

## ОБУМОВЛЕНІСТЬ АГРАРНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ ДО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

**Є. А. Бузовський, кандидат економічних наук**  
**В. М. Коробка, аспірант\***

*Розкрито принципи і методи створення середовища, сприятливого для запровадження науково-технічної та інноваційної діяльності в аграрних господарських системах.*

**Сільське господарство, науково-технічна продукція, інноваційна діяльність.**

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Подібні питання розглядали: О. Витвицька, П. Гайдуцький, М. Кропивко, М. Лобас, Ю. Лупенко, П. Музика, П. Саблук.

**Мета дослідження** – необхідність передбачити такі моделі інноваційного розвитку аграрних підприємств, які б забезпечили гнучку систему реформування.

Сільське господарство характеризується нині процесами, пов'язаними з глобалізацією господарських зв'язків, посиленням взаємозалежності країн та регіонів світу, поглибленням міжнародного поділу і кооперації праці. Реальне входження країни у світовий політичний та економічний простір потребує адаптованості її національної економіки до найважливіших тенденцій зовнішнього середовища.

Одним із важливих завдань реформування економіки України є трансформація агропромислового комплексу. У світовому співтоваристві Україну визнають як потенційного лідера з виробництва сільськогосподарської продукції та основних продуктів харчування: зерна, цукру, олії, м'яса, продуктів переробки молока тощо. Аграрний сектор України має величезний потенціал, але за браком відповідних економічних та інституційних умов не може його використати.

**Виклад основного матеріалу.** На сільськогосподарських підприємствах формування і розвиток інноваційних процесів обумовлюється рядом специфічних чинників, зокрема: різноманітність видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки, істотна різниця в технологіях виробництва; значна диференціація окремих регіонів країни за умовами виробництва; сильна залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природних і погодних умов; різниця в періоді виробництва по окремих видах сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки; високий ступінь територіальної роз'єднаності сільськогосподарського виробництва; відособленість сільськогосподарських товаровиробників (на всіх рівнях) від організацій, що роблять науково-технічну продукцію; різний соціальний рівень працівників сільського господарства; множинність

різних форм і зв'язків сільськогосподарських товаровиробників з інноваційними формуваннями; відсутність чіткого і науково обґрунтованого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам і, як наслідок, істотне відставання галузі в освоєнні інновацій.

В економічній літературі термін "інновація" інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях. Інноваційний продукт характеризується вищим технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару або послуги порівняно з попереднім продуктом.

У літературних джерелах є чимало визначень інновацій. Наприклад, за змістом чи внутрішньою структурою розрізняють інновації технічні, економічні, організаційні, управлінські та ін. Виокремлюють такі ознаки, як масштаб інновацій (глобальні та локальні); параметри життєвого циклу; закономірності процесу впровадження.

Вчені по-різному трактують це поняття залежно від предмета та об'єкта свого дослідження. Наприклад, Б. Твісс визначає інновацію як процес, у якому винахід або ідея набувають економічного змісту. Ф. Ніксон вважає, що інновація – це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що спричинюють по'яву на ринку нових товарів, поліпшених промислових процесів та устаткування.

Відповідно до міжнародних стандартів, інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який дістав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що знайшов використання у практичній діяльності.

Щодо змісту цього поняття у фахівців існують два підходи: широкий і вузький. Класичним широким підходом вважають викладене австрійським економістом Й. Шумпетером ще у 1913 р. у праці "Теорія економічного розвитку" розуміння цього процесу як такого, що складається з п'яти основних варіантів:

- введення нового товару (товару, з яким не знайомий споживач, або товару нового виду);
- впровадження нового методу виробництва продукції (методу, який раніше не використовувався у цій галузі, промисловості);
- відкриття нового ринку, на якому цю галузь промисловості цієї країни не було представлено;
- завоювання нового джерела сировини та напівфабрикатів;
- впровадження нової організаційної структури в будь-якій галузі.

Подібного погляду дотримується й Ла Герре, який визначає інновацію як будь-яку зміну у внутрішній структурі господарського організму.

Однак більшість економістів стоять на позиціях вузького підходу. Вони обмежують галузь інновації науково-технічними технологічними питаннями. При цьому, згідно з однією точкою зору, інновація – це процес застосування нових технологій, виробів, згідно з іншою, – результат у вигляді нових методів, продукції, технологічних процесів. Так, угорський

економіст Б. Санто визначив інновацію як суспільно-технологічний та економічний процес, який завдяки практичному використанню ідей та винаходів сприяє створенню кращих за своїми характеристиками виробів і технологій. Приблизно так трактується це поняття і в більшості сучасних словників та довідників, наприклад, "Інновація – це процес, у ході якого винахід чи відкриття доводиться до стадії практичного застосування і починає давати економічний ефект, новий поштовх науково-технічних знань, що забезпечують ринковий успіх" або: "Інновація – це процес, спрямований на створення, виробництво, розвиток та якісне удосконалення нових видів виробів, технологій, організаційних форм". П. Лемерль характеризує інновацію як новий продукт або послугу, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке удосконалення, що забезпечує економію витрат або створює умови для такої економії". На близькій позиції щодо визначення цього поняття стоять автори словника ринкової економіки. На їхню думку, інновації характеризуються, насамперед, ефективністю вкладених коштів, розвитком винахідництва та раціоналізаторства.

Термін "інновація" почали застосовувати у вітчизняній літературі пізніше, ніж за кордоном. Його зміст розкривають, зокрема, словники. У виданнях до 1990 р. терміна "інновація" ще немає. Водночас, за кордоном це поняття виникло на початку ХХ ст. і набуло подальшого розвитку та аналізу в 30-ті роки. Найінтенсивніше проблема інновацій та їх оцінки почала розвиватися у 60-ті роки ХХ ст. у зв'язку з різким зростанням масштабу та складності виконуваних НДР та ДКР, особливо в авіакосмічній, атомній та радіоелектронній промисловості, з розвитком біотехнологій.

При централізованому управлінні економікою для позначення відповідних процесів часто застосовувались поняття "впровадження досягнень науки та техніки", "управління науково-технічним прогресом" тощо.

Найприйнятнішим для прикладного використання є вужчий підхід до визначення інновацій, який враховує науково-технічний та економічний аспекти. Це пояснюється визначальною роллю науково-технічних проблем у вирішенні соціально-економічних, господарських завдань як на підприємствах, так і в народному господарстві в цілому. Найважливішим чинником на сучасному етапі є швидке та масштабне отримання економічних результатів при виконанні інноваційних проектів. Крім того, зазначене коло проблем глибше досліджено, порівняно з організаційними та соціальними аспектами інновацій.

Творці інновації керуються такими критеріями, як життєвий цикл та економічна ефективність виробу. Їх стратегія спрямована на отримання переваг перед конкурентами шляхом створення нововведення, яке стане унікальним у певній галузі. Невід'ємною властивістю інновації є науково-технічна новизна та практичне застосування у виробництві. Можливість комерційної реалізації задуму виступає як потенційна властивість, для досягнення якої потрібні певні зусилля.

З поняттям інновація (нововведення) найчастіше ототожнюють: по-перше, новаторське дослідження або розроблення; по-друге, зміни в стилі

роботи організації з метою створення сприятливіших умов для своїх клієнтів (управлінська інновація); по-третє, розроблення нових товарів або послуг на умовах вигідніших, ніж ті, що є нині. Усі ці напрями найуспішніше реалізуються за наявності достатнього інноваційного потенціалу. З останнім пов'язують здатність створювати наукомістку продукцію, що відповідає вимогам світового ринку. Інноваційний потенціал становлять наукові, проектні та конструкторські розроблення, експериментальні роботи, які стосуються нового виробництва, виготовлення необхідного інструменту та оснащення, засобів технічного контролю. Найчастіше з інноваційним процесом ототожнюють весь комплекс робіт – від отримання нового теоретичного знання до використання споживачем його матеріалізованого втілення в продукті (послузі).

Продуктова інновація стосується, перш за все, нових товарів (послуг). Інноваційний товар – це результат матеріального виробництва, у собівартості якого значну частку (не менше 30 %) становлять витрати інтелектуальної наукової праці. Інноваційні послуги, як правило, мають нематеріальний характер і здебільшого пов'язані з науково-технічною інформацією. Останнє зумовлює невіддільність таких послуг від першоджерел, невідчутність та мінливість їхньої якості в часі. Мета маркетингового опосередкування продуктової інновації визначається характером та призначенням товару. Його головними результатами вважаються передбачення найімовірнішого обсягу продажу продукту в натуральному вимірі та визначення оптимальних цін.

Інноваційні продукти можуть бути новими як для ринку в цілому, так і для підприємства. Ринкова інновація – це продукти, що більш ефективно розв'язують традиційну проблему споживача (калькулятор замість арифмометра) або задовольняють нову ринкову потребу (відеомагнітофон, мобільний зв'язок). Продукти, що є новими для підприємства, відрізняються від існуючих на ринку або за зовнішнім виглядом, або за функціями. Розвиток нових продуктів найчастіше пов'язаний з великим ризиком та витратами. Емпіричні дослідження свідчать, що в середньому зі 100 ідей нових продуктів лише 4–5 нових товарів мають комерційний успіх на ринку. Тому в маркетингу інноваційних продуктів має переважати стратегічний підхід.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Додержання певних тактичних принципів запровадження інновації забезпечує зниження ризику, що супроводжує цю діяльність. Ці принципи полягають у такому:

- інновація має ґрунтуватися на довготерміновому цільовому та стратегічному плануванні;
- потужність, структура та фінансові можливості підприємства мають уможливлювати здійснення інноваційних процесів;
- підприємство повинно мати достатній запас «ноу-хау» відповідних технологій щодо цільових ринків;
- потрібен постійний обмін інформацією зі споживачами та експертами для своєчасного визначення нових потреб;
- нові для підприємства продукти повинні відрізнятися від конкурентних аналогів;

– інновації, джерелами яких був ринок, мають більший успіх ніж ті, що виникли за результатами науково-технічних досліджень. Тому взаємодія виробника продукції з наявним або майбутнім споживачем є обов'язковою передумовою створення конкурентоспроможних товарів.

Отже, забезпечення переходу аграрних господарських систем до інноваційного розвитку сприятиме підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва в цілому.

### **Список літератури**

1. Інноваційні процеси сільськогосподарського виробництва : навч. метод. посіб. / [С.І. Мельник, Т.Д. Іщенко, М.М. Кулаєць та ін.] – К. : НМЦ аграрної освіти Мінагрополітики України, 2008.– 56 с.

2. Інноваційні процеси енергозбереження в аграрному виробництві : моногр. / за ред. проф. Є.А. Бузовського. – Аграр Медіа Груп, К., 2010. – 243 с.

3. Інноваційний потенціал та його роль у розвитку аграрної сфери : навч.-метод. посіб. / за ред. проф. Є.А. Бузовського. – К. : ННІ ПО НУБіП України, 2011. – 52 с.

4. Організаційно-економічні засади використання енергоресурсів в аграрній сфері : навч.-метод. посіб. / М.М. Кулаєць, М.М. Лучник, Є.А. Бузовський, М.Ф. Бабієнко, О.Д. Витвицька, В.А. Скрипниченко. –НУБіП України, 2009. – 47 с.

*Раскрыты принципы и методы создания среды, благоприятной для внедрения научно-технической и инновационной деятельности в аграрных хозяйственных системах.*

***Сельское хозяйство, научно-техническая продукция, инновационная деятельность.***

*Reveals the principles and methods of creating an enabling environment for the implementation of science, technology and innovation in the agricultural economic system.*

***Agriculture, scientific and technical products, innovation.***