

Борис ПОГРІЩУК

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗЕРНОПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

*Проведено узагальнення поглядів науковців щодо організації інноваційного процесу, його спрямованості та формування інноваційного потенціалу в зернопродуктовому підкомплексі України.*

Підвищення якості і безпеки продуктів харчування, які виробляються, – беззаперечна вимога успішного розвитку та ефективного функціонування ринку, що може відбуватись лише шляхом реалізації інноваційної політики та інвестиційного забезпечення науково-технічних досліджень, технологічних регламентів, стандартів, які відповідають світовому рівню.

Проблеми світового й вітчизняного зернового господарства відображені у працях: І. І. Лукінова, О. О. Сторожука, В. І. Бойка, С. С. Бакая, М. Г. Лобаса, П. Т. Саблука, І. І. Червена, М. Я. Полоцького, О. К. Слюсаренка, О. Г. Шпикуляка, Ю. П. Воскобойніка, Р. П. Саблука, О. В. Овсянікова, В. Л. Перегуди та ін. Проте незважаючи на вагомий розробки у цій сфері, потрібно дослідити питання ефективного функціонування зернопродуктового підкомплексу на інноваційній основі, що має базуватись на новітніх підходах, враховуючи стратегічне значення зернопродукції й сучасні зміни у функціонуванні агропромислового комплексу.

Дослідження проведено на базі системного, структурного, функціонального аналізу. Virшення практичних питань, пов'язаних із поліпшенням ситуації на зерновому ринку, ґрунтується на теоретичних засадах, які є основою для виявлення наукових підходів щодо вирішення проблем стабілізації та поліпшення ситуації у зерновій галузі.

Мета дослідження – узагальнення поглядів науковців щодо організації інноваційного процесу; визначення організаційно-економічних особливостей інноваційних процесів у зернопродуктовому підкомплексі України.

З метою виявлення можливостей скорочення тривалості інноваційного процесу варто детальніше розглянути його основні складові. У багатьох працях вітчизняних та іноземних авторів наведено різні підходи до організації інноваційних процесів. Втім, незважаючи на варіативність моделей інноваційних процесів у працях окремих науковців, різноманіття запропонованих альтернатив можна розподілити на дві групи залежно від орієнтації інноваційних процесів.

У першу групу входять моделі таких авторів, як Т. Алімова [1], Л. Водачек, О. Водачкова [2], В. Ф. Гриньов [3], Л. І. Кошкін, О. Є. Хачатуров, І. С. Булатов [4], С. Д. Ільськова [5], В. Я. Кардаш [6], які в інноваційному процесі відводять першорядну роль фундаментальним, пошуковим, прикладним дослідженням і дослідно-конструкторським розробкам. Відповідно до цієї концепції організації інноваційних

процесів інновації ґрунтуються на наукових знаннях і можливостях підприємства. Ринкова затребуваність і прийнятність нововведень підприємства у запропонованих моделях інноваційних процесів або не досліджується взагалі (Л. І. Кошкін, А. Е. Хачатуров, І. С. Булатов), або вивчається на стадії маркетингових досліджень ринкового етапу, тобто після запуску новації у виробництво (С. Д. Ільєнкова, В. Ф. Гриньов, В. Я. Кардаш), коли, як показує практика, може бути вже запізно вносити зміни у концепції інновації при несприятливій ринковій ситуації, або розглядається перед запуском нововведення у виробництво, але вже після організації виробничого процесу (Т. Алімова), що також підвищує ризик ринкової незатребуваності інновацій і неефективних витрат матеріальних ресурсів і часу.

Інноваційна діяльність підприємств при застосуванні цієї концепції не має ринкової спрямованості, а зважає тільки на можливості підприємства у сфері НДДКР. З маркетингом у цих моделях пов'язується тільки комерціалізація інновацій. Несприятлива ринкова кон'юнктура щодо інновації може призвести до негативних фінансово-економічних результатів інноваційної діяльності підприємства. Крім того, розробка й виробництво нововведення без урахування потреб ринку зумовлює необхідність застосування при його реалізації стратегії прощтовхування пропозиції, що також підвищує ризики й витрати від інноваційної діяльності.

Інша група авторів, а саме J. A. A. Bradbury [7], Donald G. Marguis [8], Г. Я. Гольдштейн [9], П. Доль [10], рекомендує організувати інноваційний процес з урахуванням вимог ринку вже на ранніх етапах розробки інновації. Так, при цьому підході маркетингові дослідження доцільно проводити безпосередньо після фази генерації ідеї новації. Розробка концепції інновації на підставі маркетингових досліджень, а отже, з урахуванням вимог ринку, на нашу думку, підвищує ефективність інноваційної діяльності підприємства, знижуючи ризики та мінімізуючи витрати часу й ресурсів на впровадження нововведення.

Donald G. Marguis [8] та Г. Я. Гольдштейн [10] пропонують досліджувати ринкові можливості збуту інновацій, які розробляються на початковому етапі інноваційного процесу. Така модель організації інноваційного процесу дає змогу фахівцям підприємства не тільки вивчити поточні запити споживачів, але й виявити перспективні потреби ринку та сконцентрувати всі творчі зусилля щодо генерації ідей у необхідному напрямку, що також сприятиме тривалості й фінансово-економічній ефективності інноваційного процесу.

Прогнозуючи подальший розвиток інноваційних процесів, Roy Rothwell [11] наголошує, що особливість інноваційного процесу полягає в тому, що до паралельного процесу розробки інновації додаються нові функції: ведення НДДКР з використанням систем обчислювальної техніки й інформатики, електронних мереж і засобів зв'язку, за допомогою яких встановлюються стратегічні зв'язки новаторів із постачальниками, партнерами, споживачами. Аналіз еволюції інноваційних процесів дав змогу виявити необхідність переходу в інноваційній діяльності підприємств:

- по-перше, від організації інноваційних процесів на основі внутрішніх можливостей підприємства (сфери НДДКР) до організації з орієнтацією на потреби ринку;
- по-друге, від лінійно-послідовних інноваційних процесів – до процесів на основі паралельної діяльності інтегрованих груп з розробки інновацій. Крім того, інноваційний процес уже сьогодні має бути тісно пов'язаний не тільки з концепцією маркетингу, але й з концепцією стратегічної організації інноваційної діяльності підприємства. Сутність цієї концепції полягає в тому, що необхідна умова довгострокового розвитку підприємства – орієнтація на задоволення перспективних потреб ринку.

Основою стратегічної організації інноваційної діяльності підприємств має стати стратегія інноваційної діяльності, що розробляється в межах корпоративної (комплексної) стратегії розвитку й зумовлює формування стратегічного набору підприємства: товарної, маркетингової, конкурентної, ресурсної, фінансової, виробничої й іншої стратегій, будучи їхньою рушійною силою, тобто визначає зміст, склад, агресивність стратегій. Застосування концепції стратегічної організації інноваційної діяльності дасть змогу підприємствам поліпшити якість прийнятих управлінських рішень і забезпечить підвищення ефективності інноваційної діяльності як загалом, так і кожної інновації зокрема за рахунок скорочення витрат часу на розробку й впровадження інновації, а отже, мінімізації витрат матеріальних і фінансових ресурсів.

Узагальнююча схема концепцій організації інноваційних процесів наведена на рис. 1.

Концепція стратегічної організації інноваційної діяльності передбачає забезпечення стабільної (довгострокової) конкурентної переваги підприємства за рахунок безперервного здійснення інноваційної діяльності на основі постійного стратегічного аналізу ринкової ситуації, виявлення перспектив інноваційного розвитку підприємства й ринку, концентрації коштів і зусиль підприємства на найбільш привабливих із стратегічної точки зору напрямках інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність у зерновому господарстві як багатоаспектна проблема не достатньо вирішена на господарському, регіональному і державному рівнях, що ускладнює ситуацію з впровадженням і використанням результатів науково-технічного прогресу, яка є наслідком як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Нині зернове виробництво України характеризується структурною незбалансованістю, сучасні господарства на шляху розвитку й ефективного функціонування потребують фінансової, економічної і технологічної збалансованості з переробними підприємствами та обслуговуючими організаціями, що здійснюють матеріально-технічне забезпечення.

Інтенсивний розвиток зернового господарства потребує розробки і впровадження нових технологій виробництва, широкого застосування добрив, засобів хімічного захисту рослин. Використання хімічних сполук, гербіцидів, мінеральних добрив, пестицидів дає змогу значно зменшити ризик втрат урожаю. Але тривале застосування на посівах одних і тих же видів гербіцидів призводить до виникнення резистентності у бур'янів, подолати яку можливо лише за умови застосування препаратів нових хімічних груп, що потребує ретельного вивчення. Особливо важливим при цьому виступає питання розробки та впровадження екологічної системи ведення землеробства.

Актуальна на сьогодні й проблема розповсюдження генетично модифікованих організмів, невизначеними є наслідки розповсюдження для природи, повністю недосліджений механізм самозапилення культур та впливу на людський організм, що може призвести до незворотних змін в екосистемі.

У розвитку всього агропромислового комплексу важливе значення мають інноваційні пріоритети, реалізація яких потребує розробки конкретних програмних дій та системи інвестиційного забезпечення. Адже рівень розвитку зернового ринку суттєво впливає на рівень і якість життя населення, характеризує і визначає надійність забезпечення продовольчим ресурсом країни, сприяє зміцненню її продовольчої безпеки. За рахунок зернового сектору формується значна частка доходів аграрних підприємств, виробляється близько 18% валової продукції сільського господарства.

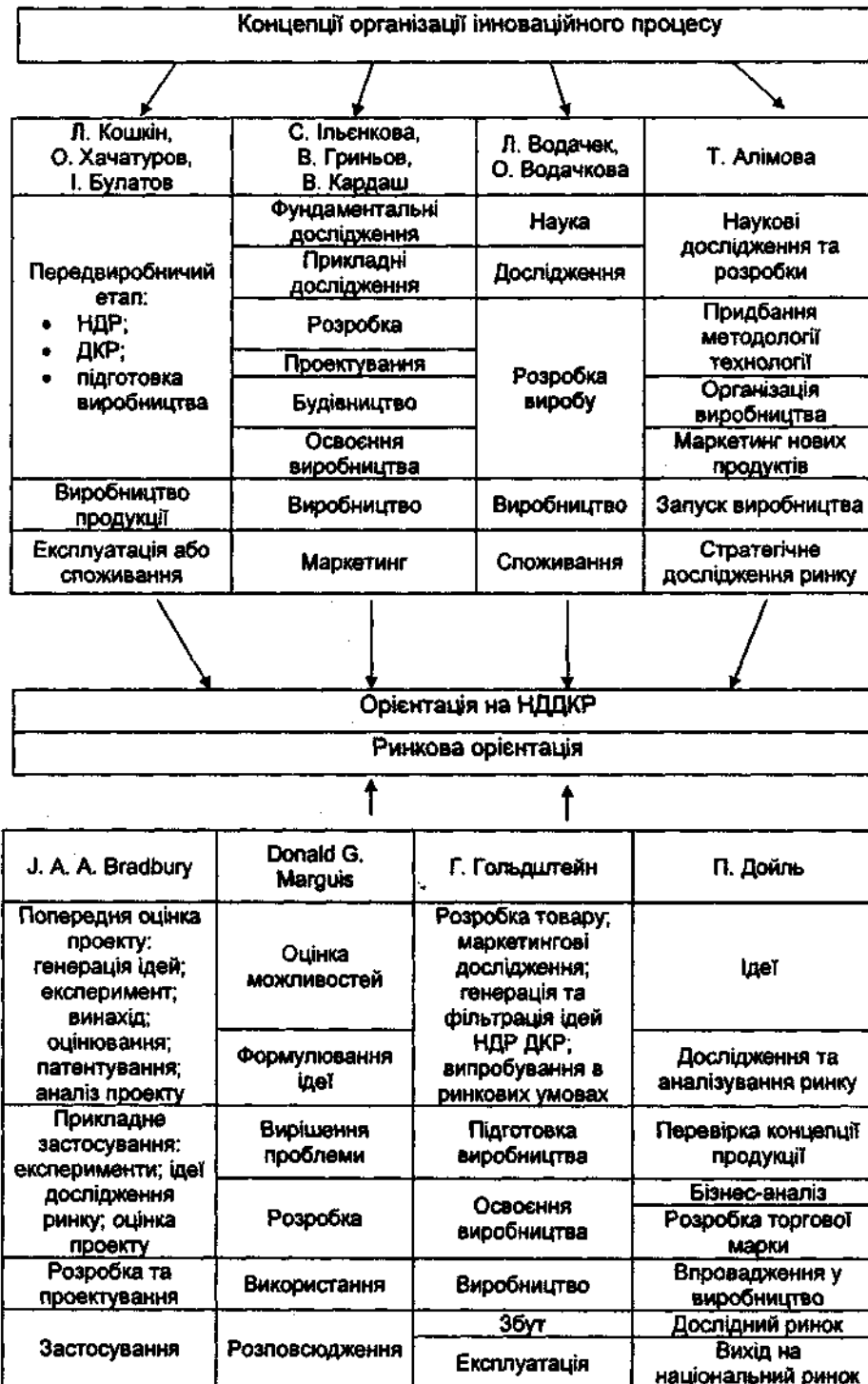


Рис. 1. Узагальнююча схема концепцій організації інноваційного процесу

Відмінності у ресурсах, які характерні зернопродуктовому підкомплексу, формують основу для диференціації їхнього інноваційного потенціалу, що створює труднощі при розробці інноваційної політики організацій. Основним методом формування і розвитку інноваційних процесів у зернопродуктовому підкомплексі виступає природно-економічне районування.

В Україні зерно вирощується в усіх природно-кліматичних зонах, проте з урахуванням регіональних ґрунтово-кліматичних умов та біологічних особливостей окремих зернових культур у нашій державі встановилася певна зональна структура виробництва зерна. У степовій зоні його зосереджено близько 45%, у лісостепу – майже 41, на Поліссі – 13,5, в Карпатах – 1,5% [12, с. 127].

Варто зауважити, що не дивлячись на відмінності у природних ресурсах, підвищити якість ресурсного потенціалу дають змогу агротехнічні заходи, які значною мірою впливають на формування інноваційного потенціалу.

Практика показує, що зерно як ринковий продукт постійно зберігає і навіть нарощує своє валютне наповнення. Необхідно на рівні держави і регіонів визначити напрями продовольчої політики, яка завжди орієнтується на внутрішній та зовнішній ринок. Дуже важливо визначитися з основними каналами реалізації продукції та можливостями фінансового відшкодування витрат. В умовах розвитку ринкових відносин, функціонування різних форм власності, джерел і рівня фінансування провідну роль відіграють переваги отримані в результаті впровадження інновацій.

Для розвитку і становлення ринку зерна, його виробничої інфраструктури доцільно формувати нові структури на основі персоналізації власності з обов'язковою участю держави. При цьому основна частина хлібоприймальних, зернопереробних підприємств була приватизована, продана або на аукціоні, а переважно передана у володіння трудовим колективам або третім особам, здана в оренду тощо.

Невід'ємною складовою інвестиційного розширення є постійне залучення нових ефективних чинників виробництва. При цьому конкурентоспроможність капіталу в багатьох аспектах ґрунтується на готовності та спроможності країни до впровадження інновацій. В умовах, коли вартість матеріально-технічних і енергетичних ресурсів значно зросла порівняно з вартістю сільськогосподарської продукції, проблема енерго- та ресурсозбереження стала пріоритетною у зерновиробництві й поставила перед науковцями завдання пошуку шляхів зниження витрат матеріально-технічних та енергетичних ресурсів.

Водночас ефективність впливу інноваційної діяльності на розвиток зернового ринку, на нашу думку, визначається врегулюванням таких компонентів: удосконалення законодавчої бази, що регламентує і стимулює інноваційну діяльність; наявність фахівців у сфері інноваційного менеджменту зі знаннями специфіки ведення зернової галузі; подолання інертності багатьох керівників до сприйняття й застосування нових розробок; активізація інвестування інновацій, застосування всієї множини їх джерел, передусім забезпечення державної підтримки, мобілізація власних засобів зернових господарств, прийнятні умови кредитування; розвиток інфраструктури інноваційної діяльності, впровадження дієвих механізмів управління науково-технічною діяльністю, який сприяв би ефективному функціонуванню ринку зерна.

Отже, відповідно до вимог часу інноваційний процес потрібно вважати не дискретним процесом, а принципом організації управління, тому необхідно формувати ефективну організаційну структуру реалізації цього процесу, що потребує значних витрат на оплату праці кваліфікованого персоналу; капітальні інвестиції у дослідні потужності (придбання сучасної техніки); фінансування поточних витрат на інноваційну діяльність.

Серед заходів інноваційного розвитку зернопродуктового підкомплексу найважливіші такі: запровадження сучасних інноваційних проектів як у виробничу так і пе-

---

перобну сферу; розробка нових інноваційних підходів, які забезпечили б ефективне освоєння перспективних інноваційних рішень; реорганізація підприємств на основі конкурентоспроможної техніки та застосування новітніх технологій; удосконалення виробничої та соціальної інфраструктури, розвиток організаційно-економічних відносин, застосування ресурсозберігаючих технологій виробництва зерна; вдосконалення організаційних форм та каналів реалізації продукції; формування нової системи управління; пошук ефективних джерел інвестування й напрямів раціоналізації використання залучених ресурсів.

#### Література

1. Алимova Т. *Инновационные процессы в малом предпринимательстве* // Вопросы статистики. – 1999. – № 8.
2. Водачек Л., Водачкова О. *Стратегическое управление инновациями на предприятии: Сокр. пер. со словац.* – М.: Экономика, 1989. – 167 с.
3. Гринев В. Ф. *Инновационный менеджмент: Учеб. пособие.* – К.: МАУП, 2000. – 148 с.
4. Кошкин Л. И., Хачатуров А. Е., Булатов И. С. *Менеджмент на промышленном предприятии.* – Л.: Эколайн, 2000. – 234 с.
5. Ильенкова С. Д., Гохбер Л. М., Ягудин С. Ю. и др. *Инновационный менеджмент* / Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
6. Кардаш В. Я. *Товарна інноваційна політика: Навч. посібник.* – К.: КНЕУ, 1999. – 124 с.
7. Bradbury J.A.A. *Product Innovation: Idea to Exploitation* John Wiley & Sons. – New York: Chichester, 1999. – 236 p.
8. Donald G. Marguis. *The Anatomy of Successful Innovation* // *Readings in the management of innovation* / Michael L. Tushman; William R. Moore (Eds.). – Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company, 1988. – pp. 79–87.
9. Дойль П. *Менеджмент: стратегия и тактика: Пер. с англ.* / Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
10. Гольдштейн Г. Я. *Инновационный менеджмент.* – Таганрог: ТРТУ, 1995.
11. Roy Rothwell. *The Changing Nature of the Innovation Process* // *Technovation.* – 1993. – № 1. – P. 12–16.
12. *Формування і розвиток ринку зерна в Україні* / Шпикуляк О. Г. Воскобійник Ю. П., Саблук Р. П., Овсянніков О. В. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 190 с.