

УДК 330.341.1:631.11 (477)

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Ларіна Я.С.

У статті подано авторське визначення категорій «стратегія», «інноваційна стратегія». Запропонована класифікація інноваційних стратегій. Обґрунтована залежність вибору інноваційних стратегій від конкурентного статусу підприємства. Розглянуто можливості застосування інноваційних стратегій в аграрному секторі економіки, зокрема, у рослинництві, тваринництві та переробних галузях

Постановка проблеми.

Основною причиною гальмування переходу до інноваційного типу розвитку аграрного сектору економіки України є відсутність у вітчизняних підприємств чітко вираженого спрямування розвитку бізнесу на основі інновацій, що були б відображені у відповідних стратегіях. Проте альтернативи такому переходу в умовах глобалізації, євроінтеграційних процесів та недостатньої конкурентоспроможності української кінцевої агропродовольчої продукції (продуктів харчування) на зовнішніх ринках не існує. Загальна стратегія диктує логіку розвитку підприємства з метою забезпечення його довготривалої конкурентоспроможності та прибутковості в мінливому ринковому середовищі. За сприятливих умов вона формує інноваційну бізнес-модель, яку обиратиме підприємство для забезпечення конкурентоспроможності продукції та прибутковості на основі інновацій як окремо кожного продукту, так і сукупного бізнесу. Нині Україну характеризують декларативний тип державного стимулювання інноваційного розвитку, збереження залишкового принципу державного фінансування інноваційної сфери, недосконалість структури та низький рівень розвитку інституцій інноваційної інфраструктури, несприятлива кредитна політика комерційних банків, відсутність державної програми стимулювання інноваційних зрушень, деформована науково-технічна

база галузевої науки, збереження диспропорцій у сфері оновлення матеріально-технічної бази промисловості, високий рівень матеріало- та енергоємності кінцевої продукції тощо [2, с. 45].

Ідентифікація та вибір адекватної інноваційної стратегії для конкретного підприємства аграрного сектору (детермінованій, з одного боку, його соціально-економічними та інноваційними цілями і завданнями, що їх конкретизують, а з іншого – параметрами детермінант інноваційного розвитку) і в межах складної системи забезпечення його конкурентоспроможності в динамічному ринковому середовищі є ключовими питаннями стратегічного управління підприємством у цілому та його інноваційною діяльністю зокрема.

Аналіз досліджень і публікацій.

Зазначимо, що проблемі управління стратегічним та інноваційним розвитком підприємства присвятили свої праці як іноземні (зокрема, П. Друкер, К. Порецькова [3], М. Портер, А. Чандлер [8], Й. Шумпетер, А. Юданов [6]), так і вітчизняні (О. Ковтун [2], О. Кузьмін, В. Чубай та інші) науковці. Питання впровадження інновацій в аграрному секторі економіки України розглянуті в працях О. Гудзинського, Т. Дудара [1], К. С. Судомир, О. Шубравської [3; 4], О. Янковської [7] та ін. Проте, незважаючи на велику кількість публікацій, слід відмітити, що питання пов'язанні з проблемами інноваційного розвитку потребують подальших досліджень. Широкий спектр питань, які стосуються змісту і шляхів удосконалення управління інноваційною діяльністю підприємств аграрного сектору у стратегічному контексті їх функціонування та розвитку, ще недостатньо вивчено. Зокрема, йдеться про роль та вибір стратегії інновацій підприємства залежно від його спеціалізації, насиченості бізнес-портфеля, конкурентного статусу, системи забезпечення конкурентоспроможності; її зміст, етапи формування, та реалізації; формування збалансованих портфелів інноваційних стратегій і ефективної системи управління інноваційним розвитком підприємства на їх основі тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У вітчизняній і зарубіжній літературі значна увага приділяється визначенню категорії «стратегія». Кожен автор певним чином обґрунтовує її сутність, доцільність формування та реалізації. Одним з найбільш чітких є трактування стратегії А. Чендлера як «...визначення основних цілей і задач компанії, а також напрямку діяльності та розміщення ресурсів найкращим чином для досягнення поставлених

задач [8]. У даному трактуванні автор визначає не тільки цільову спрямованість, але і вказує на важливість вибору головного напрямку та правильного розподілу ресурсів по її досягненню. Якщо розглядати інноваційну стратегію, то головним напрямом має стати активне впровадження інновацій та розподіл ресурсів з врахуванням цього пріоритету.

За визначенням О. Ковтун, стратегія інновацій у загальному вигляді – це надстратегія, логічна система орієнтації підприємства на пропонування інновацій (а на більш глибокому рівні – на інвестиції в інновації) за різними факторами (як типовими, так і нехарактерними), які є предметами конкуренції в певній сфері бізнесу, яка визначає напрями, сприятливі умови і можливості для інноваційного процесу та інноваційної діяльності на підприємстві з метою сприяння розвитку та отримання ефективного результату [2, с. 47]. Таке визначення достатньо повно характеризує зазначену категорію, проте слід зауважити, що залежно від ринкових позицій підприємства, його фінансових можливостей та пріоритетів інноваційні стратегії можуть відігравати у стратегічному наборі ключову роль або ж не відігравати.

Системний підхід до вивчення явищ і процесів передбачає розгляд стратегій на декількох рівнях (що залежить від масштабів діяльності, складності організаційної структури підприємства та насиченості господарського портфеля): на корпоративному, ринковому (конкурентному), функціональному та оперативному.

Згідно принципу ієрархічності, інноваційна стратегія - це провідна функціональна стратегія високотехнологічного підприємства. Вона передбачає формування комплексу заходів щодо технологічного вдосконалення виробництва, зміни організаційної структури підприємства, впровадження сучасних технологій управління, методів та інструментів маркетингу тощо. Іншими словами, стратегія - це загальний план досягнення цілей підприємства. Інноваційна стратегія нерозривно пов'язана також з другим рівнем стратегічного управління – конкурентними стратегіями, що відображено також у декількох класифікаційних підходах.

Стратегія передбачає певну послідовність ринкової поведінки, що дозволяє підприємству позиціонувати себе в навколишньому середовищі, а зміни в стратегії є реакцією на зміни зовнішніх умов.

Залежно від особливостей зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства інноваційні стратегії можуть бути розглянуті за наступними напрямками, зазначеними в таблиці 1.

Таблиця 1

Види інноваційних стратегій підприємств аграрного сектору економіки

Ознака класифікації	Види	Зміст
Конкурентний статус (за Ф. Котлером)	- стратегія лідера (активна, випереджувальна)	Характеризується постійною розробкою технологічних інновацій
	стратегія челенджера (активна, наступальна)	Включає інноваційний розвиток реакційного характеру на зміни у зовнішньому середовищі, на інновації конкурентів
	- стратегія наслідування лідера	Адаптація окремих інноваційних складових до умов конкретної галузі, регіону
Етап застосування	Стратегії НДДКР	Проведення фахівцями підприємства досліджень і розробок
	Стратегії впровадження інновацій	Оновлення виробництва, виведення продуктів на ринки, використання технологічних переваг
Диверсифікація	Горизонтальна	Розширення масштабів діяльності за рахунок інновацій у одній галузі
	Вертикальна	Охоплення інноваціями різних етапів виробничого циклу
	Інтеграційна	Розширення масштабів

		діяльності за рахунок інновацій у інших галузях
Конкурентний статус (за А. Юдановим)	Віолентна	Базується на зниженні витрат виробництва, за рахунок організації масового випуску порівняно недорогих товарів
	Патієнтна	Базується на виготовленні вузькоспеціалізованої продукції за високою ціною
	Комутантна	Гнучке задоволення локальних потреб ринку
	Експлерентна	Передбачає радикальні нововведення
Сфера реалізації інновацій	Активні (технологічні)	Реагування на поточні і можливі зміни середовища шляхом залучення постійних технологічних інновацій
	Пасивні	Впровадження інновацій не технологічного характеру

Розуміючи під інноваційною стратегією ту чи іншу модель поведінки підприємства за нових умов ринку, можна виділити дві групи стратегій: активні і пасивні. Перший вид стратегій також має назву технологічний і являє собою реакцію на зміни зовнішнього середовища через постійне впровадження технологічних інновацій [3]. Підприємство, вибираючи активні стратегії, робить ставку на використання нової технологічної ідеї. Серед активних інноваційних стратегій можна виділити три типи стратегій: лідерів ринку, челенджерів та наслідування лідерів. Їх принципова відмінність полягає в тому, що якщо технологія, яка втілена в новому продукті, або послугі є абсолютно новою для ринку, то підприємство реалізує стратегію технологічного лідерства. При стратегії наслідування лідера підприємство використовує технологічну ідею, яка на ринку вже відома.

Пасивні інноваційні стратегії являють собою постійні нововведення в позатехнологічних сферах, наприклад, в управлінні та маркетингу. Підприємство в даному випадку найчастіше обирає інноваційні стратегії у сфері диференціації за товаром, сервісом, іміджем; при цьому воно ідентифікує нові конкурентні переваги. Базуючись на сегментації ринку, підприємство може здійснювати нове позиціонування власної продукції, брендинг та ін. Пасивні інноваційні стратегії можуть передбачати застосування нових форм і методів збуту продукції, нестандартних засобів просування.

При виборі підприємством стратегії «лідерства» реалізується політика безперервного виходу нової продукції на ринку. Тому весь спектр наукових досліджень і розробок, виробництва і маркетингу спрямований на створення товару, який не мав би аналогів. Підприємства, що вибрали стратегію «лідерства» основну частину інвестицій спрямовують на дослідження й розробки. Наслідком цього є необхідність створення стратегічних союзів в області НДДКР з науково-технічними організаціями, створення венчурних фондів і підрозділів усередині компанії [3]. Стратегія «технологічного лідерства» передбачає обов'язкове попереднє дослідження ринку і потреб споживачів у даному виді продукції (стратегічний маркетинг).

Вибравши стратегію "наслідування лідера», підприємство очікує виведення продукції конкурентним підприємством, а після цього починає виробляти та реалізовувати аналогічну продукцію. Однією з основних причин успішності стратегії "наслідування лідера» є впізнаність і репутація бренду, оскільки це дозволяє в короткі терміни стати новинці комерційно успішною. При цьому слід враховувати законодавчі обмеження щодо неможливості прямого копіювання запатентованої продукції або торгової марки.

Стратегії взагалі, у т.ч. інноваційні, спрямовані на розвиток і реалізацію потенціалу підприємства і розглядаються як реакція на зміни зовнішнього середовища. Тому різноманіття інноваційних стратегій пов'язано з конкурентними перевагами підприємства.

Інноваційні стратегії в аграрному секторі економіки можуть бути спрямовані на: отримання нових кінцевих продуктів харчування; використання нових методів і технологій у НДДКР, виробництві, маркетингу та управлінні; використання нових видів ресурсів і нових підходів до застосування традиційних ресурсів (максимальна, комплексна переробка сировини).

Можливості застосування інноваційних стратегій в аграрному секторі різні, адже сільське господарство є традиційною галуззю з малодиференційованою продукцією, де доцільні переважно активні, технологічні інновації. Так, у галузі рослинництва необхідне використання науково-обґрунтованих сівозмін, застосування нових сортів і гібридів; нових сільськогосподарських машин та механізмів, систем обробітку ґрунту, а в галузі тваринництва необхідно застосування нових порід сільськогосподарських тварин, застосування високоефективних кормів, нові механізми та засоби захисту тварин. Більш детальна класифікація інновацій в аграрному секторі економіки наведена у працях О. Янковської, яка пропонує виділяти вісім типів інновацій: біологічні, технічні, технологічні, хімічні, економічні, соціальні, управлінські й маркетингові [6]. Проте, базуючись на класичному визначенні інновації як науково-організаційній комбінації виробничих чинників, соціальні та економічні аспекти слід віднести до результатів втілення інновацій, а не самих інновацій.

У переробних галузях можливе широке застосування є як технологічних, так і маркетингових інновацій.

Інноваційні стратегії підприємств суттєво ускладнюють умови управління підприємством, зокрема: підвищення рівня невизначеності результатів (зростає складність управління, різке збільшення рівня невизначеності результатів за термінами, витратами, якістю та ефективності); зростання інвестиційних ризиків за рахунок новизни вирішуваних завдань, - при додаванні інноваційної складової.

У вирішенні поставлених завдань значну роль покликані зіграти теоретичні розробки економістів, що закладають методологічні основи визначення конкурентних позицій підприємств, наприклад, праці Ф. Котлера, А. Ю. Юданова. Так, застосувавши класифікацію А. Юданова до підприємств аграрного сектора, можна виділити наступні види інноваційних стратегій для різних типів підприємств:

1. Віолентна, - характерна для великих підприємств, які здійснюють масове виробництво, і виходять на масовий ринок. Такі підприємства випереджають конкурентів ефектом масштабу. В аграрному секторі економіки України до них належать насамперед агрохолдинги, що виробляють значні обсяги зернових, насіння олійних культур та олій, цукрових буряків та цукру, м'яса та молока. Завдяки застосуванню новітніх технологій у виробництві та переробці продукції сільського господарства, можливостей контролю за дотриманням технології на всіх

етапах, впровадженню необхідних стандартів якості, агрохолдинги мають безперечні конкурентні переваги порівняно з іншими формами ведення агробізнесу [1].

2. Патієнтна, заснована на пристосуванні підприємства до вузьких сегментів ринків допомогою спеціалізованого випуску поліпшеної або абсолютно нової продукції, що має унікальні характеристики. В аграрному секторі економіки такий тип стратегій можуть використовувати господарства, що випускають органічну продукцію, продукцію з лікувальними властивостями для окремих цільових сегментів («діти», «люди похилого віку»). Патієнти спрямовують зусилля на задоволення особливих потреб споживача.

3. Експлерентна, передбачає вихід підприємства на ринок з абсолютно новим інноваційним продуктом, захоплення частини ринку. Такий тип стратегії можуть використовувати підприємства, які переходять на вирощування нових для України видів енергетичних культур (цукрове сорго, міскантус, світчґрас), та виробництво біопалива (наприклад, переорієнтація цукрових заводів на виробництво біоетанолу, виробництво паливних гранул з соломи тощо)

4. Комутантна, заснована на пристосуванні до рівня попиту даного ринку, заповненні ніш. Такі стратегії можуть застосовувати дрібні підприємства аграрного сектору, на регіональних та місцевих ринках (наприклад, виробництво хлібобулочних виробів, м'ясної та молочної продукції, напівфабрикатів тощо).

Серед причин, що гальмують розвиток інноваційної діяльності у вітчизняних сільськогосподарських підприємствах, найвагомішими у науковій літературі називають наступні: невідповідність системи управління ринковим умовам (відірваність науково-дослідних установ від ринку, відокремлені дії інститутів й аграрних підприємств); неузгодженість державних та інших економічних форм і механізмів управління інноваційним процесами, внаслідок чого наукові, виробничі, фінансові та інші ресурси використовуються неефективно; недостатня кількість чи відсутність фінансових інститутів (венчурне фінансування, грантова підтримка); відсутність законодавчої бази, яка регламентує і стимулює діяльність інноваційних підприємств; недостатній рівень фінансового забезпечення підприємств, низька доступність кредитів і державної підтримки для модернізації аграрного сектору і здійснення інноваційних змін, невисока мотивація інноваційної діяльності, нерозвиненість системи інформаційного забезпечення інноваційного

процесу. Для вирішення завдань розвитку вітчизняного аграрного сектора у напрямі світового інноваційного поступу необхідно здійснити кардинальні перетворення у межах як національної інноваційної системи, так і її мікроекономічної складової. При цьому на рівні агроінноваційної системи важливо забезпечити кількісне і якісне зростання інноваційних пропозицій, підвищення сприятливості виробників до нововведень, а також формування ефективної «провідної» мережі від науки до виробництва [4, с. 28].

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Інноваційна стратегія - це провідна функціональна стратегія високотехнологічного підприємства аграрного сектора. Вона передбачає формування комплексу заходів щодо технологічного вдосконалення виробництва, зміни організаційної структури підприємства, впровадження сучасних технологій управління, методів та інструментів маркетингу тощо. Інноваційна стратегія нерозривно пов'язана також з конкурентними стратегіями, що відображено у декількох класифікаційних підходах. Можливості застосування інноваційних стратегій в аграрному секторі різні, адже сільське господарство є традиційною галуззю з малодиференційованою продукцією, де доцільні переважно активні, технологічні інновації. У переробних галузях можливе широке застосування є як технологічних, так і маркетингових інновацій.

Література

1. Дудар Т. Г. Оцінка потенціалу і ринкових позицій аграрних холдингів / Т. Г. Дудар, В. В. Галушак // Економіка АПК. – 2011. – № 11. – С. 84- 90.
2. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О.І. Ковтун // “Економіка України”. – 2013. – 4 (617). – С. 44-56.
3. Порецкова К.В. Классификация инновационных стратегий промышленных предприятий // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 2.
4. Шубравська О.В. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: теоретико-методологічний аспект / О.В. Шубравська // Економіка України. – 2012. – № 1. – С. 27 – 33.

5. Шубравська О.В. Розвиток агроінноваційної діяльності в Україні / О.В.Шубравська, К.О.Прокопенко // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 77-81.
6. Юданов А. Конкуренция: теория и практика / А. Юданов. – М., Гном и Д, 2001. – 304 с.
7. Янковська О.І. Особливості інновацій в сільському господарстві / О.І. Янковська [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuiv.gov.ua/e-journals/eui/2010_2/10yaouiicg.pdf.
8. Chandler A. Strategy and Structure; Chapters in the history of the Industrial Enterprises. M JT Press, Cambridge, Mass, 1962.

Abstract

Larina Y.S.

Innovative strategies of enterprises in the agricultural sector of Ukraine.

In the article the author's definition of the categories of "strategy" "innovation strategy" were defined. Classification of innovation strategies was proposed. Reasonable choice of innovative strategies dependence on the competitive status of the company was described. The possibilities of the use of innovative strategies in the agricultural sector, particularly in crops, livestock and processing sectors were defined.