постачальник нововведення отримує можливість захопити домінуючу частку ринку і отримувати певний час надприбутки, а надалі розраховувати на виробництво з нижчими, ніж у конкурентів витратами.

Проте, на сьогоднішній день однією з найсерйозніших проблем С(Ф)Г «НИВА» є різке падіння інвестицій. Низька рентабельність сільськогосподарських галузей в цілому, закредитованість і постійна нестача власних оборотних коштів, а також відсутність ліквідного заставного майна роблять галузь неперспективною для капітальних вкладень і, отже, прирікають сільськогосподарські підприємства на стагнацію. У разі недостатнього фінансування щорічно скорочуються капітальні вкладення.

Поряд з нестачею коштів, слід зазначити і той факт, що банківська система та ринкова інфраструктура не мають відпрацьованого механізму з

найбільш ефективного концентрованого використання інвестиційних ресурсів.

А ресурсний потенціал інноваційної діяльності за останні роки мав тенденцію до абсолютного кількісного скорочення та погіршення якості за всіма його складовими. Гнітюче становище матеріально-технічної бази склалося в галузі «Наука та наукове обслуговування».

Необхідний перехід до диференційованої політики використання державних дотацій та інвестицій з урахуванням конкретних умов та доцільності підтримки того чи іншого підприємства. Інвестиції, для формування виробничої та соціальної інфраструктури та забезпечення екологічної безпеки, слід здійснювати за рахунок коштів регіонального та державного бюджетів, залучення до фінансування довгострокових проєктів АПК лізингових компаній та інших комерційних структур, коштів населення, іноземних інвестицій та інших. Залучення інвестицій, зокрема і зарубіжних, можливе за дуже надійних гарантіях Національного банку України, гарантіях під матеріальні цінності, основні фонди, землю, корисні копалини [21, 32].

В умовах нестабільної економічної ситуації одним з варіантів, що сприяють поліпшенню фінансування С(Ф)Г «НИВА», може стати відродження в широкому плані сільської кредитної кооперації.

Такі кооперативи можуть об'єднати власні кошти, вільні кошти сільського населення, а також мешканців малих міст. Але тут спочатку необхідна конкретна допомога у вигляді пільгових банківських кредитів.

Одним із джерел поліпшення інвестиційного клімату С(Ф)Г «НИВА» є стимулювання цільового використання амортизаційних відрахувань. Амортизація - це постійно наростаючий обсяг грошових ресурсів, який необхідно концентрувати на спецрахунках і використовувати як інвестиційні джерела [27].

Необхідна активізація ролі державного регулювання інвестиційної діяльності підприємств переробної промисловості.

Стан переробної промисловості на етапі визначається як загальним

настанням нерегульованого ринку, а й низкою специфічних моментів: технічною відсталістю і хронічним недоліком капітальних вкладень, великою питомою вагою витрат ручної праці, застарілою матеріально-технічною базою, переробною промисловістю, що збільшує приблизно третину витрат сировини на одиницю кінцевої продукції. Скорочення інвестицій та складне фінансове становище більшості підприємств призводить до того, що щорічне оновлення основних фондів у галузі не перевищує 3-4%, що в кілька разів нижче за необхідне. Отже, необхідне надходження інвестицій для технічного переозброєння і в деяких випадках нового будівництва комерційних підприємств, цехів переробної промисловості, зокрема на С(Ф)Г «НИВА».

Актуальність такого підходу пояснюється тим, що останніми роками населенню реалізується у переробленому вигляді лише третина виробленої продукції, тоді як у розвинених ринкових країнах цей показник сягає 90%. Тим часом лише за рахунок скорочення втрат і поглиблення переробки сировини можна збільшити виробництво продуктів харчування на 25-30%.

Інвестиції в переробну промисловість, як і в сільське господарство, відповідають національним інтересам, забезпечуючи її економічну безпеку. Це стратегічний напрямок для цивілізованого входження в ринок. Головне цьому етапі - це інвестиції для модернізації промисловості з урахуванням нових досягнень науково-технічного прогресу. З цією метою необхідно:

а) виділення фінансування переробним підприємствам. Участь держави в модернізації, реконструкції та інших роботах, пов'язаних зі зростанням кінцевих результатів у переробній промисловості, як і інших учасників, повинна знаходити своє відображення в квотах, акціях, прибутку;

б) широке залучення банківського капіталу під заставу акцій та майна.

Останніми роками відзначено збільшення інтересу до продовольчого комплексу з боку компаній, які раніше не працювали в цій сфері економіки.

Цей інтерес проявляється за двома напрямками: через здійснення торгових операцій та через створення виробничих холдингів. Сьогодні обсяг

інвестицій у продовольчий комплекс становить близько 30% загального обсягу інвестицій банку;

в) з метою централізації та більш ефективного використання капіталовкладень необхідно посилення інтеграційних процесів у різних формах з одночасним розподілом прибутку відповідно до витрат учасників об'єднань.

Структура цін склалася таким чином, що переробку сільгосппродукції (особливо реалізація готових харчових товарів) вигідніша за виробництво сировини.

Це призводить до того, що сільськогосподарські підприємства організовують на місці переробку продукції рослинництва та тваринництва з подальшою її реалізацією споживачам.

Одночасно необхідна система економічних важелів та стимулів для підвищення ступеня та глибини переробки сировини та вторинних ресурсів за рахунок більш повного вилучення з них усіх корисних компонентів, забезпечивши отримання за рахунок цього додаткової товарної продукції. З метою скорочення втрат і стимулювання комплексної переробки харчових продуктів доцільно звільнити від податку на додану вартість і податку на прибуток всю номенклатуру продукції, що виробляється з вторинної сировини.

Виходячи з сьогоденної, важкої ситуації в АПК і розуміючи, що без допомоги не обійтись, необхідно привести в дію внутрішні резерви галузей агропромислового комплексу щодо зростання виробництва, зниження собівартості та підвищення ефективності. Одним з них виступає розвиток усіх форм кооперації та інтеграції по горизонталі та вертикалі. Залежно від суб'єктів господарювання можуть використовуватись різні форми кооперування та інтегрування.

Інтеграційні системи доцільно створювати на регіональному рівні, включаючи державні та регіональні ресурси на закупівлю продовольства. Необхідно використати реальну можливість інтегрувати фінансовий капітал

у виробництво, вивести з вузьких рамок депозитно-позикового фінансування підприємства агропромислового комплексу. По суті йдеться про створення фінансових агропромислових груп, що включають банк, виробництво, заготівлю, переробку та реалізацію. Такі формування залежно від конкретних умов можуть набувати різних форм на регіональному рівні: асоціації кооперативів, агропромислові фінансові групи, агрокомбінати, агрофірми та інші.

Таким чином, об'єднуюватимуться зусилля та ресурси всіх зацікавлених сторін у розвитку єдиного технологічного процесу від поля, ферми до прилавка. Водночас збережеться основа конкуренції: наявність за кожним продуктом кількох асоціацій (за кількістю сировинних зон), як основи майбутнього (рис. 2.3).

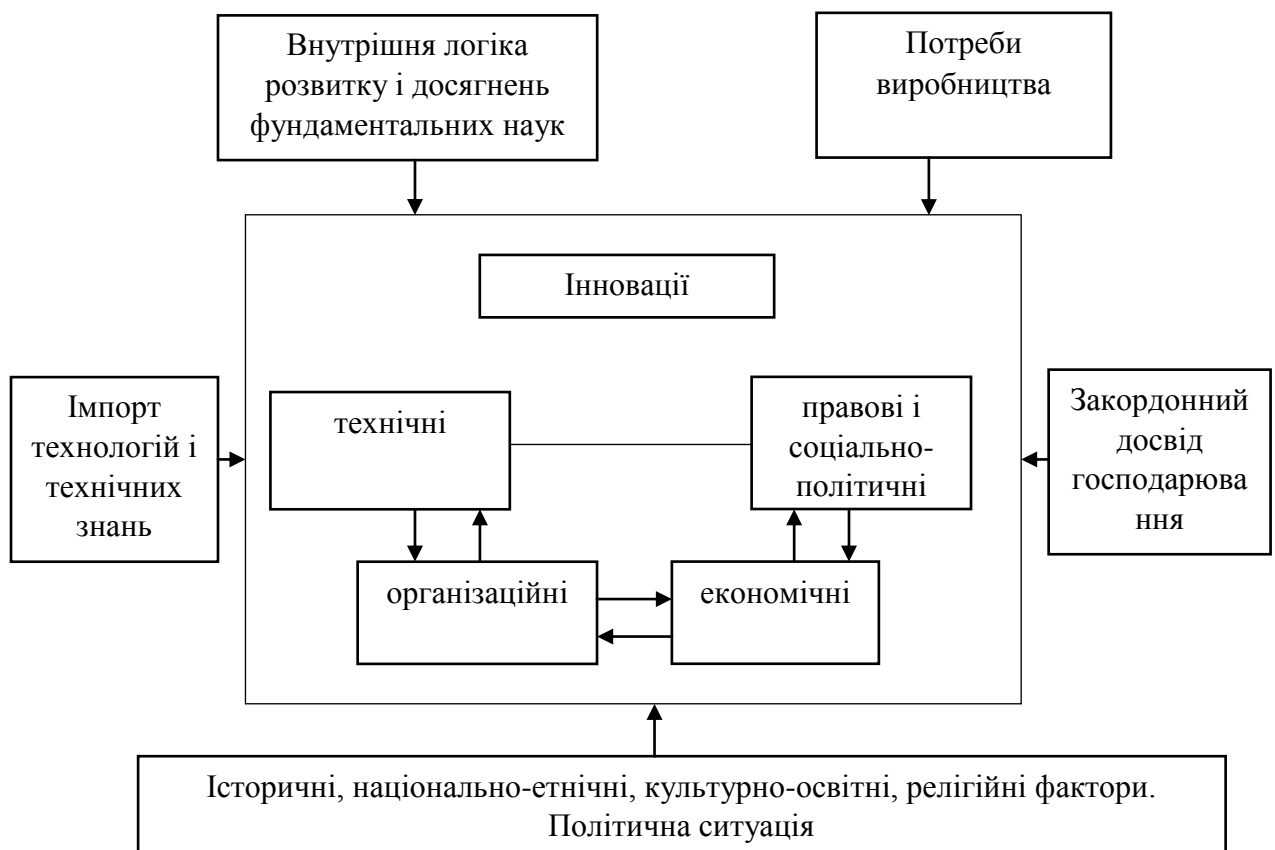


Рис. 2.3. Взаємозв'язок та джерела інноваційних процесів

До цього часу зовсім не організовано збут сільськогосподарської продукції на С(Ф)Г «НИВА». Справа в тому, що держава тепер гарантовано

закуповує лише частину товарного продовольства певного виду: зерно, картопля, овочі, м'ясо, молоко, молокопродукти, яйце, цукор, олію. Державні закупівлі цієї продукції визначаються потребами армії, лікарень, деяких спеціальних установ та розміром поповнення державних резервів. Значна частина товарної сільськогосподарської продукції повинна бути реалізована самими виробниками. Водночас, система оптової торгівлі ще не розгорнута, діють перекупники. У зв'язку з цим є доцільним розвиток системи оптових продовольчих ринків, що включає:

- 1) районні оптові ринки,
- 2) міжрайонні ринки худоби,
- 3) великі міські оптові ринки з торгівлі картоплею, плодоовочевою

продукцією, м'ясом. Увійдуть до цієї системи також:

- 4) торгові будинки,
- 5) спеціалізовані та універсальні біржі та їх асоціації, які здійснюють торгівлю зерном, олією та олійним насінням, цукром та рядом інших продуктів, у тому числі на основі ф'ючерських та форвардних операцій.

Передбачувана система оптових продовольчих ринків сільськогосподарської продукції стане основою ринкового ціноутворення, що дозволить, нарешті, припинити випрошування ціни у держави щодо встановлення дійсно ринкових цін попиту та пропозиції. Наступний елемент ринкової інфраструктури: іпотечні та земельні банки.

Іпотечний банк - кредитна установа, що видає довгострокові грошові позики під заставу нерухомого майна (землі, будівель), а також випускає заставні листи, що забезпечуються закладеною нерухомістю. Застава, що служить забезпеченням цієї позички, не передається кредитору, а залишається в руках боржника, на закладене за такою позикою майно накладається заборона продажу, передачі іншій особі.

Земельний банк - кредитна установа, що видає довгострокові грошові позики під заставу землі на тих же умовах, що і іпотечний банк. Водночас

формування статутного капіталу земельних банків проводиться за значної участі держави, особливо для умов кредитної кооперації. Сільськогосподарські товаровиробники в цьому випадку отримують право здавати свої фінансово - кредитні споживчі кооперативи, де під заставу землі, іншого майна можуть отримати позику на пільгових умовах, оскільки основним підсумком діяльності таких кооперативів є не прибуток, а підвищення ефективності виробництва в господарствах, що служать.

Одночасно з банками мають отримати розвиток розрахунково-клірингові установи, лізингові фірми, трастові компанії.

Кліринг - система безготівкових розрахунків з торговельних та інших операцій, заснована на заліку взаємних вимог та зобов'язань, у тому числі взаємних неплатежів.

Лізинг - форма оренди, пов'язана з передачею у користування машин, обладнання, транспортних та інших матеріальних засобів. Функції власності при цьому як би розщеплюються шляхом відокремлення володіння майном від його використання.

На відміну від короткострокового прокату механічних засобів до 1 року, лізингова угода відбувається у більш тривалі терміни - від 1 року до 10-15 років.

Суб'єктами лізингової угоди є 3 сторони:

- 1) підприємство, що виробляє обладнання,
- 2) орендодавець (лізингова компанія),
- 3) орендар (господарюючий суб'єкт).

Після закінчення терміну оренди матеріальних цінностей, сторона, що орендує, використовує один з трьох варіантів:

- 1) або повністю повертає їх лізингової компанії,
- 2) або продовжує договір на новий термін на пільгових умовах,
- 3) або викупує майно за залишковою вартістю,

Траст - передача довірче управління своїх фінансових ресурсів, пакету акцій, майна.

Загалом, розвиток ринкової інфраструктури призведе до зближення та взаємопроникнення капіталів III та II сфер агропромислового комплексу, що сприятливо позначиться на процесі демонополізації, розвитку конкуренції, пожвавленні виробництва сільськогосподарської продукції та зниженні роздрібних цін на продукти харчування.

Таким чином, основні напрями реструктуризації в галузях агропромислового комплексу, як складова частина аграрної реформи, безумовно, сприятимуть їх інноваційному розвитку, підвищенню ефективності та більш повному задоволенню потреб суспільства.

2.3. Оцінка новизни технічних рішень

Інноваційна сфера безперервно збагачується новими результатами фундаментальних, пошукових та прикладних розробок, які є інтелектуальною власністю та потребують правового захисту. Сюди, наприклад, відносяться різні види технологій, у тому числі інформатика, програмне забезпечення, штучний інтелект, телекомунікації, біотехнологія, мікроелектронні компоненти, гнучкі магістралі для перекачування рідин тощо.

Роль людини в інноваційному процесі, як і роль самого процесу та творчості у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності виробництва усвідомлені ще не до кінця.

Очевидно, однак, що об'єктом управління має бути людина, оскільки і творчість, і інновація є формою прояву та реалізації іманентних йому здібностей і сил виявити закладені в людині потенції створювати і творити. Забезпечити сприятливі умови для їх розвитку та функціонування – завдання ефективного управління.

Звичайно, потенціал не слід ототожнювати з реальним ефектом, бо він ототожнює лише величину очікуваного середньорічного ефекту від використання технічного рішення (пропозиції). У практиці зазвичай він

ніколи не реалізується цілком, бо завжди присутні «хвороби дитинства» і «хвороби віку» будь-якого творчого рішення. Якої б досконалої конструкції техніка не зустрічалася і вступала в процес виробництва, при її вживанні на практиці виявляються недоліки.

На жаль, коефіцієнт використання творчого потенціалу С(Ф)Г «НИВА» як ніколи низький. Наприклад, для винаходів він надзвичайно малий і становить лише один відсоток. Приблизно така ж картина і з дослідно-конструкторськими роботами, в яких використовуються винаходи.

Комплексна оцінка розробки технічного рішення з урахуванням рангів (Р) визначається як добуток коефіцієнтів потенційного рівня (П) і коефіцієнта достовірності (Д) і (Т-творчого рівня винаходу) звідси і назва «ПТД методики». Показник ПТД відноситься до величини національного доходу країни і на одного працівника, що бере участь у виробництві (близько 5 млн. грн / рік). Це потенціал, створюваний працею середнього працівника, творчий рівень якого близький до одиниці. Він визначається розподілом річного національного доходу країни на загальну кількість працівників, зайнятих у виробництві. Таким чином, величина рангу показує, у скільки разів ефективність творчої роботи (винахідництва) вища за ефективність звичайної праці. Для розрахунку рангу винаходу може бути використана така формула:

$$P = (\lg n \times T - 3.7) \times D \quad (2.1)$$

Цікаво відзначити, що реальні значення рангу укладаються в звичайну шкалу балів від 1 до 5, а особливо ефективні - до 10. Причому 95-98 відсотків всіх винаходів укладаються в шкалу від 1 до 5, а лише 2-5 відсотків входять до «Золотий фонд» нашої техніки. На це вказує і практика застосування винаходів. Зазвичай промисловість цікавить нехай невелика, проте швидка віддача.

Оцінка цінності винаходу, проводиться через сукупність 3-х складових: потенційного ефекту на сьогоднішній день, його перспективності (що може дати в майбутньому) та ступінь достовірності цих оцінок.

Потенційний ефект (потенціал - П) являє собою величину повного (по країні) середньорічного економічного ефекту від використання пропозиції.

Потенційний ефект П визначатиметься за формулою:

$$Пз = А (0.85 Цб \times Пк - Цл), \quad (2.2)$$

де А – річний обсяг випуску продукції за допомогою нової техніки у розрахунковому році;

Цб, Цл - оптова ціна базового виробу та лімітна ціна нової продукції відповідно.

Щоправда, економічний ефект не враховує соціальні «додатки» до ефекту, і перспективність технічного рішення. Перспективність технічного рішення показує оцінку значущості, що можна визначити через показник «творчий рівень». Терміни «оригінальність», «творчість», у патентознавстві та спеціальній літературі широко використовуються, але якісної, тобто визнаної оцінки творчого рівня немає.

Пропонується визначати творчий рівень винаходу через 3 -компоненти: стійкість (Т) тобто, стабільність при відтворенні, з очевидністю (Т нов.) і не очевидністю технічного рішення (Т неоч.) на основі наступної формули:

$$Т = Тнов. \times Т неоч. \times Туст. \quad (2.3)$$

Розкриємо значення вказаних компонентів. Стійкість технічного рішення (винаходу) часу залежить від виграшу, яке воно дає в порівнянні з іншими рішеннями. Цей виграш враховано у потенціалі. А найвищу стійкість гарантують системи з найменшим числом елементів (ознаки) під час виконання заданих функцій. Крім того, чим стійкіша система, тим перспективніший винахід, тому що під стійкістю системи зазвичай розуміється здатність системи підтримувати робочий стан (збереження структури винаходу) при різних зовнішніх впливах (у процесі затвердження, впровадження, використання).

Стійкість технічного рішення (винаходу) можна визначати кількісно або через оцінку функцій, ознак і властивостей, що захищаються даним рішенням, кількістю елементів, що їм реалізують можливість багаторазового

повторення і застосування в різних сферах, або через мінімізацію кількості слів (К сл.), використуваних для опису технічного рішення (винаходів, патентів), так звану формулу патентів, винаходу.

Перший підхід вирішення проблеми складний у теоретичному та практичному плані, другий же вирішується на основі опису формул винаходів та патентів, що публікуються у відповідних номерах бюлетенів.

Виділяють ще одну ознаку творчості, це неочевидність технічного рішення. Неочевидність технічного рішення може розглядатися або як різниця між актуальністю і рутинністю процесу, або як різниця між можливістю (при потребі) і реальністю (суб'єктивний процес), причому, в тому і в іншому випадку рівень неочевидності технічного рішення розглядається як процес створення функції (досягнення мети) у тимчасовій та ресурсній площинах.

Описаний метод ранжування винаходів за МТМ-методикою має такі переваги:

- дозволяє більш конкретно розраховувати технічний рівень нової техніки з урахуванням кількості винаходів, їх місця у функціональній схемі об'єкта, їх рівень старіння в часі;
- дозволяє проводити ранжування і порівняння винаходів як уже існуючих, так ще й створюваних, що має велике як економічне, так і виховне значення, тобто враховує перспективність;
- рангові дані стали основною розробленою методикою оцінки винахідницької діяльності на основі єдиного критерію ефективності - винахідницької діяльності;
- можливість складання таблиці, ранжування, системи преміювання підприємств (на основі виставлення відповідного балу) за результати роботи з впровадження нової техніки на єдиній методичній основі Міжнародної класифікації винаходів (МКН) та їх оцінки (ранжування).

Усі системи оцінки новизни технічних рішень розглядають окремі сторони та напрями дослідження проблеми новизни. У наведеному вище

прикладі дається оцінка новизни виробу, товару продукції (економічний аспект), оцінка новизни технічних рішень на різних рівнях: місцевому, регіональному, державному. Оцінка новизни технічних рішень з урахуванням творчого та потенційного рівнів (стійкості, неочевидності, відносної класифікації новизни, потенційного ефекту) (функціональний аспект), а також оцінка новизни технічних рішень з урахуванням морального старіння технічного рішення за весь період його життя (від часу його створення до моменту реалізації), а також до моменту оцінки та зняття його (отримання нового рішення) (тимчасовий аспект).

Зважаючи на те, що тимчасовий аспект охоплює всі інші аспекти, його виконують окремо, а потім розглядають разом з іншими.

Оцінка технічного рівня розроблюваної продукції з метою підвищення її конкурентності проводиться за допомогою комплексних показників. Одним з таких показників є показановизна. Проте чітких понять «нова техніка» та методи оцінки новизни нині відсутні. Це пов'язано зі складністю та багатогранністю застосування цього показника для кожного фахівця (плановика, конструктора, технолога, товарознавця тощо) і споживача. З метою оцінки новизни об'єктів, що розглядаються, пропонується виділити 4 рівні новизни: патентно-технічний, економічний, функціонально-технічний і тимчасовий, що враховує фактор морального старіння.

Науково-технічна новизна техніки зазвичай розглядається на світовому, державному, галузевому та локальному рівні. При оцінці новизни необхідно так само з економічної точки зору визначати і розділяти такі поняття як «новий виріб», «новий товар» і «новий продукт споживання». Це пов'язано насамперед із життєвим циклом конкретних зразків технічних об'єктів. Оцінка новизни об'єкта техніки досліджується з урахуванням творчого розв'язання її параметрів, властивостей, функцій і структури, з погляду призначення та застосування об'єкта техніки, тобто, вдосконалення та створення нових споживчих властивостей (функціональний аспект). Оцінка новизни технічних рішень безумовно повинна враховувати фактор

морального старіння творчих рішень, що використовуються на новому об'єкті техніки, за весь період її життя від часу проектування об'єкта техніки до моменту оцінки та зняття його з виробництва та споживача при отриманні нового творчого рішення. Це так званий часовий аспект оцінки новизни.

Усі зазначені напрями щодо оцінки новизни технічних рішень та його втілення розглядаються більшістю авторів [2, 22] окремо, висвітлюючи ті чи інші сторони.

Проблема оцінки новизни техніки, рішень, послуг та пізнання дуже гостра. Це тим, що немає загальноприйнятого поняття новизни, немає чіткого офіційного терміну «нова техніка». На практиці при створенні техніки ступінь новизни частіше визначають за основними стадіями проектування та виготовлення окремо. Ступінь новизни при цьому визначається найчастіше за наявністю попередніх аналогів.

Проблема новизни продукції, як зазначалося, тісно пов'язані з оцінкою її складності.

Ступінь новизни визначається надлишковою інформацією, тобто, новизна характеризує ступінь зростання (прирощення) інформаційного тезауруса конкретного об'єкта. Новизна завжди характеризує рівень зростання інформаційного тезауруса суб'єкта при взаємодії з конкретним об'єктом. Якщо виробу суб'єктом є підприємство, то об'єктом його користувач (особа чи юридична особа). Потрібно завжди виділяти поняття новий виріб, новий продукт, новий продукт споживання. Розглянемо основні підходи до оцінки новизни виробу. Новизна - це ступінь новоствореного виробу від відомих за певними ознаками. Цей чинник характеризує творчий характер праці конструктора. Умовно назвемо його суб'єктивним (що відноситься до суб'єкта). Якщо розглядати цей чинник стосовно виробу, він об'єктивний. Відмітні ознаки виробів цілком об'єктивні характеристики, що не залежать від волі розробника. Відмітні ознаки виробів не можна вибирати довільно, вони визначаються реальними властивостями об'єктів. При цьому властивості об'єктів повинні бути загальними, тільки в цьому випадку можна

порівнювати вироби за новизною незалежно від їх специфічних особливостей. Загальні властивості об'єктів - це розмірність, форма, структура, функціональне призначення, однорідність процесу їх створення, інформаційний зміст та належність до результатів людської праці. З урахуванням зазначених властивостей об'єктів праці формуються рівні новизни в порядку накопичення відмітних ознак у створюваних по відношенню до відомих виробів.

Зняття копії Н 1 - повторення, оновлення, відновлення або відтворення конструктивної документації існуючого виробу шляхом перекреслення, перепису, друкування, копіювання оригіналу з повним збереженням всіх відомостей, що містяться в ньому (відмітних ознак немає).

Запозичення Н 2 - використання однієї і тієї ж конструкції для створення виробів, що відрізняються лише розмірами (масштабом) деталей за збереження їх основних геометричних форм і функціонального призначення (відмінність за розмірами).

Удосконалення конструкцій Н 3 - конструювання зі зміною геометричних форм деталей при збереженні загальної структури та функціонального призначення виробів (відмінність не тільки за розмірами, а й за формою).

Модернізація Н 4 - зміна відомої конструкції виробу з використанням у ній нових конструктивних рішень, заміною окремих механізмів і частин механізмами та частинами, що застосовуються в інших виробках (відмінність не тільки за розмірами та формою, а й за структурою).

Створення оригінальних конструкцій Н 5 - розробка конструкцій самостійного функціонального призначення шляхом конструктивної переробки та поєднання окремих деталей, механізмів, пристроїв, відомих по застосуванню в інших виробках лише з точки зору їх принципу роботи (відмінність не тільки за розмірами, формою, структурою, а й функціонального призначення).

Створення нових конструкцій Н 6 - розробка конструкцій невідомого

раніше принципу дії (відмінність не тільки за розмірами, формою, структурою, функціональним призначенням, а й за принципом дії).

Створення унікальних конструкцій Н 7 - розробка конструкцій, принцип дії яких заснований на відкриттях і стає в процесі НДДКР предметом самостійного дослідження (відмінність не тільки за розмірами, формою, структурою, функціональним призначенням, принципом дії, а й за якісно новим видом інформації).

Рівень новизни важлива техніко-економічна характеристика виробу, яку доцільно включати до технічного завдання необхідну вимогу для реалізації при розробці конструкції виробу. В основу розрахунку даного показника для визначення рівня новизни техніки запропоновано загальну формулу;

$$N_i - (D/K_k) \times 2 T/10 \quad (2.4)$$

де D - подорожчання нового вузла, блоку виробу (об'єкта) порівняно з базовим;

K_k - рівень якості, що показує скільки разів новий об'єкт техніки корисніше споживача проти старим (відносне підвищення якості);

T -моральний знос техніки за рік. Значення коефіцієнтів $K_{ст}$ і N_i пропонується визначати за вищевикладеними формулами.

Третій приватний кваліметричний показник $K_{ен}$ економічної новизни техніки (економічний аспект) включає оцінку рівня економічної ефективності та витрат при різних фазах життєвого циклу техніки (вироби при виробництві, товару при реалізації, продукту при використанні).

В основу розрахунку даного показника для визначення рівня економічної ефективності було запропоновано формулу:

$$K_{ен} = 1 + (E_{fi} / B) \times T \quad (2.5)$$

де E_{fi} - економічна ефективність на певному етапі життєвого циклу нової техніки;

B - витрати на створення нової техніки на певному етапі її життєвого циклу,

T-кількість етапів життєвого циклу нової техніки.

У загальному плані значення економічної ефективності за весь життєвий цикл нової техніки можуть бути розраховані за формулою:

$$E_x = nt - E_m \times K \quad (2.6)$$

де E_x - зведений госпрозрахунковий ефект виробництва від випуску та використання нової техніки в планованому році, грн.;

nt - приріст нової техніки в 1-му планованому році, грн.;

K - капітальні вкладення на заходи за планом нової техніки t -го року, грн.;

E_m - нормативний коефіцієнт ефективності. На підставі зазначеного підходу була розроблена «Карта новизни продукції, що випускається», що дозволяє визначати рівень технічних рішень, конкурентний статус виробу (економічний аспект), оцінку циклу життя виробу [26].

Отже, оцінка новизни технічних рішень в умовах селянського (фермерського) господарства «НИВА» на даний час має лише теоретичний характер. Адже, існуючі та запропоновані показники для розрахунку неможливо розрахувати через відсутність довідникової інформації. Тому, з метою відображення економічного ефекту від впровадження інновацій запропонована МТМ-методика згідно методу ранжування винаходів, яка дозволить більш конкретно розраховувати технічний рівень нової техніки з урахуванням кількості винаходів, їх місця у функціональній схемі об'єкта, їх рівень старіння в часі.

Висновки до розділу 2:

1. Оцінка виробничо-збутової діяльності сільськогосподарського (фермерського) господарства «НИВА» базувалася на дослідженні структури та складу земельних угідь, трудових ресурсів, виробничої продукції, основних засобів, а також аналізі ключових показників функціонування. Встановлено, що спеціалізація господарства полягає у вирощуванні рослин,

при цьому основними культурами є соняшник (35,4%), озима пшениця (20,3%), ріпак (16,1%) та ячмінь ярий (10,5%). Для забезпечення ефективного ведення господарської діяльності фермерському господарству необхідні трудові ресурси та сучасний машинно-тракторний парк. Останній вимагає оновлення з метою підвищення продуктивності виробництва. Господарство «НИВА» має необхідні ресурси для подальшого розвитку, що підтверджується зростанням прибутковості діяльності на 3920,8 тис. грн. протягом досліджуваних років.

2. Важливим завданням державного регулювання виступає досягнення та підтримання паритету у відносинах обміну між сільським господарством та галузями, що виробляють засоби виробництва. Виниклий диспаритет цін призвів до тяжких фінансових наслідків для більшості сільських товаровиробників. Держава так і не змогла стримати зростання цін і тарифів у таких високомонополізованих галузях як сільськогосподарське машинобудування, нафтопереробка, електроенергетика, транспорт та ін. У той же час монополісти переробники сільськогосподарської продукції досить жорстко і безконтрольно регулюють ціни на сільськогосподарську продукцію.

3. Для С(Ф)Г «НИВА» доцільно запровадити кредитування під майбутній урожай за умов ф'ючерських контрактів, укладених за договірною ціною. Таке кредитування, яке здійснюється на пільгових умовах з використанням коштів державних та місцевих бюджетів, дозволить вже на початку сезону забезпечити сільськогосподарські підприємства оборотними коштами.

4. На сьогоднішній день однією з найсерйозніших проблем С(Ф)Г «НИВА» є різке падіння інвестицій. Низька рентабельність сільськогосподарських галузей в цілому, закредитованість і постійна нестача власних оборотних коштів, а також відсутність ліквідного заставного майна роблять галузь неперспективною для капітальних вкладень і, отже, прирікають сільськогосподарські підприємства на стагнацію. У разі

недостатнього фінансування щорічно скорочуються капітальні вкладення.

5. Необхідний перехід до диференційованої політики використання державних дотацій та інвестицій з урахуванням конкретних умов та доцільності підтримки того чи іншого підприємства. Інвестиції, для формування виробничої та соціальної інфраструктури та забезпечення екологічної безпеки, слід здійснювати за рахунок коштів регіонального та державного бюджетів, залучення до фінансування довгострокових проєктів АПК лізингових компаній та інших комерційних структур, коштів населення, іноземних інвестицій та інших.

6. Виходячи з сьогоденної, важкої ситуації в АПК і розуміючи, що без допомоги не обійтись, необхідно привести в дію внутрішні резерви галузей агропромислового комплексу щодо зростання виробництва, зниження собівартості та підвищення ефективності. Одним з них виступає розвиток усіх форм кооперації та інтеграції по горизонталі та вертикалі. Залежно від суб'єктів господарювання можуть використовуватись різні форми кооперування та інтегрування.

7. Оцінку новизни технічного забезпечення слід здійснювати згідно запропонованого методу ранжування винаходів за МТМ-методикою, що дозволить більш конкретно розраховувати технічний рівень нової техніки з урахуванням кількості винаходів, їх місця у функціональній схемі об'єкта, їх рівень старіння в часі та створить можливість проводити ранжування і порівняння винаходів як уже існуючих, так ще й створюваних, що має велике як економічне, так і виховне значення, тобто враховує перспективність.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ БАЗИ АГРОПІДПРИЄМСТВА

3.1. Маркетингові методи управління нововведеннями

Маркетинг - діяльність з вивчення ринку, управління та регулювання виробництва та збуту товарів і послуг на основі інформації про кон'юнктуру ринку. Остання охоплює відомості про становище товару на ринку та зовнішні фактори: поведінку споживачів, конкуренцію, досягнення і технологічні нововведення дії уряду і законодавчі акти, засоби масової інформації, стан і прогнози розвитку економіки, рівень інфляції, динаміку витрат виробництва та інші.

Маркетинг можна розглядати як сполучну ланку між спеціалізованими виробниками продовольства та його споживачами. На рисунку 3.1 схематично представлена одна з поширених класифікацій функцій маркетингу [13].



Рис. 3.1. Класифікація функцій маркетингу

Система маркетингу включає різні потоки продукції (канали маркетингу), безліч посередників (підприємства у системі маркетингу) та різноманітні форми ділової активності (функції маркетингу). Усередині системи маркетингу приймаються мільйони рішень, що впливають на якість, асортимент і вартість продукції сільського господарства [7].

Маркетингові дослідження є основою для безпосереднього впливу на: зовнішній вигляд: ціну продукції, параметри виробництва та збуту (розмір і місце продажу, канали збуту та вид транспорту, постачальники, посередники та ін.): умови просування товару (реклама, стимулювання збуту та інші). Залежно від спрямованості розглядають три види маркетингу: промисловий; споживчий та міжнародний.

Система сільськогосподарського маркетингу включає два основні види діяльності. Один з них пов'язаний з фізичним переміщенням, зберіганням, переробкою та передачею сировини і готової продукції в міру їх руху від виробника до споживача; інший - з процесами обміну та ціноутворення у ринковій системі. Останній економічний аспект ринкової системи не завжди помітний, але аж ніяк не менш важливий, ніж фізичне переміщення товарів.

Існують два основні підходи до визначення маркетингу. Відповідно до першого, тактичний маркетинг в інноваційній сфері розуміється у вузькому сенсі, як спосіб виведення на ринок нових продуктів, які можуть бути новими для ринку (споживачів) або новими лише для конкретного підприємства, яке їх освоює (приєднуючись до «піонерів» даних продуктових інновацій в порядку горизонтальної або конгломератної диверсифікації або здійснюючи переспеціалізацію пов'язану з виходом з одного продуктового ринку і входженням на інший) ринок продуктів, капіталу, праці та технологій з метою максимізувати корисність для власників інноваційних підприємств покращити чи оздоровити фінансове становище фірми. Стратегічний інноваційний маркетинг може бути регулярним та санаційним [40].

Регулярний інноваційний маркетинг служить для підтримки конкурентоспроможності С(Ф)Г «НИВА» за допомогою постійного формування і в міру необхідності, залучення технологічного (науково-технічного) і комерційного заділів продуктових і процесних інновацій, які здатні відновити або підвищити прибутковість у разі погіршення кон'юнктури збуту (стає необхідним освоювати випуск і продаж нового продукту), або пропозиції покупних ресурсів, що стали більш дорогими

(стають необхідними ресурсозамінні технологічні процеси та обладнання).

Регулярний інноваційний маркетинг є частиною стратегічного менеджменту і органічно вписується в «концепцію діаманта» (Diamond Concept), автором якої є відомий американський економіст Майкл Портер [42]. Відповідно до цієї концепції при зростаючому ступені конкурентності ринків, на яких працює фірма, головною запорукою її конкурентоспроможності, підтримки та зміцнення фінансового стану, стає інноваційність. Вона розуміється як здатність на основі наявних власних технологій (або доступу до технологій, що купуються за ліцензіями, створюваними на замовлення) і комерційних ноу-хау у сферах збуту та постачання постійно освоювати випуск і продавати нові, що відповідають попиту продукти [3], а також освоювати нові технологічні процеси при необхідності одночасно з новим технологічним обладнанням), які спираються на пропозицію доступних і дешевих покупних ресурсів [16]. Перше дозволяє вигравати продуктову конкуренцію, друге робить можливим без втрат у прибутковості успішно брати участь у ціновій конкуренції (інноваційність підприємства, будучи ніби «ядром» діаманта, повинна при цьому бути посилена «обмежена» дотриманням деяких додаткових умов - відтворюваністю конкурентних переваг підприємства, конкурентоспроможністю суміжників постачальників комплементарних товарів і послуг, достатнім рівнем вимогливості споживачів на цільових сегментах інноваційного підприємства, постійними інституційними інноваціями у господарській поведінці підприємства.

Функції санаційного та регулярного інноваційного маркетингу однакові. Відмінність полягає в тому, що продуктові та процесні інновації тут поєднуються з так званими алокаційними інноваціями, які полягають у реорганізації інноваційних підприємств [44]. При цьому мається на увазі така реорганізація, яка передбачає перерозміщення активів та пасивів інноваційних підприємств, що веде до іншого розподілу активів між реальними та фінансовими активами, реальними матеріальними і

нематеріальними активами (можливо, з виведенням частини останніх з балансу і відповідним скороченням власного капіталу фірми), до зміни структури пасивів (зокрема, до конвертації частини заборгованості в акції, що додатково випускаються) та ін.

Для санаційного інноваційного маркетингу також характерно, що на першому місці (як більш короткострокові у своїй реалізації) виступають не продуктові інновації (що властиво регулярному інноваційному маркетингу), а міцні, що ведуть до економії найбільш дорогих покупних ресурсів, а також до зниження постійних (умовно-постійних) витрат. Як регулярний, і санаційний маркетинг у сфері інновацій передбачають прийняття фірмою рішень щодо вибору [48]:

- продукту;
- співвідношення між ступенем вертикальної інтеграції та контракції в операціях з освоєваним проектом (вибір частки власних робіт у собівартості продукту в порівнянні з питомою вагою поставок та послуг контрагентів);
- типів угод, за допомогою яких буде організовано продуктову лінію (сукупність контрактів на закупівлю ресурсів і продаж продукту), а також між ринковими та трансферними угодами та можливості їх проведення на пільгових умовах;
- способу фінансування інвестиційного проекту з освоєння випуску та продажу нового продукту.

Консервативний метод має на увазі підбір продукту за критерієм найбільшої його відповідності тим спеціальним активам (спеціальному - технологічному обладнанню, оснащенню, досвіду та навичкам персоналу, клієнтурі, запасам специфічних напівфабрикатів і компонентів), які вже має інноваційне підприємство. Це робиться для того, щоб мінімізувати як втрати при переключенні на інший продукт («бар'єри по виходу з ринку» у вигляді недоамортизації спеціальних активів, які обслуговували продукт, що раніше випускався, необхідності виплачувати податок з майна за перетворюваними

на нефункціонуючі активи, трансакційні витрати за підготовкою їх до реалізації тощо), так і капіталовкладення в освоєння нового продукту (витрати на придбання нового технологічного обладнання, виготовлення оснастки, придбання технологій тощо). Такий метод характерний для капіталомістких виробництв з підвищеною питомою вагою спеціальних малоліквідних активів, а також для інноваційних підприємств, які мають довгострокову фінансову привабливість і кредитоспроможність (на відміну від інноваційних підприємств, які, ймовірно, лише на короткий час виявилися неплатоспроможними).

Радикальний метод полягає у виборі найбільш платоспроможних споживачів з незадоволеними потребами, а не продукту як такого. У стислому викладі він зводиться до наступного простого алгоритму:

- проводиться морфологічний аналіз різних поєднань властивостей, які можуть бути у будь-яких споживачів (фізичних осіб та інституційних споживачів), на будь-яких ринках: вік, стать, соціальне положення, місце проживання (розташування), тип продукції (вид операцій, галузь), форма власності, наявні доходи, накопичення, кредитоспроможність тощо; в результаті мають бути виділені такі поєднання властивостей, за якими стоять реальні споживачі, тобто виділяються «непорожні» сегменти ринку;

- серед виділених сегментів ринку (з невисоким рівнем конкуренції, нетрадиційних, з досить неочевидними поєднаннями сегментоутворювальних властивостей) визначаються ті, на яких сукупна платоспроможність найбільш висока і має тенденцію до зростання (при цьому фізичні особи спираються на статистичні та соціологічні дані, по інноваційним підприємствам на відомості про їх фінансовий стан, на динаміку курсової вартості їх акцій, на прогноз кон'юнктури по галузях);

- стосовно цих найперспективніших груп споживачів виявляються їх специфічні (бажано, нещодавно проявилися і навіть прогнозовані) незадоволені потреби;

- визначаються, які продукти можуть задовольняти подібні потреби;
- з-поміж цих продуктів вибирається той продукт, для освоєння якого інноваційним підприємствам потрібно зробити найменші капіталовкладення (з урахуванням компенсації втрат від недовикористання наявних спеціальних активів) за найкоротшого терміну їх окупності.

Очевидно, що таким чином вибиратимуться, як правило, найбільш фінансово ефективні продуктові проєкти, які, однак, будуть потрібні у високих стартових інвестиціях. На перший погляд, вони можуть здатися нереальними для інноваційних підприємств. Даний метод вибору продукту передбачає, що способи профінансувати високі стартові інвестиції за рахунок залучених і позикових коштів можуть бути знайдені шляхом запрошення інвесторів і кредиторів до участі в очікуваних прибутках. Однак майбутні прибутки, що залишаються, невеликі у відсотковому відношенні, за своєю абсолютною величиною забезпечать ініціатору відповідного продуктового проєкту цілком задовільну доходність з вкладень власного капіталу.

Радикальний метод вибору продукту особливо характерний для більш динамічного дрібного і середнього бізнесу. У той же час цей метод реальний і для більших інноваційних підприємств, включаючи навіть ті, що потребують фінансової санації. В останньому випадку рекомендується засновувати або «відбрунькувати» для випуску радикально обраного нового продукту суворо спеціалізовані однопродуктові інноваційні підприємства і залучати туди венчурний капітал, готовий задля участі в прибутках на втрату контрольного пакета в цих дочірніх фірмах [41].

Вибір між вертикальною інтегрованістю інноваційних підприємств і контрактацією здійснюється з урахуванням аналізу їх позитивних і негативних сторін стосовно освоюваного нового продукту.

Позитивними сторонами вертикальної інтегрованості (збільшення частки власних робіт із продуктом) є:

- незалежність від сторонніх постачальників (контрагентів) та

менша величина контрактних ризиків;

- відсутність необхідності вигідних замовлень або запрошення до спільної діяльності задля залучення монопольних постачальників специфічних-комплектуючих виробів та напівфабрикатів до освоєння нових фінальних продуктів, які вимагають оновлення комплектації та вихідних матеріалів;

- мінімізація трансакційних витрат при підготовці контрактів на придбання покупних ресурсів, моніторингу за їх дотриманням, а також за судово-арбітражного захисту своїх контрактних прав;

- можливість зменшувати собівартість товару, оплачуючи лише фактичні витрати власних підрозділів чи структурних одиниць (при цьому максимізуючи ступінь використання власних потужностей), а не фінансуючи всю вартість замовлення при його розміщенні на стороні; високий ступінь підконтрольності процесу випуску продукту.

Негативними сторонами завищеної вертикальної інтегрованості операцій з продуктом, що освоюється, однак, здатні виявитися:

- необхідність придбання або створення власними силами технологій по всіх інтегрованих в інноваційному підприємстві переділах продукту та випуску його комплектації;

- ймовірний менш високий рівень якості та економічності операцій, на яких інноваційне підприємство раніше не спеціалізувалося;

- поява ефектів «забюрократизованості» в управлінні виробничою системою, що розрісся;

- ризик некупності інвестицій, зроблених у більш дорогі потужності, здатні забезпечити більший обсяг власних робіт з випуску продукту, якщо відсутня впевненість у сприятливій кон'юнктурі щодо нього протягом досить тривалого часу.

Позитивними сторонами контрактації при організації випуску та продажу продукту є:

- можливість спертися на більш якісні і, ймовірно, дешеві (з

розрахунку на цю якість) поставки спеціалізованих постачальників (якщо вони спеціалізовані і дійсно мають підвищену частку спеціального обладнання, оснащення, спеціальне ноу-хау, навчених працівників тощо);

- інноваційне підприємство зберігає гнучкість при ймовірному в майбутньому переключенні на інші продукти, тому що відпадає необхідність обзаводитися власними матеріальними спеціальними активами і нести ризик втрат від їх недовикористання у разі дуже швидкої зміни продукту;

- для початку випуску освоюваного продукту потреби виявляються значно менші стартові інвестиції, що виключають організацію власних потужностей по всьому технологічному циклу випуску продукції;

- значні обороти та прибутки інноваційного підприємства досягаються при значно меншому розмірі більш керованого інноваційного підприємства.

Негативні сторони контрактації:

- зростаюча сума контрактних ризиків;
- високі трансакційні витрати;
- ймовірність того, що при вимушеній зміні продукту, що втратив попит або став не вигідним, перешкодою стануть раніше укладені довгострокові договори на придбання покупних ресурсів (у тому числі трудові контракти з працівниками, які не мають кваліфікації та досвіду по операціях з іншим, більш вигідним продуктом);

- в умовах підвищеної інфляції зростає небезпека випередження зростання цін на покупні ресурси над можливостями інноваційного підприємства підтримувати обсяг продажів продукту, що випускається, якщо ціни на нього будуть підвищуватися темпами, аналогічними зростанню цін на покупні ресурси [4].

Вибір між ринковим і трансферним типами угод щодо освоюваного продукту означає, що С(Ф)Г «НИВА» має вирішити, що йому вигідніше: купувати ресурси і продавати продукт за ринковими цінами, або, якщо ринкові ціни закупівлі занадто високі (а ринкова ціна реалізації продукту

дуже низька), витратити відомі кошти на придбання впливу у постачальників і покупців, щоб домогтися контрактів з ними за більш сприятливими цінами, щодо постачання ресурсами цей вибір може бути сформульований інакше.

Наприклад, що краще: купувати ресурси чи купувати у постачальників ресурсів (пакети акцій чи паї в них)? Так само з приводу продажу продукту: продавати тільки товар або продавати покупцям і частку своїх акцій (наприклад, знову випускаються)?

Вирішити проблему можна, порівнюючи величини капіталізованої вартості очікуваних цінових пільг (з розрахунку на рік) з вартістю необхідних для досягнення цих пільг пакетів акцій (паїв) у капіталі постачальників або з величиною цінових пільг за своїми акціями, які треба буде надати покупцям продукту, щоб їм можна було продавати продукт за вищими цінами. Якщо можливі капіталізовані цінові пільги по операціях з продуктом і ресурсами для нього виявляться більше, ніж капітальні витрати або втрати у зв'язку із зазначеними угодами на фондовому ринку, то орієнтація на трансферні угоди на ринках ресурсів і продукту більш переважні, ніж звичайні ринкові, і навпаки.

Можна виділити три основні показники функцій маркетингу. Насамперед, ці функції впливають як на витрати з маркетингу продовольства, а й на цінність продуктів споживачам. Функції переробки, транспортування та зберігання забезпечують потреби покупця щодо форми, місця та часу придбання товару. Функції обміну та забезпечення ринку «змазують» ринковий механізм і роблять це з меншими витратами, ніж якби за ці функції взялися самі фермери чи споживачі. Оцінювати функції маркетингу, слід як за витрати, які пов'язані з реалізацією цих функцій, і вигоди, які можна отримати у результаті реалізації. Додану вартість від тієї чи іншої функції маркетингу завжди слід порівнювати з витратами на реалізацію цієї функції.

По-друге, хоча у багатьох випадках можна «відбутися без посередника», неможливо позбутися функції маркетингу. Зазвичай виняток

посередника з ланцюжка маркетингу означає передачу функції маркетингу (разом із пов'язаними з нею витратами) іншій особі. Наприклад, фермери можуть обійтися без послуг брокерів, якщо візьмуть на себе функції зберігання, продажу та транспортування продукції. Група споживачів продуктів може обійтися без магазину роздрібної торгівлі, якщо закуповуватиме порівняно великі партії продуктів через оптову торгівлю. Однак, у цьому випадку споживачі повинні взяти на себе частину функцій, які зазвичай виконуються роздрібною торгівлею: зберігання, стандартизацію і певною мірою транспортування. В результаті витрати на реалізацію функції маркетингу можуть бути знижені, проте сама функція не може бути виключена з процесу маркетингу.

По-третє, окремі функції в системі маркетингу можуть виконуватися будь-якими особами або організаціями. Класифікація посередників за напрямом правління діяльності у системі маркетингу продовольства наведено на рис. 3.2 [49].



Рис. 3.2. Класифікація учасників системи маркетингу

Можна уявити ситуацію, коли всі функції маркетингу виконуються одним і тим же підприємством, що повністю контролює потік продукції від ферми до прилавка. З іншого боку, є вузькоспеціалізовані підприємства, такі як залізничний транспорт, брокери або спекулятори на зерновій біржі, які виконують лише одну функцію маркетингу. Зерно можна безпосередньо після збирання відвантажити з ферми і відправити в місто, але його можна зберігати на фермі і відправити на ринок пізніше. Існують комбінації, що склалися, виконання функцій маркетингу: переробники зазвичай поєднують функції зберігання, переробки та транспортування, у той час як багато фермерів розглядають зберігання як невід'ємну частину фермерської діяльності. Але загалом у системі маркетингу спостерігається велика різноманітність спеціалізованих підприємств.

Інноваційний маркетинг може стати предметом не тільки просування на ринок нових продуктів або додаткової кількості колишнього продукту, яке може бути випущено при використанні більш виробничих технологій, але й просування на ринок найновіших технологій, маючи на увазі в першу чергу продаж ліцензій на винаходи та ноу-хау, закладені в новий продукт або в технологічний процес, а також обладнання для його виготовлення.

Крім продажу зазначених ліцензій, на яку у світі припадає близько 80 % усіх технологій («технологічних трансферів»), нові технології можуть продаватися, наприклад, у формі: відрядження на поворотній основі працівників-носіїв відповідного ноу-хау; виконання з використанням наявного науково-технічного доробку замовлень на підрядні наукові дослідження та розробки (дослідно-конструкторські та проектно-технологічні); надання інжинірингово-консультаційних послуг; продажу освітніх послуг, що мають на увазі навчання персоналу замовника (або самого замовника) знанням і навичкам, що втілюють нові технології; допущення представників покупців нової технології до стажування на діючих виробництвах, що реалізують цю нову технологію.

Для формування ринку науково-технічної продукції важливе значення

має впроваджувальна діяльність, як сполучна ланка між наукою та виробництвом.

Для формування ринку науково-технічної продукції важливе значення має впроваджувальна діяльність, як сполучна ланка між наукою та виробництвом. Виробниками (власниками) наукової продукції, як зазначає Чайковська І.І. [43], у сформованих умовах є науково-дослідні установи, науково-виробничі об'єднання, дослідні станції, вищі та середні сільськогосподарські навчальні заклади (їх навчені відділи та сектори), наукові кооперативи, асоціації, проектно-конструкторські бюро та інші установи, провідні наукові дослідження, які займаються виробництвом наукової продукції.

У представленій моделі (рис. 3.3) на полярних сторонах знаходяться виробник (власник) науково-технічної продукції та її споживач, як останній органи управління АПК усіх рівнів (від центрального до районного), сільськогосподарські, та інші підприємства, інтегровані формування різних типів, і навіть різні обслуговуючі підприємства міста і безпосередні працівники всієї сфери, як об'єднані в окремі групи, і працюють індивідуально (фермери, власники яечних підсобних господарств, члени садівницьких товариств). Проте цим переліком споживач наукової продукції не обмежується. Значною мірою науково-технічна продукція споживається у сфері самої науки, і, зокрема, проектно-конструкторськими бюро, проектними інститутами, навчальними установами. Структура споживачів наукової продукції постійно змінюється. Якщо раніше науково-технічна продукція користувалася попитом в основному у фахівців органів управління, підприємств та організацій, то поступово цей попит поширюється на безпосередніх працівників: агрономів, тваринників, орендарів, фермерів. А це дуже важливо і до певної міри змінює вимоги до характеру наукової продукції. Вона повинна бути більш простою, дохідливою, що гарантує отримання позитивного економічного ефекту.

Маркетинг нових технологій, однак, зводиться до маркетингу

продукції, яка може бути випущена з їх використанням. Так, найкращим способом переконати потенційного покупця ліцензії на нову технологію, придбати її є проведення маркетингового дослідження попиту на продукт за цією технологією та надання позитивних документованих результатів такого дослідження покупцю технології.

Дослідження ринку має два завдання. Насамперед це прогнозування обсягу та ціни реалізації продукції. Така інформація знадобиться для аналізу потенційної рентабельності та руху готівки. Друге завдання - збір інформації про потенційних покупців та конкурентів, яка допоможе розробити стратегію маркетингу.



Рис. 3.3. Модель ринку науково-технічної продукції

При дослідженні ринку слід отримати відповіді різноманітні питання, наприклад:

- Який загальний розмір ринку даної продукції (або послуг) у конкретній місцевості?
- Скільки конкурентів на цьому ринку? У чому полягають їхні сильні та слабкі сторони? На покупця якого типу вони орієнтуються?
- Які ціни передбачається отримати за продукцію даної якості?
- Які тенденції у розвитку споживання, конкуренції та ціноутворення?
- Які показники покупців даного товару (або послуги)? Їхній вік? Рівень прибутків? Спосіб життя? Чого вони хочуть? Як можна досягти кращих результатів у задоволенні запитів покупців порівняно з конкурентами? Яку частину чи частку спільного ринку можна сподіватися зайняти?

Слід підкреслити, що дослідження ринку не закінчується на стадії розробки нової ідеї, а має носити систематичний характер. Звичайно, при цьому можливе навмисне перебільшення очікуваного попиту на даний продукт з метою забезпечити продаж ліцензії, якщо її оплата передбачається у вигляді паушальних (одноразових, не залежних від обсягу продажу продукту за ліцензією) платежів. Такого не станеться, якщо оплата ліцензії здійснюватиметься за допомогою регулярних (протягом тривалого, до 5-7 років) платежів типу «роялті», які визначаються залежно від обсягу продажу ліцензійної продукції.

Маркетинг нових технологій передбачає також готовність надавати послуги з освоєння нововведення, що заявляється і підтверджується власним досвідом раніше освоєного виробництва (у ліцензіях на винаходи та ноу-хау послуги з монтажу, налагодження та пуску технологічного обладнання, а також по комплектації готового високотехнологічного, що випускається) продукту. При використанні платежів типу «роялті» характерним є і надання послуг збутової мережі.

У висновку слід сказати, що нові технології, що служать предметом маркетингу, можуть бути як профільними (для інноваційних підприємств, не здатних мобілізувати достатні інвестиції для заняття всіх потенційних для нової промислової продукції ринків і тому що допускають для себе виняткових, з поділом ринків, ліцензій на нові технології), так і побічними (у цьому випадку можливий продаж простих, без будь-яких взаємних обмежень, або повних, зі збереженням лише права на використання технології в подальших своїх розробках, ліцензій).

3.2. Перспективні форми реалізації підприємницького та трудового потенціалу

Дослідження співвідношення форм господарювання та форм підприємництва показує, що перші можна розглядати як ціле, а другі як складову частину даного цілого. Форми підприємництва, з цієї точки зору, можуть бути віднесені до ефективних форм господарювання, які в умовах ринку за рахунок саморегульованих структур і систем управління забезпечують найбільшу мотивацію праці, задоволення платоспроможного попиту споживачів у своїх товарах та максимальний соціально-економічний ефект.

За своєю суттю підприємництво пов'язане з економічною реалізацією власності під час ринкового господарювання. Шумпетер Й. [46] вважав, що суть підприємництва полягає в поєднанні на нових початках різних видів ресурсів і здійсненні постійного реформування виробничих, управлінських, технологічних рішень у комбінаціях і варіантах, що швидко змінюються. Він писав, що «...підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією нової суспільної формації, для підприємництва особливе значення має особливий стан господарсько-політичного середовища. Середовище визначає як способи використання можливостей «нових» комбінацій, а й основні типи «мотивації підприємницької діяльності».

Дослідником визначено сутність підприємництва, закладену якраз в основі землеробської праці, що характеризується своєю природною особливістю. На його думку, вона проявляється в технології землеробської праці, при вирощуванні зерна, яке потім перетворюється на хліб працею пекаря і перерозподіляється на стіл споживача продавцем. Причому невидимим регулятором, скільки і за якою ціною продавати хліб, як кінцевий продукт виробництва хлібороба – є попит, який регулює величину вирощування зерна землеробом.

Подібний підхід він ґрунтує на пануванні приватної власності, поділ праці та вільної конкуренції. При цьому в суспільну психологію розуміння підприємництва привноситься революційна новизна, що позначає його як процес творчого вирішення протиріч виробництва [51].

Серед вітчизняних дослідників підприємництва багато положень західних теорій знаходять розуміння та підтримку. Однак, при цьому вони намагаються висловити власну думку. Так, Невмержицький В.М. стверджує, що «підприємництво є економічна форма реалізації власності та господарської діяльності, носієм якої є власник, який має права володіння, користування та розпорядження» [29].

Ніколаєв А.Б. уточнює, що підприємництво є єдність власності, праці та управління. Так, в праці автора дається узагальнююче формулювання: «підприємництво - це ініціативна, самостійна господарська діяльність, пов'язана з ризиком створення нових комбінацій у процесі виробництва, впровадження нових технологій і методів організації трудового процесу, використанням винаходів і нових джерел сировини і об'єктивно спрямована на задоволення прибуткового попиту підприємця та попиту споживачів» [30].

Підприємництво тісно пов'язане з підприємливістю як власністю особистості, вищим проявом ініціативи, спрямованої на досягнення певного результату.

Підприємливість є тип економічної поведінки особистості, пов'язаної з ризиком, пошуком нетрадиційних рішень у розвитку виробництва, що

забезпечують його вихід на якісно новий рівень. У США, наприклад, вважається, що психологічно перевагу підприємницької діяльності віддають приблизно 5-7% працездатного населення, а 30% припиняють її, не досягнувши поставленої мети. Результат господарювання виражає взаємодію підприємливості та підприємництва та отримує узагальнене вираження у прибутковості.

Економічна сутність підприємництва представляє сукупність відносин господарювання, що викликається суспільними потребами і спрямовану на задоволення інтересів споживачів, що містить у собі новаторство, свободу форм і способів виробництва, ризик під свою відповідальність, інноваційність у комбінаціях з'єднаннях різних видів ресурсів, здатність і вміння приймати творчі рішення в виробничій ситуації, що швидко змінюється, заради отримання прибутку.

Сутність підприємництва як особливого типу господарювання полягає в оптимізації виробництва та присвоєння прибутку, його ефективного використання для накопичення та споживання. Підприємництво відрізняється від звичайного господарювання тим, що це, по-перше, організація та управління відтворенням власності як матеріально-речовинного змісту та економічних відносин, а, по-друге, діяльність зі створення споживчих цін для продажу з метою отримання прибутку як основного мотиву. Тому суб'єктами підприємництва стосовно власності можуть бути: підприємець-власник; підприємець-менеджер (керуючий), який діє від імені та за дорученням власника; підприємець, який діє на договірних, орендних засадах, тобто, використовує чужу власність.

За своєю сутністю підприємницька діяльність можлива на різних рівнях економіки, а саме: а) на рівні основного товаровиробника суб'єкта господарювання; б) лише на рівні групи підприємств, їх спілок, корпорацій; в) на рівні окремого регіону; г) у державному масштабі: д) на міжнародному (світовому) рівні.

Тим часом, незважаючи на таке різноманіття здійснення даної

діяльності її основні форми на низовому рівні можуть бути представлені, на наш погляд, у вигляді, по-перше, індивідуально-приватного, по-друге, загального і, по-третє, змішаного підприємництва (рис. 3.4).

Приватне підприємництво в АПК, як і в усій економіці, на основі - трудової та нетрудової приватної власності, коли окремі особи ставляться до умов та результатів виробництва як особисто своїм.

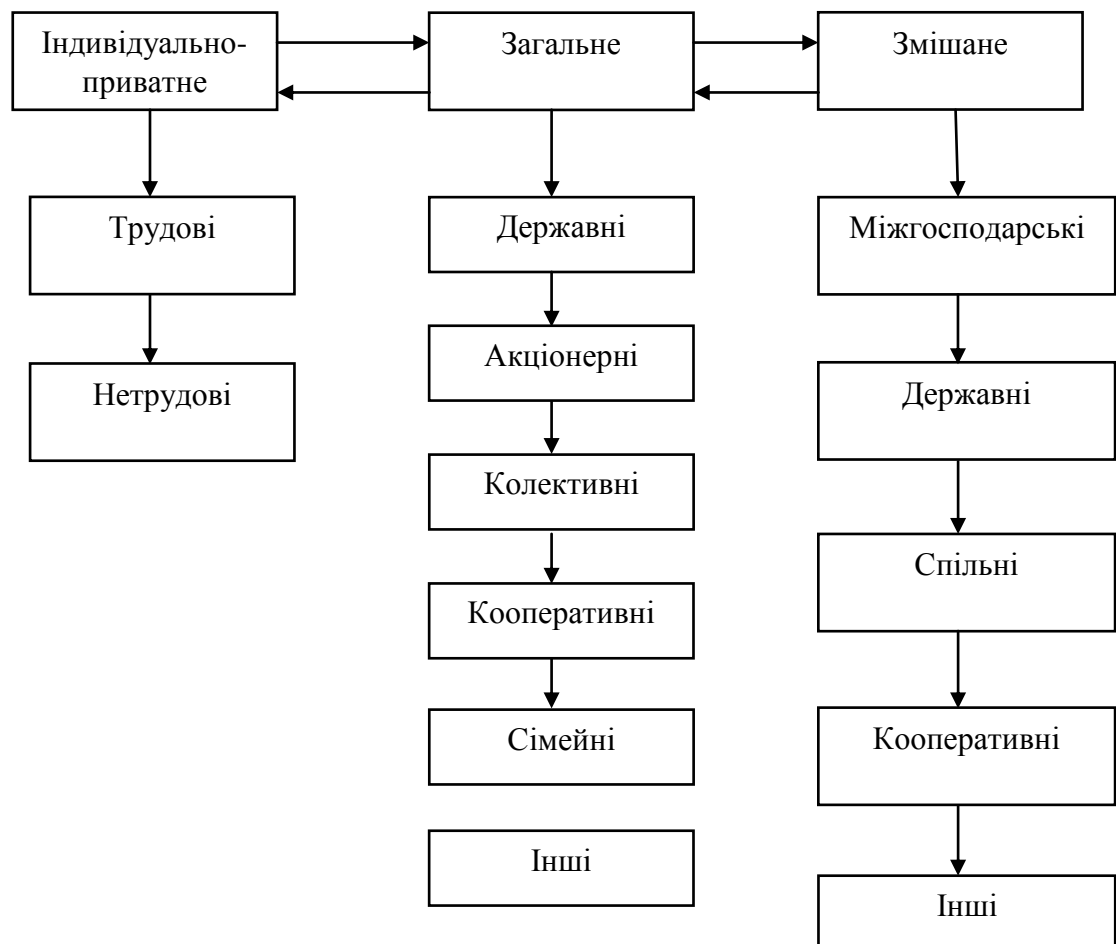


Рис. 3.4. Різноманітність підприємств АПК

Перший вид приватного підприємництва, або трудове підприємництво - це така діяльність підприємця, яка здійснюється особисто їм на основі своєї власності і яка присвоює отримані результати. Завдяки даному виду підприємництва забезпечується певна свобода громадян, які займаються ним і перебувають поза будь-якими формами придушення та поневолення. Саме таке становище займали у минулому деякі верстви селян-фермерів. В даний час більшість серед селянських (фермерських) господарств країни належить

саме до таких представників індивідуально-трудової діяльності та членів їх сімей.

Другий вид приватного підприємництва, або підприємство із застосуванням найманої праці - це така діяльність підприємця, яка здійснюється із застосуванням постійної або тимчасово залученої праці та безоплатного присвоєння частини її результатів. Прикладом такого виду підприємництва АПК є селянське (фермерське) господарство, в якому застосовується наймана праця.

При здійсненні приватного підприємництва можливі два варіанти: а) коли власник умов і результатів виробництва та підприємець збігається в одній особі; б) коли підприємство (як функція господарювання) відокремлюється від власності (відокремлюється як її економічна реалізація), передаються іншій особі на договірних умовах на визначений термін. В обох випадках підприємець (власник або тільки господарюючий суб'єкт) несе повну відповідальність за збереження майна, підсумки господарювання, має повну економічну свободу і особисто зацікавлений у максимізації прибутку. Ось чому приватна власність адекватна підприємницькому типу господарювання.

Загальне підприємство в АПК, також як і в інших сферах економіки, має місце тоді, коли його здійснює ряд підприємців, що об'єдналися, або хтось від їх імені на основі загальної власності, до якої вони ставляться як спільно і нероздільно їм належить. В даному випадку встановлюються певні єдині та рівні для всіх підприємців або їхніх представників правила щодо головних умов та результату спільної діяльності. Об'єктивною основою становлення спільного підприємства є спільна власність, що розвинулися, в ході становлення сімейного, а потім узагальненого виробництва.

Загальне підприємство, може виявлятися у вигляді державного, акціонерного, колективного, кооперативного, сімейного та інші і характеризуються багатьма однаковими рисами. На наш погляд, відмінності між ними визначаються відповідними формою та видом власності, на основі

яких загальне та громадське підприємництво розрізняються.

У свою чергу, кожен вид загального підприємництва в АПК може проявлятися по-різному. Так, державне підприємництво, його суб'єктом виступають центральні, регіональні та місцеві органи влади, їх керівники та відповідальні працівники, на практиці проявляється:

а) як діяльність тих чи інших державних підприємств, їх керівників, спрямована на максимізацію прибутку шляхом технічного вдосконалення виробництва, підвищення якості продукції, ресурсозбереження тощо;

б) як підприємництво, пов'язане з виконанням державних цільових науково-технічних та інших програм, що вимагають великих бюджетних інвестицій, держзамовлень, закупівель товарів;

в) як державна діяльність у позаринковому секторі АПК спрямована на підвищення його економічної та соціальної активності. Йдеться про держзамовлення та закупівлі обладнання, інших матеріально-технічних засобів та споживчих товарів для охорони здоров'я, освіти та науки, соціального забезпечення захисту незаможних верств населення.

Коллективне підприємництво в АПК базується на колективній (пайовій), асоціативній, а також кооперативній власності. Наприклад, у ході реорганізації колишніх колгоспів кожен їх працівник отримав іменну частку (пай) вартості майна господарства у вигляді персонального сертифікату. Останній є документом, який свідчить, що його власник стає суб'єктом колективного підприємства. Ця частка як би «заморожується», або інакше кажучи, на його основі виникає суспільство закритого типу з обмеженою відповідальністю або товариство. Підприємницькі функції в такому товаристві покладаються в основному на їхніх керівників, хоча кожен працівник зацікавлений у збільшенні прибутку, оскільки отримує частину його у формі дивіденду відповідно до його майнової частки (паю). У разі банкрутства зазначеного підприємства кожен працівник несе відповідальність у межах належної йому (паю).

Змішане товариство в АПК розвивається на основі змішаної власності,

що означає різне поєднання загального і приватного привласнення, наприклад, державно-кооперативного або приватно -державного та ін.

Одним із видів змішаного підприємництва є функціонування об'єднання, як корпорації. Корпоративне підприємство засноване на акціонерній власності, що становить основу різних суб'єктів-власників: державні органи, кооперативи, громадян чи інші юридичні (фізичні) особи із метою одержання прибутку. Корпорація по суті є колективне володіння підприємством на основі пайової участі кожного власника акції у розпорядженні майном та отриманні частини прибутку.

В умовах ринкових відносин освоїти будь-яке нововведення в цілому по АПК в даний час практично неможливо. Доцільною є так звана точкова технологія інноваційної діяльності: на конкретних територіях концентрувати нововведення, створювати «точки зростання» бази апробації нових технологій. Як такі інноваційні полігони можуть виступати агротехнопарки, агротехнополіси, агрофірми та інші, де повною мірою можна використовувати ідеї та результати наукових досліджень у галузі виробництва екологічно чистих продуктів харчування. Відмінна риса таких інноваційних проєктів впливає з сутності поняття інноваційного процесу: поява розробки, досвідчено-експериментальна перевірка, впровадження, поширення нововведень.

Агротехнополіси створюються з метою освоєння науково-технічної продукції, отриманої в ході реалізації державних та галузевих науково-технічних програм [5, 8].

Перед агротехнополісами ставиться завдання освоєння у виробничих умовах та подальшого використання одержаних результатів від впровадження в господарствах та підприємствах АПК комплексних екологічно безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій виробництва, зберігання, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, що базуються на нових методах та прийомах господарювання.

Агротехнополіси це територіальні, виробничі формування, які

включають:

- соціальну інфраструктуру (житлові будівлі, об'єкти соціально-культурного побуту, медичні установи, школи та інші навчальні заклади, спортивні об'єкти, культури тощо);
- адміністрацію регіонів, де планується освоєння інноваційного проєкту;
- сільськогосподарські та інші підприємства АПК де будуть впроваджуватися науково-технічні розробки;
- наукові організації, виконавці завершених науково-технічних розробок, які впроваджуються в даному агротехнополісі;
- наукові колективи (власники наукової продукції та ноу-хау у сфері АПК, які займатимуться питаннями впровадження в рамках агротехнічного полісусу своїх завершених робіт);
- заводи та конструкторські бюро, що випускають високоефективну продукцію;
- будівельні та інші підприємства, що беруть участь у реалізації поданого інноваційного проєкту;
- науково-технологічний центр.

На нього покладено такі функції:

- головного координатора-виконавця робіт з впровадження завершених науково-технічних робіт у даному агротехнополісі;
- інформаційно-консультативне забезпечення робіт в агротехнополісі;
- навчання та підвищення кваліфікації фахівців у галузі впровадження нових технологій;
- організація дослідно-конструкторських випробувань та їх оцінка;
- проведення маркетингових операцій у рамках проєкту агротехнополісусу;
- поширення розроблених та освоєних новітніх технологій, машин та обладнання в агротехнополісі, в інші регіони.

Виходячи з масштабів поставлених перед агротехнополісами науково-виробничих завдань, слід розрізняти дві групи агротехіополісів:

- регіональні, учасниками яких є кілька виробничих підприємств АПК з відповідною інфраструктурою;
- локальні, що мають у своєму складі одне високорозвинене багатогалузеве виробниче підприємство, що включає його соціальну інфраструктуру.

Технологічний цикл агротехнополісів включає кілька етапів: виробництво, зберігання, переробка (у тому числі фасування та упаковка) та реалізація виробленого продукту (рис.3.5).

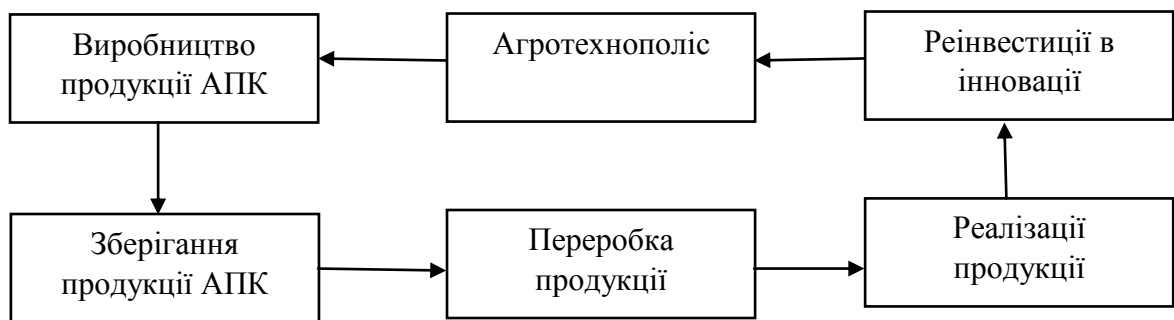


Рис 3.5 Технологічний цикл агротехнополісу

Реалізація інноваційних проєктів у межах агротехнополісів дає можливість формувати завдання та розробляти довгострокові регіональні програми розвитку технологій та техніки у сфері АПК.

Нами пропонується проєкт науково-виробничого агротехнополісу, створюваного на базі С(Ф)Г «НИВА» Дніпропетровської області.

Основна мета програми полягає у впровадженні технологічно безпечних, ресурсозберігаючих технологій виробництва та переробки продукції, що відповідають вимогам охорони навколишнього середовища.

Створення агротехнополісу «НИВА» дозволить вирішувати такі завдання:

1. Забезпечення взаємовигідного співробітництва наукових організацій та виробничих підприємств АПК з метою впровадження науково-

технічних розробок у виробництво на конкурсній основі.

2. Значне скорочення термінів впровадження завершених науково-технічних розробок на об'єктах АПК, проведення їх виробничих випробувань та доведення до серійного виробництва.

3. Забезпечення отримання високорентабельних виробництв у сфері АПК, їхнє широкомасштабне впровадження в Україні.

Учасники - агротехнополіса «НИВА» та їх основні функції показані в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Формування агротехнополісу «НИВА»

| Об'єкт формування | Безпосередні виконавці | Функції |
|--|---------------------------------|---|
| Сільськогосподарські та інші підприємства АПК, де будуть впроваджуватися науково-технічні розробки | С(Ф)Г «НИВА» | База впровадження інновацій |
| Наукові організації, проекти яких впроваджуються в агротехнополісі | ДДАЕУ | База для наукових досліджень та розрахунків |
| Наукові колективи (власники наукової продукції та ноу-хау) у сфері АПК, які займатимуться питаннями впровадження НДДКР | Кафедри ДДАЕУ | Розробка досвідчених зразків, удосконалення, розрахунки |
| Адміністрація регіону, де планується освоєння інноваційного проекту | Влада Дніпропетровської області | Забезпечення державної підтримки |
| Заводи, що випускають високоефективну техніку | Компанія «Агротек-Інвест» | Забезпечення технікою |
| Науково-технологічний центр | ДДАЕУ | Координація, інформаційно - консультативне забезпечення робіт, навчання та підвищення кваліфікації фахівців у галузі впровадження нових технологій та ін. |
| Банки | ПриватБанк та ін. | Інвестиції у проєкт |

4. Концентрація фінансових засобів різних інвесторів для впровадження високоефективних технологій, машин та обладнання на об'єктах агротехнополісу.

5. Надання сільськогосподарським підприємствам можливості випробування нових зразків техніки в агротехнополісі для прискорення серійного виробництва високоефективного обладнання.

6. Здійснення на науковій основі з урахуванням практичної реалізації інноваційних проєктів маркетингових досліджень у сфері АПК.

Схема функціонування запропонованого агротехнополісу показано на рисунку 3.6.

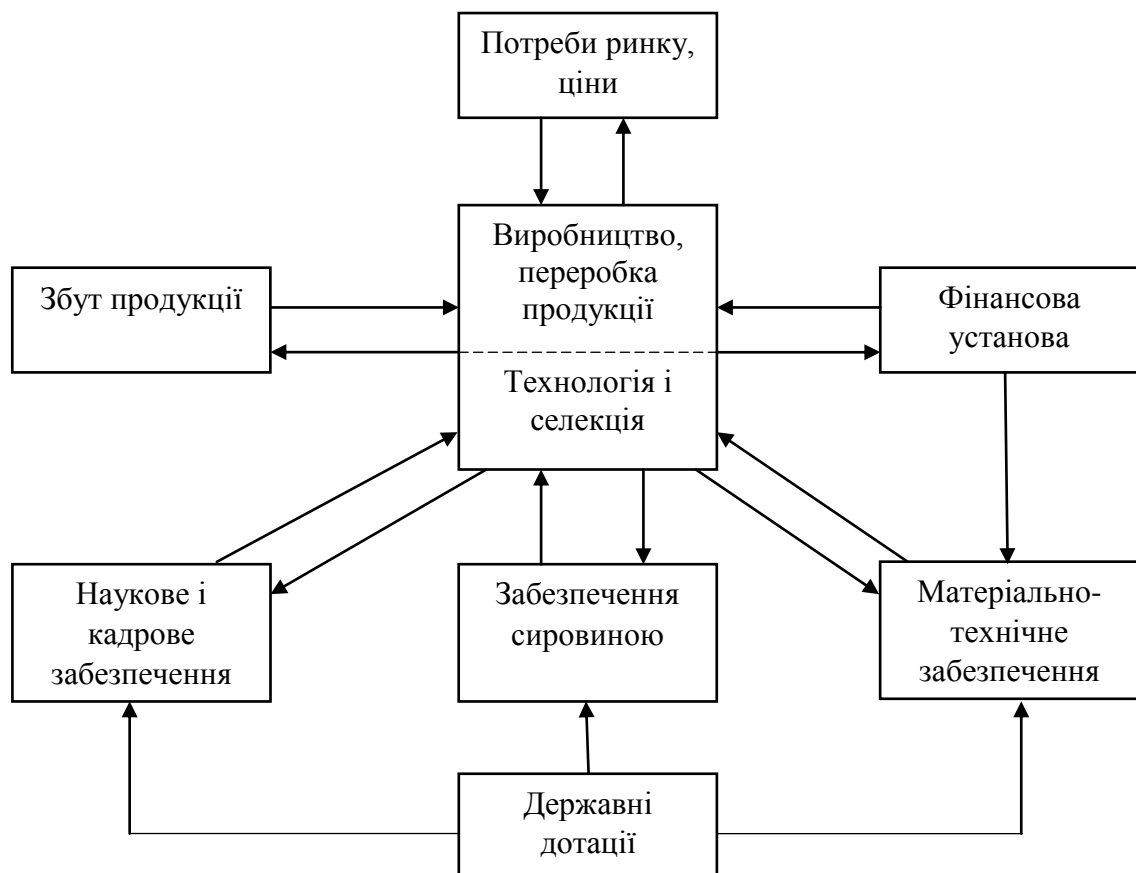


Рис. 3.6. Механізм функціонування агротехнополісу «НИВА»

У таблиці 3.2 представлені дані щодо інноваційних заходів, запропонованих для розробки та впровадження в агротехнополісі «НИВА», створюваного на базі С(Ф)Г «НИВА» Дніпропетровської області.

Близькими за назвою до агротехнополісів, але різними по суті функціонування є агрополіси, які є результатом інтеграції сільських і міських товаровиробників, залучення в аграрний сектор фінансових, матеріальних і

трудових ресурсів підприємств міст і робочих селищ.

Агрополіс - це інноваційна система організації виробництва, при якій складаються прямі господарсько-виробничі, соціально-економічні та торговельні відносини городян і міського господарства з економікою села, сільських сімей, що забезпечує розвиток аграрного виробництва [11].

Таблиця 3.2

Інноваційні заходи, що пропонуються для розробки та впровадження в агротехнополісі «НИВА»

| Інновації | Передбачуваний річний економічний ефект від застосування тис. грн. | Термін окупності витрат, років | Вартість тис. грн |
|---|--|--------------------------------|-------------------|
| Заміна існуючого обладнання для сушки насіння на сучасне обладнання провідних фірм | 2409 | 3,5 | 9000 |
| Освоєння енергозберігаючих технологій: | | | |
| впровадження системи теплозберігання; | 1351 | 3,7 | 5000 |
| переобладнання системи хімоводоочищення в котельні; | 150 | 1 | 150 |
| реконструкція припливно-витяжної вентиляції | 500 | 1 | 500 |
| переведення агрегатів на альтернативні види опалення | 1250 | 2 | 2500 |
| Будівництво цеху з промислової переробки продукції зернових культур на основі технологічних ліній утилізації органічних відходів у високо компонентне органічне добриво та кормову добавку у вигляді гранульованого | 3004 | 2,5 | 7510 |
| Придбання обладнання для глибокого очищення зернових культур | 1500 | 1 | 1500 |
| Розробка технологічного обладнання для виробництва високоякісних повнораціонних кормів (лінія дроблення інгредієнтів, вагового дозування, лінії екструдкування та гранулювання) | 500 | 2 | 1000 |
| Розробка установки для пакування продукції | 250 | 2 | 500 |

При цьому мобілізуються фінансово-кредитні кошти для розширення та модернізації матеріально-технічної бази підприємств та об'єктів виробничої та соціально-культурної інфраструктури в рамках як «місто-село»

для створення справжніх ланок у циклі «Виробництво-переробка-зберігання-транспортування-продаж».

Вихідним принципом зміцнення та розвитку відносин «місто-село» стає забезпечення сімей селян і городян корисними продуктами харчування, насичення ними торгових та громадських підприємств села і міста, загального нарощування продовольчого ринку. На основі кращого використання того, що вже створено у всіх господарствах села та міста, пошуку та задіяння резервів. А це можливо за тісного взаємозв'язку та договірної узгодженості зацікавлених сторін.

Взаємовигідні ринкові відносини стають серцевиною, стрижнем організації виробництва та збуту продукції, їх стабільності та впорядкованості взагалі, в умовах ринку, що складається, особливо.

Суб'єктами, тобто, сторонами домовленості, виступають як трудові колективи, їх керівники, так і внутрішні підрозділи в міру їх самостійності та колективності, і, зрозуміло, окремі громадяни, керівники селянських (фермерських) господарств [25, 50].

Підприємництво в АПК відображає необхідність налагодження нових постійних зв'язків міста та прилеглих сіл на основі: а) їхньої взаємної зацікавленості та вигідності, максимального ступеня добровільності; б) відносин рівних партнерів. У свою чергу, партнерські взаємини розвиваються при цьому на кількох рівнях: між сільськими та міськими підприємствами, між сільськими сім'ями та міськими підприємствам між міськими сім'ями та сільськими підприємствами; між міськими та сільськими сім'ями.

Серед інноваційних напрямів, що дозволяють промисловим підприємствам зробити свій внесок у збільшення виробництва продовольства через агрополіси можна виділити:

- використання в агропромисловому виробництві як основної, так і попутної продукції, вторинних ресурсів, особливо теплової енергії, відходів, лісопродукції тощо;
- разове виготовлення матеріально-технічних засобів для потреб

виробництва продовольства на замовлення агропромислових структур;

- тимчасове субсидування власних фінансових ресурсів. Наприклад, попередня оплата майбутнього врожаю за договорами із сільськогосподарськими товаровиробниками;

- виступ як гаранта перед фінансово-кредитними установами з позик сільськогосподарським виробникам з отриманням певної частки процентної ставки за економічний ризик;

- безпосередня участь у проведенні сезонних сільськогосподарських робіт власними матеріальними та трудовими ресурсами;

- надання допомоги (сприяння) у диверсифікації сільськогосподарських підприємств, зокрема, шляхом створення в них підрозділів, що виготовляють на договірних умовах певні вироби для власних потреб, що в одному випадку сприятиме зайнятості сільського населення, а в іншому – покращенню працевзабезпеченості сільськогосподарського виробництва у проведенні найбільш напружених робіт.

Для концентрації зусиль щодо поліпшення постачання мешканців міста та його околиць продовольством, встановлення нових партнерських зв'язків між суб'єктами господарювання в рамках «місто-село». Доцільно створення різних господарських структур: кооперативів, товариств, приватних, орендних підприємств, їх асоціацій, акціонерних товариств та ін. Вони покликані мобілізувати фінансово-кредитні кошти для прискореного розширення та модернізації матеріально-технічної бази виробництва та об'єктів виробничої та соціально-культурної інфраструктури в рамках «місто-село», а також для створення відсутніх об'єктів у циклі «виробництво-переробка-зберігання-транспортування – продаж».

Це дозволить інтегрувати кошти та зусилля не тільки трудових колективів, державних та кооперативних підприємств, різних товариств та установ, а й міських та сільських сімей, різних верств та категорій громадян.

Більш широкий економічний простір, добровільність і взаємовигідність, взаємопідтримка дає можливість стимулювати індивідуальну, дрібногрупову та колективну підприємливість та підприємництво на загальну користь городян та селян. На цій основі мають поповнюватися доходи всіх сторін: сімей, господарств, міського бюджету.

Форми та способи організації прямих взаємовигідних зв'язків в умовах ринку повинні бути різноманітні та гнучкі, рухливі. Життя відбере з них найефективніші, найрозумніші, у кожному окремому випадку, по кожній галузі за групами ринкових продуктів: м'ясних, молочних, картоплі, овочів пізньо-зимових, овочів весняно-літніх, зимових, фруктів, ягід.

Потрібен конкретний облік специфіки їх виробництва, збуту і зберігання в умовах, що вже склалися, і без особливої ламки структури і поспіху покращувати справу всім зрозумілим чином і реально здійсненими шляхами. По кожній групі продуктів, як показує практика, можуть бути конкретні перспективні програми: «м'ясо», «молоко», «картопля», «овочі», «яйце», «риба» тощо.

При виборі конкретної форми взаємовигідних прямих зв'язків особливостей формування господарської структури, характеру економічних відносин при інтеграції ресурсів аграрних та індустріальних підприємств необхідно враховувати як специфічні природно-кліматичні, так і соціально-економічні умови.

З метою підвищення економічної зацікавленості трудових колективів промислових підприємств та окремих працівників у зростанні продовольства, стимулювання їх участі у діяльності підприємств агропромислового виробництва, доцільно застосовувати різні форми оплати праці. Поряд з грошима можлива і оплата натурою, різноманітними видами сільськогосподарської продукції: молоко, м'ясо, овочі, молодняк, тварин і птиці, фураж тощо, а також організація бартерних відносин.

Отже, агрополіс як інноваційна структура в ринковій економіці АПК об'єднує у певній місцевості міські та сільські, промислові та аграрні

підприємства з метою досягнення максимальної ефективності виробництва та покращення продовольчої проблеми.

Практика реалізації інноваційних проєктів послужить основою для розробки довгострокових інвестиційно-інноваційних регіональних програм широкомасштабного використання, технологій і техніки в АПК та підготовки на їх базі сучасних кадрів, адаптованих до роботи в умовах ринкової економіки [28].

Інноваційний розвиток агропромислового комплексу охоплює розвиток сфери економічного, соціального та культурного життя людини. Вирішуючи за його допомогою завдання ефективного функціонування галузей комплексу, суспільство висуває дві взаємозалежні задачі; по-перше, домогтися продовольчої безпеки, що передбачає надійне забезпечення населення країни продуктами харчування, а промисловості сільськогосподарською сировиною, і, по-друге, помітне поліпшення всіх сфер життєдіяльності працівників, які створюють продовольство, які в певному сенсі програють іншим категоріям працівників. Обидві ці цілі мають важливе економічне та політичне значення. Вони підтверджують, що соціальні пріоритети інновацій в сільському господарстві є найважливішою складовою необхідного прогресивного руху не лише даного сектора економіки, а й усього суспільства.

З метою оздоровлення стану «матеріально-технічної бази сільського господарства та створення сприятливих умов для її розвитку необхідно забезпечити виконання наступних заходів:

- продовжити практику постачання товаровиробників сільськогосподарською технікою та обладнанням на лізинговій основі за державним лізингом та на основі лізингових операції за рахунок коштів регіонального бюджету;

- організувати роботу з постачання сільськогосподарської техніки та запасних частин до них через мережу агропостачання та технічні центри заводів-виробників за допомогою організації сервісного та гарантійного

обслуговування;

- забезпечити за рахунок авансованої оплати продукції рослинництва, що поставляється на державні потреби (не менше 50% від укладених договорів), придбання пально-мастильних матеріалів сільськими товаровиробниками;

- організувати роботу в господарствах з технічного обслуговування тракторів, автомобілів та іншої складної сільськогосподарської техніки;

- провести роботу з відродження діяльності ремонтних підприємств з надання господарствам ремонтних послуг, відновлення зношених деталей та виготовлення нових;

- створити в Міністерстві аграрної політики управлінську структуру для координації робіт ремонтних підприємств та агропостачальників. Основним інструментом управління та впливу цієї структури на місцеві громади мають стати державні фінансові ресурси, на реалізацію відповідних цільових програм, консультування з питань маркетингу;

- створення машинно-технологічних станцій з укомплектуванням їх сільськогосподарською технікою по державному лізингу та на основі лізингових операцій за рахунок місцевих бюджетів;

- для обґрунтування технічних засобів механізації виробничих процесів у сільському господарстві в галузі рослинництва необхідне щорічне надходження техніки згідно з даними таблиці 3.3.

Успішна реалізація програми забезпечення сільгосптоваровиробників товарами продовольчого призначення може бути здійснена за умови її фінансування коштами, як державного фонду, так і громад, інвесторів, тощо.

Інноваційний розвиток агропромислового комплексу пред'являє високі й багато в чому нові вимоги не тільки до кадрів масових професій, але й до фахівців, включаючи і тих, хто працює в так званій середній ланці. Саме на бригадирів, зав. фермами, зав. майстерними та іншими фахівцями лягає відповідальність за остаточне прийняття рішень, оскільки вони контролюють хід основних робіт, забезпечують високу агро-, біо- та технічну культуру.

Тому керівник середньої ланки повинен перебувати в центрі життя господарства «НИВА», щоб його знання і досвід приносили максимальний ефект.

Таблиця 3.3

Щорічна потреба у постачанні сільського господарства галузі рослинництва Кам'янського району матеріально-технічних ресурсів, штук

| Вид ресурсів | Потреба |
|--|---------|
| Трактори | 286 |
| Зернозбиральні комбайни | 92 |
| Автомобілі | 85 |
| Кормозбиральні комбайни | 20 |
| Плуги | 68 |
| Культиватори | 52 |
| Сівалки | 26 |
| Борони дискові | 40 |
| Луцильники | 12 |
| Борони зубні, комплектів | 1050 |
| Косарки тракторні | 47 |
| Косарки-подрібнювачі | 84 |
| Тракторні граблі | 63 |
| Трестопідбирачі | 95 |
| СтогOMETальники | 42 |
| Машини для внесення мінеральних добрив | 35 |
| Машини для внесення органічних добрив | 24 |
| Машини для внесення рідких добрив | 6 |
| Жниварки | 65 |

Не випадково керівників підприємств АПК, як і всієї економіки, все більшою мірою готують не стільки як технологів, а більше як організаторів виробництва. Звичайно, вони повинні мати і певний багаж технологічних знань, проте головне для них наука управління, менеджмент, моделювання ситуацій господарських процесів. Для підготовки таких фахівців необхідно використати принаймні два шляхи. Один з них відкриття відповідних спеціальностей ринкового типу: маркетинг, менеджмент, аудит та ін. Інший підготовка кращих здобувачів з числа споріднених спеціальностей, після 2-3 років навчання.

Надається доцільним відновлення відділів із впровадження науково - технічних досягнень у виробництво у структурі органів державного управління агропромисловим комплексом з новим змістом їх функцій в умовах ринку.

Завданням цих відділів у тому числі має стати вироблення нормативних вимог до визначення інноваційних підприємств, технологій і процесів, що дозволяють класифікувати їх з метою адресної державної підтримки.

Постійна увага до соціальних питань сільськогосподарських товаровиробників обумовлена тим, що вони пов'язані з людиною, з її потребами та інтересами в менш сприятливих умовах облаштованості. Людина є головним елементом продуктивних сил, від рівня її освіти та професійної підготовленості, зацікавленості та заповзятливості головним чином залежить ефективність використання засобів виробництва, у тому числі інновацій, через людину та її інтереси реалізуються виробничі відносини та об'єктивні економічні закони. Тому умови життєдіяльності людини мають бути в центрі уваги господарських, державних та громадських органів.

Висновки до розділу 3:

1. Регулярний інноваційний маркетинг служить для підтримки конкурентоспроможності С(Ф)Г «НИВА» за допомогою постійного формування і в міру необхідності, залучення технологічного (науково-технічного) і комерційного заділів продуктових і процесних інновацій, які здатні відновити або підвищити прибутковість у разі погіршення кон'юнктури збуту, або пропозиції покупних ресурсів, що стали більш дорогими.

2. Для формування ринку науково-технічної продукції важливе значення має впроваджувальна діяльність, як сполучна ланка між наукою та

виробництвом. Виробниками (власниками) наукової продукції, у сформованих умовах є науково-дослідні установи, науково-виробничі об'єднання, дослідні станції, вищі сільськогосподарські навчальні заклади, наукові кооперативи, асоціації, проектно-конструкторські бюро та інші установи, провідні наукові установи, які займаються виробництвом наукової продукції.

3. Реалізація інноваційних проєктів у межах агротехнополісів дає можливість формувати завдання та розробляти довгострокові регіональні програми розвитку технологій та техніки у сфері АПК. Нами пропонується проєкт науково-виробничого агротехнополісу, створюваного на базі С(Ф)Г «НИВА» Дніпропетровської області. Основна мета програми полягає у впровадженні технологічно безпечних, ресурсозберігаючих технологій виробництва та переробки продукції, що відповідають вимогам охорони навколишнього середовища.

4. Доцільно створювати відділи щодо впровадження науково-технічних досягнень у виробництво у структурі органів державного управління АПК з новим змістом їх функцій в умовах ринку. Завданням цих відділів у тому числі має стати вироблення нормативних вимог до визначення інноваційних підприємств, технологій і процесів, що дозволяють класифікувати їх з метою адресної державної підтримки.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Проведені наукові дослідження проблем теорії та механізму удосконалення інноваційної політики агропідприємства дозволяють зробити наступні висновки та надати пропозиції:

1. Інноваційний розвиток агропромислового комплексу визначається його природою як процес інтенсифікації виробництва на розширеній основі, спрямований на зміцнення конкурентоспроможності сільських товаровиробників на внутрішніх та зовнішніх ринках. Інноваційна діяльність у цьому контексті є формою трансформації ідей, часто випробуваних у наукових дослідженнях і розробках, у нові або вдосконалені продукти чи технологічні процеси. Ці інновації впроваджуються на ринку та використовуються в практиці для забезпечення покращення в сфері сільськогосподарського виробництва.

2. В інноваціях поняття новизни може відноситися до продукту або технологічного процесу як у випадку абсолютно нових розробок, так і до конкретних змін у характеристиках чи функціях існуючих продуктів чи процесів. Це поділяється на три основні категорії інновацій: радикальні інновації, такі інновації означають принципово нові продукти чи технології, що можуть створювати новий ринок або перетворювати існуючий; інкрементальні інновації, це поліпшення існуючих продуктів чи технологій, такі як додаткові функції, підвищена ефективність чи інші поліпшення; інновації в методах виробництва, цей вид інновацій включає в себе нові або вдосконалені методи виробництва, спрямовані на оптимізацію процесів, зменшення витрат чи підвищення якості виробництва.

3. Практика реалізації інновацій в агропромисловому комплексі свідчить про відмінність у рівнях техніко-економічного розвитку господарюючих суб'єктів, які є учасниками інноваційного процесу. Це викликане відмінностями у оснащеності, джерелах матеріальних та енергетичних ресурсів, рівнях розвитку інфраструктури, кваліфікації

працівників підприємств, учасників інноваційного процесу.

4. Модель інноваційного процесу досить наочно відображає прямий зв'язок його окремих елементів, у той же час тут не враховуються зворотні зв'язки між елементами, що мають складний, нерідко опосередкований характер. Зворотні зв'язки можуть виникати не тільки між заключними та початковими елементами інноваційного процесу, а й між проміжними. У зв'язку з цим важливе значення набуває зворотний потік інформації від сільськогосподарського виробництва до науки, що викликає необхідність проведення додаткових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення всього науково-виробничого циклу.

5. Різноманітність організаційних форм, що застосовуються підприємствами для управління інноваційною діяльністю підвищує гнучкість структури, її готовність з високою ефективністю налагодити розробку та освоєння різних за своєю значимістю та масштабністю нововведень. Диференційованість конкретних організаційних форм управління нововведеннями поєднується із загальною тенденцією до посилення господарської самостійності, послаблення прямих адміністративних зв'язків з центральним керівництвом підприємства.

6. Оцінка виробничо-збутової діяльності сільськогосподарського (фермерського) господарства «НИВА» базувалася на дослідженні структури та складу земельних угідь, трудових ресурсів, виробничої продукції, основних засобів, а також аналізі ключових показників функціонування. Встановлено, що спеціалізація господарства полягає у вирощуванні рослин, при цьому основними культурами є соняшник (35,4%), озима пшениця (20,3%), ріпак (16,1%) та ячмінь ярий (10,5%). Для забезпечення ефективного ведення господарської діяльності фермерському господарству необхідні трудові ресурси та сучасний машинно-тракторний парк. Останній вимагає оновлення з метою підвищення продуктивності виробництва. Господарство «НИВА» має необхідні ресурси для подальшого розвитку, що підтверджується зростанням прибутковості діяльності на 3920,8 тис. грн.

протягом досліджуваних років.

7. Важливим завданням державного регулювання є досягнення та забезпечення паритету у відносинах обміну між сільським господарством та галузями, що виробляють засоби виробництва. Наразі виниклий диспаритет цін став причиною серйозних фінансових труднощів для більшості сільських товаровиробників. Напрямки державної політики в сфері ціноутворення високомонополізованих галузей, таких як сільськогосподарське машинобудування, нафтопереробка, електроенергетика та транспорт, залишаються проблематичними.

8. Для С(Ф)Г «НИВА» доцільно запровадити кредитування під майбутній урожай за умов ф'ючерських контрактів, укладених за договірною ціною. Таке кредитування, яке здійснюється на пільгових умовах з використанням коштів державних та місцевих бюджетів, дозволить вже на початку сезону забезпечити сільськогосподарські підприємства оборотними коштами.

9. На сьогоднішній день однією з найсерйозніших проблем С(Ф)Г «НИВА» є різке падіння інвестицій. Низька рентабельність сільськогосподарських галузей в цілому, закредитованість і постійна нестача власних оборотних коштів, а також відсутність ліквідного заставного майна роблять галузь неперспективною для капітальних вкладень і, отже, прирікають сільськогосподарські підприємства на стагнацію. У разі недостатнього фінансування щорічно скорочуються капітальні вкладення.

10. Для досягнення ефективності використання державних дотацій та інвестицій у сільському господарстві, необхідний перехід до диференційованої політики, яка враховує конкретні умови та доцільність підтримки конкретних підприємств. Інвестиції, спрямовані на розвиток виробничої та соціальної інфраструктури та забезпечення екологічної безпеки, повинні здійснюватися за рахунок коштів регіональних та державних бюджетів.

11. Виходячи з сьогоднішньої, важкої ситуації в АПК і розуміючи, що

без допомоги не обійтися, необхідно привести в дію внутрішні резерви галузей агропромислового комплексу щодо зростання виробництва, зниження собівартості та підвищення ефективності. Одним з них виступає розвиток усіх форм кооперації та інтеграції по горизонталі та вертикалі. Залежно від суб'єктів господарювання можуть використовуватись різні форми кооперування та інтегрування.

12. Оцінку новизни технічного забезпечення слід здійснювати згідно запропонованого методу ранжування винаходів за МТМ-методикою, що дозволить більш конкретно розраховувати технічний рівень нової техніки з урахуванням кількості винаходів, їх місця у функціональній схемі об'єкта, їх рівень старіння в часі та створить можливість проводити ранжування і порівняння винаходів як уже існуючих, так ще й створюваних, що має велике як економічне, так і виховне значення, тобто враховує перспективність.

13. Регулярний інноваційний маркетинг служить для підтримки конкурентоспроможності С(Ф)Г «НИВА» за допомогою постійного формування і в міру необхідності, залучення технологічного (науково-технічного) і комерційного заділів продуктових і процесних інновацій, які здатні відновити або підвищити прибутковість у разі погіршення кон'юнктури збуту, або пропозиції покупних ресурсів, що стали більш дорогими.

14. Для формування ринку науково-технічної продукції важливе значення має впроваджувальна діяльність, як сполучна ланка між наукою та виробництвом. Виробниками (власниками) наукової продукції, у сформованих умовах є науково-дослідні установи, науково-виробничі об'єднання, дослідні станції, вищі сільськогосподарські навчальні заклади, наукові кооперативи, асоціації, проектно-конструкторські бюро та інші установи, провідні наукові установи, які займаються виробництвом наукової продукції.

15. Реалізація інноваційних проектів у межах агротехнополісів дає можливість формувати завдання та розробляти довгострокові регіональні

програми розвитку технологій та техніки у сфері АПК. Нами пропонується проєкт науково-виробничого агротехнополісу, створюваного на базі С(Ф)Г «НИВА» Дніпропетровської області. Основна мета програми полягає у впровадженні технологічно безпечних, ресурсозберігаючих технологій виробництва та переробки продукції, що відповідають вимогам охорони навколишнього середовища.

16. Доцільно створювати відділи щодо впровадження науково-технічних досягнень у виробництво у структурі органів державного управління АПК з новим змістом їх функцій в умовах ринку. Завданням цих відділів у тому числі має стати вироблення нормативних вимог до визначення інноваційних підприємств, технологій і процесів, що дозволяють класифікувати їх з метою адресної державної підтримки.

Впровадження зазначених заходів дозволить покращити інноваційну політику агропідприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амоша О. І. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи. *Економіка України*. 2017. № 3. С. 20-34
2. Артеменко Л.Б. Систематизація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ОНУ*. 2019. Вип. 7(49), Т. 21. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/18197>
3. Багорка М.О., Якубенко Ю.Л. Напрями підвищення ефективності складської логістики. *Сталий розвиток економіки, Випуск 1 (46)*. 2023. С. 9-14.
4. Баранюк Х.О. Конкурентоспроможність: сутність та об'єкти дослідження. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 8, № 4. С. 33–39.
5. Баришполь Н.С., Бондаренко С.М. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=8&w=Н.+С.+Баришполь>
6. Белоусова Л.І., Марченко Н.О. Вплив стратегічного управління та обраної стратегії на конкурентоспроможність промислового підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. №3. С. 7-11.
7. Білан О. Якість продукції як ключовий чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 2. С. 55-61.
8. Бондаренко С.М., Невмержицька А.А. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Технології та дизайн*. 2017. №2. URL:<http://goo.gl/MEcqJx>
9. Ватченко О.Б., Ватченко Б.С., Черевко О.Л. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Дніпро: Акцент ПП, 2017. 404 с.
10. Вінніченко І.І., Крючкова Ж.В. ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств. *Економіка та держава*. 2017. №4. С. 32-37.

11. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка і держава*. 2020. № 3. С. 66-70.
12. Гудзь О. Є., Глушенкова А. А. Методологічні підходи до формування механізму управління інноваційним потенціалом підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 3. С. 5-12.
13. Гуцуляк В.Р. Маркетинговий механізм як інструмент підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 1. С.144–147.
14. Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. *Економічний вісник запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 6(18). С. 116-121.
15. Діденко Є. О., Моторна Ю. С. Процес інноваційного розвитку підприємства та його особливості. *Ефективна економіка*. 2019. С. 9 -16.
16. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2021. № 3. С. 19-37. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>
17. Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Інноваційний потенціал підприємства: сутність, складові та фактори впливу. *Економіка та суспільство*, 2018. №14. С. 354-360.
18. Занора В. О. Проектне управління інноваційним потенціалом та розвитком підприємства. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2019. Вип. 2. С. 34-42.
19. Захарова О. В. Нормативне підґрунтя активізації інноваційного розвитку регіонів України. *Економіка і організація управління*. 2019. Вип. 1.

С. 53-63.

20. Іванова Т.В. Інноваційна діяльність підприємств України як фактор підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародних ринках. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2020. № 17. С. 395-404.

21. Котельбан С. В. Сутність, методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності. *Економіка та держава*. 2017. 4, квіт. С. 115–118. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2017/26.pdf

22. Крилов Д.В. Аналіз рейтингового оцінювання розвитку інноваційної діяльності в Україні. *Ефективна економіка*, 2022. №5. 6 с.

23. Крючкова Ж.В. Дослідження сутності конкурентоспроможності та конкурентоздатності аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2016. № 7. с. 44–50.

24. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Хорошко Д. Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 3. С. 76-81.

25. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

26. Михайленко О. В., Ніколаєнко С. М., Король О. В. Вплив факторів зовнішнього середовища на інноваційний потенціал підприємства. *Бізнес навігатор*. 2017. Вип. 4-1. С. 85-88.

27. Мостенська Т.Л. Галузеві особливості конкурентоспроможності в умовах глобалізації. *Одеса: ВМВ*, 2018. 572 с.

28. Національна економічна стратегія 2030. *Вектори економічного розвитку 2030*. URL: <https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf>

29. Невмержицький В. М. Вплив чинників на розвиток інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства. *Економіка та управління на*

транспорті. 2016. Вип. 3. С. 52–58.

30. Ніколаєв А. Б. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України . К. Знання: КОО, 2016. 450с.

31. Новікова Н. Конкуренентоспроможність у системі економічного потенціалу підприємства. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 3. С. 64–81.

32. Питання Державної інноваційної фінансово-кредитної установи : Постанова Каб. Міністрів України від 15.06.2000 р. № 979 : станом на 28 листоп. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/979-2000-п#Text>

33. Пухальська Н.О. Сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 20. С. 113–118.

34. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 08.09.2011 р. № 3715-VI: станом на 8 черв. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>

35. Про наукові парки : Закон України від 25.06.2009 р. № 1563-VI : станом на 12 квіт. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1563-17#Text>

36. Про індустриальні парки : Закон України від 21.06.2012 р. № 5018-VI : станом на 1 січ. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5018-17#Text>

37. Проценко А. В. Структурні трансформації інноваційного потенціалу підприємств: побудова механізму їх управління. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 70-79.

38. Сакевич Л.С. Інноваційна діяльність в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2020. Вип. 3 (59). С. 172–176.

39. Стефанів І. Інноваційна політика держави. *Світ фінансів*. 2018. № 3 (16). С. 87–93.

40. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. *Підтримка*

інноваційної діяльності в Україні. URL:
https://www.uaib.com.ua/files/articles/204/10_4.pdf

41. Чому венчурний капітал оминає український ринок. Mind.ua. URL:
<https://mind.ua/openmind/20189763-chomu-venchurnij-kapital-ominae-ukrayinskijrinok>

42. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 Економіка. нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с.

43. Чайковська І. І. Особливості функціонування проєктноорієнтованого підприємства в сучасних умовах. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2021. № 4. Режим доступу: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-4-7184>

44. Чайковська І.І. Сутність проєктно-орієнтованого підприємства в умовах Industry 4.0. *Економічний простір*. 2021. № 167. С. 88-93.

45. Шпикуляк О.Г., Грицаєнко М.І. Розвиток інноваційної діяльності в аграрній сфері: менеджмент та ефективність: монографія. Херсон: ОЛДПЛЮС, 2016. 424 с.

46. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: дослідження підприємницького прибутку, капіталу, кредиту, відсотка і циклу кон'юнктури. 1911, 501 с.

47. Юрчук Н. П. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа реалізації концентрації сталого розвитку економіки України. *Агросвіт*. 2019. № 3. С. 53-61.

48. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. *Наука та наукознавство*. 2018. № 2 (100). С. 29-44

49. Якубенко Ю.Л. Логістичне забезпечення маркетингового каналу розподілу. *Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. С. 259-261.

50. Янчук Ю. Маркетингове позиціонування підприємств в умовах

агарного сектора економіки. *Актуальні проблеми економіки, управління та маркетингу в аграрному бізнесі: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Дніпро, 05-06 жовтня 2023 р.* Дніпро, ДДАЕУ, 2023. С. 295-296.

51. Янчук Ю. Особливості реалізації інноваційної політики. *Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу: матеріали X Ювілейної Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції, м. Дніпро, 25-26 жовтня 2023 р.* Дніпро: ПП Інтеграл, 2023. С.152-155.

52. Янчук Ю., Краснощок О. Теоретичні аспекти інноваційної політики підприємства. *Науковий журнал UNIVERSUM*, 2023. Випуск № 2. С. 7-12.