

Н. О. Шквиря, канд. екон. наук, ст.викладач,
Таврійський державний агротехнологічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розроблено пропозиції щодо інформаційного забезпечення аграрних підприємств, а саме через створення центру сприяння інноваційному розвитку сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інформаційна система, інформаційне забезпечення, центр інноваційного розвитку.

В статье разработаны предложения по информационному обеспечению аграрных предприятий, а именно через создание центра содействия инновационного развития сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова. Инновация, инновационная деятельность, инновационное развитие, информационная система, информационное обеспечения, центр инновационного развития.

In the article offers on information support of the agrarian enterprises are developed. Creation of innovative development assistance the center of the agricultural enterprises is offered.

Key words: Innovation, innovative activity, innovative development, information system, information maintenance, the center of innovative development.

Постановка проблеми. Сільське господарство не може ефективно функціонувати в умовах недосконалості інформаційного забезпечення. Існує проблема відсутності цілісної системи та ефективних структур ринкового типу, які б забезпечували сільське господарство науково-консультаційної допомогою в освоєння сучасних досягнень науково-технічного прогресу.

Інформаційна система сільськогосподарського виробництва являє собою один із соціальних інститутів стратегічного значення. Вона має бути цілісним соціальним утворенням, оскільки гармонійна робота окремих структурних рівнів та ланок, чітка координація їх функцій, погодженість інформаційних потоків — основна фундаментальна вимога до організації її діяльності [4].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Інноваційну діяльність аналізували та оцінювали у своїх працях такі вітчизняні науковці, як: Л.Л. Антонюк, А.Г. Бидик, С.А. Володін, С.А. Гуткевич, О.І. Даций, С.І. Дем'яненко, М.В. Зубець, Л.І. Михайлова й інші вчені. Проте питання інформаційного забезпечення інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств не розглядається в достатньому обсязі та рівні.

Ціль статті. Мета наукової роботи полягає в розробці пропозиції щодо інформаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, а саме через створення центру сприяння інноваційному розвитку сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. З метою забезпечення реалізації інноваційних перетворень (структурних, технологічних, соціальних, організаційно-правових, економічних) в сільському господарстві, підвищення рівня мотивації сільськогосподарських товаровиробників, керівників і спеціалістів підприємств до впровадження сучасних інновацій і передового досвіду вважаємо за доцільне створення таких структур, які б забезпечували інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва та здійснювали свою діяльність на регіональному рівні.

Головною метою центру інноваційного розвитку (ЦІР) сільськогосподарських підприємств є сприяння підвищенню ефективності та стабілізації виробництва на основі освоєння досягнень науково-технічного прогресу, передового досвіду через доведення до сільськогосподарських товаровиробників сучасної техніки, технологій, послуг а також організаційно-технічних рішень. Завдання центру полягає також у забезпеченні наукової та іншої науково-методичної підтримки реалізації програм інноваційного розвитку регіону, у тому числі через механізм програмно-цільового фінансування.

Дослідження всіх задач діяльності центру регіонального розвитку дозволило сформулювати наступні основні функції його діяльності:

1. Збір, узагальнення і розповсюдження знань серед суб'єктів сільськогосподарського виробництва щодо успішного здійснення інноваційної діяльності.

2. Проведення маркетингових досліджень і економічний аналіз діяльності аграрних підприємств з метою вивчення попиту сільськогосподарських товаровиробників і виявлення потреб в інноваціях.

3. Здійснення по договорам з аграрними підприємствами (замовниками) комплексу робіт по підборі, освоєнню, обґрунтуванню найбільш прибуткових науково-технічних розробок і доведення їх до впровадження в конкретне сільськогосподарське підприємство

4. Проведення семінарів, конференцій, виставок, днів поля з ціллю підвищення кваліфікації керівників, спеціалістів, а також робітників сільськогосподарських підприємств і інших керівників по питанням організації робіт по впровадженню в виробництво інновацій.

Далі розглянемо детальніше напрямки кожного із структурних підрозділів ЦІР сільськогосподарських підприємств:

1) Відділ маркетингу інновацій проводить маркетингові дослідження і економічний аналіз діяльності аграрних підприємств із метою вивчення попиту сільськогосподарських товаровиробників і виявлення потреб в інноваціях.

Маркетинг інновацій — це соціально-управлінський процес за допомогою якого задовольняється попит і пропозиція на конкретний інноваційний продукт. Маркетинг спрямовує і координує інноваційну діяльність на виробництво і споживання дійсно необхідної і ефективної інноваційної продукції і ставить її виробників у функціональну залежність від попиту і можливостей споживачів — сільськогосподарських товаровиробників, орієнтуючи на виробництво ринково затребуваної продукції [3].

Спеціалісти маркетингового відділу ЦІР виступають в якості спеціалізованого посередника у ринкових взаємовідносинах між окремими господарюючими суб'єктами — науковими закладами і аграрними товаровиробниками і вирішують наступні задачі:

- вивчають попит виробництва на науково-технічні розробки;

- беруть участь у формуванні планів наукових досліджень і виробництва затребуваної інноваційної продукції;

- організують просування інноваційної продукції, своєчасно інформуючи сільгосптоваровиробників про її наявність і можливості [6].

За допомогою маркетингових досліджень з'являється можливість погодити і збалансувати два фактори ринкових відносин:

1. Потребу товаровиробників у науково-технічній продукції (купівельний фактор).

2. Можливість наукових організація (пропозиція).

Науково-технічна продукція буде більш затребувана, коли вдасться знайти оптимальне сполучення двох факторів.

Одним із важливих напрямків маркетингу інновацій є забезпечення просування на ринок інноваційних технологій.

Крім маркетингових досліджень спеціалістами цього відділу організуються виставки, зустрічі розробників інновацій з сільськогосподарськими товаровиробниками, що спрямовані на активізацію інноваційної діяльності сільського господарства регіону, прискореному освоєнню інновацій сільськогосподарським виробництвом, встановленні тісного систематичного контакту між науковою і виробничою сферами сільського господарства.

Для отримання більш повної інформації про стан інноваційної діяльності та для вивчення інноваційних потреб сільськогоспо-

дарських підприємств спеціалістами цього відділу проводиться постійний моніторинг їх діяльності.

2) Відділ впровадження інновацій в виробництво

Основна мета цього відділу здійснення по договорам з сільськогосподарськими підприємствами (замовниками) комплексу робіт по підборі, освоєнню, обґрунтуванню найбільш прибуткових науково — технічних розробок і доведення їх до стадії інноваційного проекту для конкретного сільськогосподарського підприємства.

Цей відділ повинен будь-яку інновацію довести до реалізації і місце цієї реалізації доцільно буде перетворити у діючу демонстраційну площадку для сільськогосподарських товаровиробників даного регіону. Тому що така демонстраційна структура ближча до потенціальних учасників інноваційного процесу. Коли це представити для впровадження, ЦПР стане об'єктом вивчення для піонерів інноваційних проектів, які є найбільш прогресивними в цьому плані, внаслідок процес освоєння їх в аграрних господарствах прискориться, а масовий товаровиробник стане вчитися на їх об'єктах і впроваджувати їх в своє виробництво. Реалізувати подібну схему можуть консультанти цього відділу.

3) Навчальний відділ

Цей відділ проводить семінари і конференції, виставки, дні поля з керівниками, спеціалістами, а також робітниками сільськогосподарських підприємств за питаннями організації робіт по впровадженню в виробництво інноваційних проектів. Спеціалістами цього відділу проводиться супроводжувальне навчання всіх спеціалістів та робітників сільськогосподарського підприємства для освоєння конкретного інноваційного проекту.

Завданнями відділу також є:

- проведення семінарів для обговорення результатів досліджень, проблем інноваційної діяльності для подальшої розробки рекомендацій з ціллю поліпшення інноваційного клімату регіону;

- розробка і випуск засобів методичного, інформаційного і програмного забезпечення інноваційної діяльності для ефективного пошуку та впровадження інноваційних розробок сільськогосподарськими товаровиробниками;

- розробка і здійснення сумісних науково — дослідних і науково-технічних проектів з провідними зарубіжними науковими центрами по новим технологіям.

4) Відділ інформаційно-аналітичного забезпечення інноваційної діяльності

займається наданням інформаційних послуг сільськогосподарським підприємствам, органам управління АПК та

іншим зацікавленим підприємствам і організаціям. Основне завдання — систематизація, збір, збереження, ведення даних, необхідних для успішного проведення інноваційної діяльності. Інформаційне забезпечення є одним із важливих моментів стимулювання інноваційної діяльності в регіоні.

Цей відділ забезпечує пошук і підготовку, систематизацію та накопичення необхідної інформації про завершені розробки, дослідження, пропозиції наукових організацій, передовий досвід підприємств. Також даний відділ займається випуском статистичної літератури, виданням аналітичних і інформаційних буклетів.

Створення ринку інновацій у сільському господарстві та відсутність об'єктивної і повної інформації про нові наукові розробки вказує на необхідність формування банку даних інноваційних проектів. При головному координаторі ЦПР пропонується створити банк інноваційних проектів, що забезпечить прискорений пошук і підготовку необхідної інформації по заявці зацікавленого виробника для отримання інформації щодо розробки, впровадження інноваційного проекту і його освоєння. Через інформаційну мережу Інтернет сільськогосподарські підприємства повинні мати доступ у регіональний банк інноваційних проектів, через який можливо отримати наступну інформацію:

- відомості про розробників інноваційної продукції (банк пропозицій);
- інформацію про споживачів інновацій (банк запитів);
- відомості про кадрові ресурси регіону в сфері інновацій;
- інформацію про законодавче і нормативне забезпечення інноваційної діяльності в сільському господарстві;
- перелік організацій, які сприяють комерціалізації наукомістких розробок у сільському господарстві.

Банк інноваційних розробок поповнюється із переліку завершених науково-дослідних, конструкторських, проектно-технологічних робіт, досліджень, пропозицій наукових організацій, що пройшли попередню експертизу на практичну значимість об'єкту, відповідності його сучасним вимогам науково-технічного прогресу, перспективність, повноту і достовірність.

У функції банків входить також комплектування компетентної експертної комісії із спеціалістів необхідних галузей знань і організація проведення процедури відбору. Число, порядок і послідовність проведення експертиз визначаються галузевими нормативними документами. Сформований банк інноваційних розробок є основним джерелом для їх відбору зацікавленими підприємствами, подальшої їх оцінки стосовно до умов конкрет-

ного підприємства при складанні бізнес-плану інноваційного проекту.

У базі також повинні бути координати розробників по кожному із представлених вище напрямків. Інформація про отримані розробки повинна з'являтися в періодичних виданнях, висвітлюватися на нарадах, семінарах і конференціях, озвучуватися по радіо і телебаченню.

Шляхом прямого контакту з товаровиробниками виявляється круг інтересів і проблем у регіональному масштабі. Причому цей процес складається із двох частин. З однієї сторони, товаровиробнику представляється інформація із банку інноваційних розробок з метою інформування його про зміст розробок, які можна освоювати, а з іншої систематизуються, узагальнюються і порівнюються висунуті товаровиробниками прохання і запити. Таким чином, створюється інформаційний пакет інновацій.

Коли інформаційний блок по інноваціям сформовано, настає наступний етап реалізації конкретних інновацій або інноваційних проєктів, які відібрані в якості прибуткових та прогресивних. Цей відбір не є простим і не може бути орієнтовано тільки на бажання сільськогосподарських товаровиробників його здійснювати. Спеціалісти ЦІР зобов'язані здійснити ряд процедур системного характеру, спрямованих на довгостроковість процесу інноваційної діяльності і на його безперервність. Це означає що будь яка піонерська впроваджувальна діяльність повинна реалізовувати не тільки вигоди, закладені в нововведенні, але і створювати реальні умови для її тиражування шляхом повторення навчанням вже на конкретному об'єкті (демонстраційних площадках) і головне — для задоволення потреб сільськогосподарських товаровиробників.

Висновки. Розглянувши всі вищеперераховані аспекти, можна зробити наступні висновки. По-перше — всі заходи в рамках регіонального центру інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств проводяться з метою активізації інноваційної діяльності аграрних підприємств і створення умов для прискореного використання інноваційних досягнень, для пошуку рішення проблем, що перешкоджають впровадженню інновацій.

Технологічне і технічне оновлення всіх сфер сільського господарства призведе до суттєвого підвищення обсягів, якості і конкурентоздатності продукції, що виробляється, поліпшить соціально-економічні умови функціонування сільськогосподарських підприємств.

Регіональний центр інноваційного розвитку призведе до створення у сільськогосподарських товаровиробників мотивації до при-

йняття рішень по ефективному використанню науково-технічної інформації, буде впливати на освоєння інноваційних проектів і передового досвіду сільськогосподарської діяльності, що дозволить послідовно збільшувати обсяги виробництва і збуту продукції.

Література

1. *Антонюк Л.Л.* Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. — К. : КНЕУ, 2003. — 394 с.
2. *Бидик А.Г.* Основні методичні аспекти оцінки інноваційних інвестицій / А.Г. Бидик // Економіка України. — 2007. — № 4. — С. 68.
3. *Володін С.А.* Шляхи інноваційного розвитку системи УААН: Монографія / С.А. Володін. — К.: ННЦ ІАЕ, 2004. — 140 с.
4. *Дацій О.І.* Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / Олександр Іванович Дацій. — К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2004. — 428 с.
5. *Михайлова Л.І.* Інноваційний менеджмент. Начальний посібник / Л.І. Михайлова. — К.: Центр навч. літератури, 2007. — 248 с.
6. *Шлапак В.О.* Аспекти інноваційного розвитку сільського господарства України / В.О. Шлапак // Економіка АПК. — 2004. — № 6. — С. 65.

Стаття надійшла до редакції 19.04.2011 р.

УДК 658.8.(07)

В. Б. Шумська, аспірант кафедри менеджменту та маркетингу, Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ РИНКОВИХ ПАРТНЕРІВ

У статті розкрито сутність процесного підходу до управління маркетингом відносин; охарактеризовано основні переваги налагодження співпраці із ринковими партнерами на основі чіткого структурування бізнес-процесів; сформульовано позитивні сторони застосування принципів процесно-структурованого управління з точки зору кількісних та якісних аспектів бізнес-взаємодії.

Ключові слова: процесно-структуроване управління, маркетинг відносин, бізнес-партнери, управлінська функція, бізнес-процес.

В статье раскрыто сущность процессного подхода до управления маркетингом взаимоотношений; охарактеризовано основные преимущества налаживания сотрудничества с рыночными партнерами на основе