

9. Myt'aj, O.V., Lahodiienko, V.V., Safonov, V.V. (2015). «Competitiveness of agricultural enterprises as the main lever of sustainable development of the agricultural sector». *Economic annals - XXI*. №155 (11-12), pp. 59-62.

Abstract.

Minenko S. Strategic directions of increasing the competitiveness of agricultural enterprises of Ukraine in the international market.

The article examines the strategic directions of increasing the competitiveness of domestic agricultural enterprises in the international market. It is noted that the peculiarity of agricultural production does not form the same strategic potential of enterprises in the industry, as they implement different strategies, can operate in different environments, and respond differently to environmental factors. At the same time, land use is important in the production activities of agricultural enterprises, because the direction of production, level of specialization, its efficiency and sales opportunities depend on the area of land used by the enterprise and its quality characteristics (soil density, fertility level, etc.). It is revealed that in the near strategic perspective considering the innovation factor should be one of the decisive conditions for further development of agricultural enterprises. It is noted that today there are enough theoretical and applied problems that hinder the effective implementation of innovations, which should encourage increased state support and partnerships between government agencies and the private sector aimed at ensuring the competitiveness of producers, including in foreign markets, increase the efficiency of production and economic activities and create opportunities for investment. In addition, the agricultural sector is one of the budget-generating areas of the economy, and therefore has priority in public policy. Since 2018, the Cabinet of Ministers of Ukraine has increased its attention to the European vector of national economic development and the agricultural sector is no exception, so several decisions have been made to implement qualitative changes in the agricultural sector. To state support, the functioning of agricultural enterprises at the state level in Ukraine approved a mechanism to stimulate the development of this sector of the national economy, embodied in agricultural policy and is reflected in the forms and extent of state influence in market processes of agricultural and related markets. It is established that the task of business leaders is to choose in time the innovative direction that is not yet used by competitors and on this basis to create competitive advantages.

Key words: competitive advantages, strategic directions of increasing competitiveness, agricultural enterprises, international market.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2021 р.

Бібліографічний опис статті:

Міненко С. Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств України на міжнародному ринку. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2021. № 3. С. 39-44.

Minenko S. Strategic directions of increasing the competitiveness of agricultural enterprises of Ukraine in the international market. *Actual problems of innovative economy*. 2021. No. 3, pp. 39-44.

УДК: 658.336; JEL classification: F14; Q17
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-3-8>

БАСЮРКІНА Наталія Йосипівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління бізнесом, Одеська національна академія харчових технологій, ORCID ID: 0000-0001-9342-8863

ГРИЩЕНКО Аліна Валеріївна, аспірант кафедри управління бізнесом, Одеська національна академія харчових технологій, ORCID ID: 0000-0002-0510-017X

ЛАСКАЄВ Олександр Миколайович, асистент, аспірант кафедри управління бізнесом, Одеська національна академія харчових технологій ORCID ID: 0000-0003-4800-5380

ВАЖЛИВІСТЬ ТВОРЧОСТІ В КРЕАТИВНОМУ МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Басюркіна Н. Й., Грищенко А. В., Ласкаєв О. М. Важливість творчості в креативному механізмі управління бізнесом.

В статті розкрита актуальність використання творчості в роботі сьогоденних підприємств як переваги в збільшенні доходів організації. Проаналізовано та зазначено, що 82% опитаних керівників погоджуються з цим та готові використовувати креативність в управлінні бізнесом для збільшення частки ринку, спонукати співробітників мислити поза нормами й експериментувати. До основних переваг можна віднести: техніки креативного мислення, готовність експериментувати, впровадження та використання інновацій, стимулювання розуму, покращення співпраці між робітниками. В роботі визначені основні способи підвищення творчості та креативності співробітників на робочому місці, які керівники підприємств можуть використовувати для подальшого розвитку: заохочення відкритості, що можливо, якщо вислухати різні ідеї співробітників; сприяння різноманітності, що можливо за умови залучення різних відділів до праці разом, щоб поглянути кожному на ситуацію з різних боків; запровадження гнучкого графіку роботи, що надають співробітникам більше свободи; проведення мозкових штурмів, що допоможе генерувати ідеї для бізнесу; заохочення додаткових перерв для співробітників протягом робочого дня, щоб зберегти психічне та фізичне їх здоров'я; заохочення ризиків та експериментів; винагородження творчості співробітників, що дасть можливість встановити цінності та продемонструвати важливість у

культури компанії та сприяти творчим підходам. Запропоновані практичні напрями роботи підприємства, що можуть використовувати зазначені способи: креативність у маркетингу, використовуючи різноманітні практики залучення та просування; креативність у продажах, використовуючи чуйний та індивідуальний підхід до клієнтів; креативність у вирішенні проблем зміни, адаптації, комбінації асортименту, застосовуючи техніку SCAMPER.

Ключові слова: творчість, креативні механізми управління, техніка SCAMPER, управління бізнесом, маркетинг.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства також часто стикаються з середовищем, що постійно змінюється. Як наслідок, професіоналам потрібно швидко оцінювати нові ситуації та розробляти стратегії для навігації в них. Завдяки творчості та креативності підприємства можуть не тільки вирішувати існуючі проблеми, але й думати наперед. Впроваджуючи регулярно різні методи або процеси творчого мислення, підприємства можуть продовжувати придумувати нові покращені або захоплюючі ідеї, які відповідають поточним і майбутнім потребам ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні все більше науковців присвячує своїй праці актуальним проблемам теорії та практики креативності та творчості. До таких досліджень можна віднести: В.Я. Брич, М.М. Корман [4], Н.М. Василик, Т.О. Башук, М.О. Хижняк [3], Н.Т. Мала [7], В.Л. Пікалов [5], Д. Сайко [6], І.І. Свідрук [10].

Формулювання цілей статті. У статті розглянуто важливість креативності у бізнесі та запропоновано поради, які допоможуть підвищити її рівень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Креативність може відігравати важливу роль для бізнесу в будь-якій галузі. Заохочення творчості на робочому місці може допомогти підприємствам розробляти унікальні та інноваційні рішення та пропозиції. Ця здатність може допомогти виділити компанію серед конкурентів і залучити клієнтів. Сьогодні організації працюють у висококонкурентному глобальному середовищі, що робить креативність надзвичайно важливою. Творчість – це те, що підживлює великі ідеї, кидає виклик мисленню співробітників і відкриває двері для нових можливостей для бізнесу. З цієї причини «творчість» та «інновація» часто використовуються як синоніми, але це два окремих поняття [10].

82% керівників, опитаних американською компанією Forrester, погоджуються, що компанії отримують користь від творчості. Серед цих переваг – збільшення доходу та збільшення частки ринку. Ось чому 58% респондентів сказали, що вони ставлять цілі навколо творчих результатів, і чому ще 48% стверджують, що фінансують нові ідеї,

створені в результаті творчого мозкового штурму. Є лише одна серйозна різниця: незважаючи на очікувані переваги, 61% керівників насправді не вважають свої компанії креативними [2].

Творчість являє собою здатність розвивати нові ідеї та втілювати їх у реальність. Підприємства можуть використовувати творчість на робочому місці для створення інноваційних рішень або більш позитивного та спільного робочого середовища. Творчість спонукає співробітників мислити поза нормами та експериментувати. Крім експериментів, творчий процес також включає постановку питань або погляд на проблеми з різних точок зору. Ці якості можуть допомогти сприяти більш продуктивному мозковому штурму та поведінці в команді.

Креативність у бізнесі є важливим першим кроком, який має бути пріоритетним для вищого керівництва. Опитування, проведене IBM, за участю понад 1500 головних виконавчих директорів, показує консенсус: креативність була оцінена як фактор номер один для майбутнього успіху бізнесу, що вище управління, чесності та навіть бачення. Одна з причин цього полягає в тому, що креативним лідерам легше сприймати неоднозначність. І оскільки галузі продовжують розвиватися, цілі та пріоритети бізнесу потрібно буде змінити. Вісім із 10 опитаних керівників заявили, що очікують, що їхня галузь стане значно складнішою. Однак лише 49 відсотків впевнені, що їхні організації готові впоратися з трансформацією [2].

Заохочення творчості на робочому місці може допомогти підвищити успіх бізнесу. Творче мислення дозволяє людям розвивати нові або інноваційні ідеї та кинути виклик нормам або старим способам мислення. Така поведінка може допомогти підприємствам створювати продукти, послуги та інші пропозиції, які відрізнятимуться від їхніх конкурентів.

Як зазначалося, творчість відіграє важливу роль для бізнесу. До її переваг як креативного механізму управління можна віднести [4, 7, 10]:

- визначає нові можливості: техніки креативного мислення кидають виклик сучасним способам людей думати чи робити. Коли вони дивляться за межі того, що вже існує, це може відкрити їх розум для нових або

несподіваних можливостей. Те, що вони чогось не робили раніше, не означає, що вони не можуть цього зробити. Вони можуть ставити питання «Чому?» або «Чому ні?», щоб визначити такі можливості;

- охоплює виклики або ризики: суттєвим компонентом творчого мислення є готовність експериментувати. Експериментування дозволяє людям спробувати нові ідеї, щоб визначити, чи працюють вони, чи являють собою реальне рішення. У цьому процесі їм не доведеться хвилюватися, якщо ідея знає невдачі. Зменшення страху перед невдачею може допомогти бізнесу сприяти розумному ризику та вирішенню проблем;

- сприяє інноваціям: інновації являють собою процес впровадження та використання нових ідей чи концепцій. Творче мислення дає можливість людям дивитися на речі під різними кутами, щоб створити щось нове. Компанії, які пропагують інновації всередині та ззовні, можуть викликати захоплення своїми пропозиціями та відрізнитися від своїх конкурентів.

- стимулює розум: вправи на креативне мислення часто включають веселі або захоплюючі дії, які стимулюють різні сфери розуму, ніж повсякденні завдання. Творчість також спонукає людей шукати ідеї у всьому, змушуючи їх звертати увагу на, здавалося б, дрібні деталі або візерунки. Ці спостереження служать способом отримати натхнення для нових ідей;

- покращує співпрацю: ефективна співпраця вимагає, щоб члени команди та лідери сприймали та слухали один одного. Оскільки креативне мислення сприяє відкритості та гнучкості, люди, які використовують цю навичку, можуть виявляти більше бажання спробувати ідеї інших. Це також може допомогти зменшити судження, коли чуєте ці ідеї. Результатом мозкового штурму може стати вища якість і кількість ідей для реалізації.

Існує кілька способів підвищення творчості та креативності співробітників на робочому місці, які керівники підприємств можуть використовувати. До них можна віднести [1, 2, 4]:

Заохочення відкритості.

Творчість часто означає спробу нового. Ця практика вимагає відкритості й стриманості, коли необхідно вислухати різні ідеї співробітників. Одним із способів сприяти відкритості є запозичення техніки «Так і», яку використовують театральні колективи. Замість того, щоб реагувати на ідею, обговорюючи її недоліки або категорично відкидаючи її, цей метод дозволяє групі прийняти її та

розширити. Виключення використання «ні» дозволяє почути всі ідеї. Коли люди знають, що вони не зіткнуться з відмовою, це може змусити їх більш охоче поділитися своїми ідеями, якими б обурливими вони не здавалися.

Пропагування різноманітності.

Персонал має різні точки зору, досвід та навички, що може допомогти розвинути більш творчий бізнес. Можна сприяти різноманітності, залучаючи різні відділи працювати один з одним. Коли різні групи чи окремі особи співпрацюють, це дає змогу кожному поглянути на ситуацію з різних боків. Вони можуть побачити те, про що іншим разом і не подумали б. Зміна їхніх поглядів може допомогти їм розробити більш інноваційні та креативні рішення.

Запровадження гнучкого графіку роботи.

Гнучкі робочі механізми нададуть співробітникам більше свободи. Можливості роботи з дому можуть створити співробітникам комфортніші умови, допомагаючи зменшити стрес і підвищити продуктивність. Це також може дати їм більше свободи, ніж сидіти за робочим столом в офісі, що вони можуть використовувати, щоб бути більш активними та грати з ідеями. Дозволяючи співробітникам вибирати свій графік, також можна сприяти творчості, оскільки це дає їм змогу працювати, коли вони відчують себе найбільш продуктивними або натхненними.

Проводити мозкові штурми.

Можливо проводити регулярні мозкові штурми, щоб генерувати ідеї для свого бізнесу. Ці зустрічі сприяють співпраці та захоплюють учасників ділитися та обговорювати свої ідеї за допомогою різних ігор або прийомів. Готуючи ці заняття, необхідно обирати учасників з різними навичками та перспективами для підтримки творчого мислення. Потрібно призначити лідера, який зможе встановити основні правила діяльності та підтримувати всі обговорення. Цей лідер також допомагає в тому, щоб група підтримувала поважне середовище, де всіх чують.

Час працівникам для підзарядки.

Повсякденні завдання та творчі зусилля можуть забирати значну енергію. Щоб ваші співробітники були заряджені енергією, дозвольте їм виділити час для перезарядки. Окрім заохочення співробітників брати оплачувану відпустку за потреби (і відповідно до інструкцій компанії), можливо заохочувати перерви протягом робочого дня. Наприклад, деякі компанії розробляють оздоровчі програми, щоб навчити співробітників важливості збереження їх психічного та фізичного здоров'я.

Перерва під час роботи може бути такою ж простою, як коротка прогулянка, проведення часу на вулиці або виконання 5-хвилинних вправ для медитації. Також це можуть бути перерви, створюючи в офісі затишні зони для відпочинку співробітників. Так само, якщо в компанії є відкритий простір, можна створити гарні зони, де співробітники можуть проводити час, наприклад, для зустрічей або обідів.

Сприймання невдач.

Страх невдачі може перешкодити творчості. Люди продовжують робити те, що робили завжди, щоб уникнути ризику невдачі. Хоча жоден бізнес не хоче зазнавати невдачі, ризики також можуть призвести до великих успіхів та інновацій. Коли бізнес заохочує ризик і експерименти, персонал може відчувати більше свободи у використанні своєї творчості. Якщо план або проект не вдається, необхідна співпраця різних робітників, необхідно відзначати хороші сторони спроби та обговорення можливих помилок, як уникнути їх і покращити майбутні зусилля.

Винагорода творчості співробітників.

Можливо заохочувати творчість на підприємстві, винагороджуючи людей, які використовують цю навичку. Спробувати нове може бути складно, тому надання стимулу може зробити співробітників охочими ділитися та експериментувати з інноваційними ідеями. Ці винагороди також демонструють, що організація цінує творче мислення та дії. Встановлення цієї цінності може продемонструвати її важливість у культурі компанії та сприяти творчим підходам під час роботи.

Коли співробітник висуває нову ідею, керівництво підприємства може винагородити його зусилля, заохочуючи до дій щодо неї або випробовуючи її самостійно. Деякі роботодавці навіть нагороджують окремих людей за їхню творчість. Вони також можуть винагороджувати команди, які працюють над проектами, які тестують нові концепції, даючи їм грошовий бонус.

Далі наведені практичні напрямки роботи підприємства, де вище вказані способи розвинення творчості та креативності можна використовувати:

Креативність у маркетингу. Підприємства мають багато можливостей продемонструвати креативність у своїх маркетингових практиках, таких як маркетинг на основі досвіду. Наприклад, місцева гончарна студія могла б використовувати традиційні методи маркетингу, такі як купувати оголошення в місцевій газеті або розсилати листівки поштою. Проте вони можуть продемонструвати

творчість, влаштувавши безкоштовні майстер-класи для зацікавлених осіб, щоб вони прийшли до магазину та спробували зробити гончарні вироби самостійно.

Такий семінар дозволяє учасникам дізнатися більше про магазин і побачити, чи достатньо їм подобається досвід, щоб придбати заняття. Практичний досвід може бути більш привабливим, ніж читання реклами чи листівки. Використовуючи цю креативну маркетингову техніку, магазин залучає потенційних клієнтів і повертає до себе увагу.

Творчість у вирішенні проблем. Підприємства також можуть використовувати різні творчі вправи для вирішення проблем на роботі. Наприклад, вони можуть використовувати техніку SCAMPER для оцінки продукту чи послуги та розробки способів їх покращення чи створення чогось нового. Використовуючи вправу на креативне мислення, проектні команди можуть поглянути на існуючі ідеї під новим кутом зору або з нових точок зору. Вправи на креативне мислення сприяють створенню зон, вільних від суджень, тому всі ідеї вітаються. Ця свобода може допомогти проектним командам використовувати свою творчість для розробки більш інноваційних ідей.

Кроки, які використовують для використання техніки SCAMPER:

- Замінник: чим можливо замінити цей продукт/послугу?
- Комбінувати: можна поєднати цей продукт/послугу з чимось іншим, щоб підвищити ефективність?
- Адаптувати: можливо адаптувати цей продукт/послугу для виходу на інший ринок?
- Змінити: можливо змінити цей продукт/послугу, додавши функції або впорядкувавши його?
- Інше використання: можливість використовувати цей продукт/послугу?
- Виключити: можливість видалити з цього продукту/послуги або як я можу зменшити пов'язані з ним витрати?
- Зворотно/переупорядкувати: можливість щось змінити в цьому продукті/послугі, щоб покращити його?

Продажі є ще однією сферою, де бізнес може отримати користь від творчості. У традиційній моделі продажів може використовуватися універсальний підхід, що дозволяє клієнтам вибирати з певної кількості варіантів. Наприклад, компанія, що займається програмним забезпеченням, може запропонувати три рівні ціни. Однак професіонали з продажу можуть проявити креативність,

використовуючи більш чуйний та індивідуальний підхід.

Якщо клієнти відмовляються від доступних цін, ці професіонали можуть проявити креативність, розробляючи рішення, які краще відповідають їхнім потребам. Наприклад, вони можуть запропонувати знижку, якщо клієнт дозволяє певній кількості співробітників використовувати програмне забезпечення. Такий підхід забезпечує більш зручний для клієнтів досвід, який відповідає інтересам кожного.

Висновки. Основним інструментом сучасного управління бізнесом стає впровадження творчості в роботу підприємства та

формування за допомогою креативних методів роботи персоналу. Підприємства можуть навчитися використовувати свою винахідливість та творчість як інструмент, який може дозволити пристосуватися та подолати труднощі, що виникають внаслідок невизначеності та глобальності на ринку. Керівництву підприємства необхідно знайти спосіб цінування творчості та креативності й у бізнес-моделях. Отже, винагорода творчості на підприємстві, гнучкий графік для співробітників, використання методів стимулювання творчого мозкового штурму – все це може стати запорукою формування конкурентних переваг підприємства на ринку.

Література.

1. 29 tips be award-winning companies on "How to increase creativity in the workplace". URL: <https://filestage.io/blog/29-tips-award-winning-companies-increase-creativity-workplace/>
2. Landry L. The Importance of Creativity in Business URL: <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>
3. Башук Т.О., Хижняк М.О. Стимулювання та розвиток креативності персоналу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 1. С. 150–160.
4. Брич В.Я., Корман М.М. Креативний менеджмент : підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220
5. Кузнецова Н.Б. Концепція управління талантами в системі менеджменту знань. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. праць*. Київ: КНЕУ. 2014. № 2(8). С. 181–187.
6. Креативність. Словник.ua портал української мови та культури. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=креативність>
7. Мала Н.Т. Креативність як складова ефективного управління. *Гілея: науковий вісник*. 2011. С. 18–23.
8. Пікалов В.Л. Щодо проблем управління талановитими працівниками суб'єктів господарської діяльності. *Академічний огляд*. 2014. № 1. С. 116–120.
9. Сайко Д. Онбордінг: навіщо потрібна адаптація працівників? 2020. URL: <https://joffer.com.ua/tpost/d2cum2ezzn-onboarding-navscho-potrnbna-adaptatsya-pra>
10. Свідрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб. –К.: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

References.

1. 29 tips be award-winning companies on "How to increase creativity in the workplace". Available at: <https://filestage.io/blog/29-tips-award-winning-companies-increase-creativity-workplace/>
2. Landry L. The Importance of Creativity in Business Available at: <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>
3. Bashuk, T.O., Khyzhnyak, M.O. (2013). «Stimulation and development of staff creativity». *Marketing i menedzhment innovatsiy*, no. 1, pp. 150–160.
4. Brych, V.YA., Korman, M.M. (2018). *Kreatyvnyy menedzhment*. [Creative management]. TNEU. Ternopil. Ukraine.
5. Kuznetsova, N.B. (2014). «The concept of talent management in the knowledge management system». *Sotsial'no-trudovi vidnosyny: teoriya ta praktyka*, no. 2(8), pp. 181–187.
6. Creativity. Slovnuk.ua portal of Ukrainian language and culture. Available at: <https://slovnuk.ua/index.php?swrd=creativity>
7. Mala, N. (2011) Creativity as a component of effective management. *Gilea : scientific bulletin*, pp. 18–23.
8. Pikalov, V.L. (2014). «Regarding the problems of managing talented employees of economic entities». *Akademichnyy ohlyad*, no. 1, pp. 116–120.
9. Sayko, D. (2020). Onboarding: why do we need to adapt employees? Available at: <https://joffer.com.ua/tpost/d2cum2ezzn-onboarding-navscho-potrnbna-adaptatsya-pra>
10. Svy`druk, I. I. (2012). *Kreaty`vny`j menedzhment*. [Creative management]. Center for Educational Literature. Kyiv. Ukraine.

Abstract.

Basiurkina N., Hrishchenko A., Laskaiev O. *The importance of creativity in the creative mechanism of business management.*

The article reveals the relevance of creativity at the workplace of today's enterprises as an advantage in increasing the income of organizations. It was noted that 82% of surveyed managers agree with this and they are ready to use creativity in business management to increase market share and encourage employees to think outside the box and experiment. The main advantages include techniques of creative thinking, willingness to experiment, implementation and use of innovations, stimulating the mind, improving cooperation between workers. The paper identifies the main ways to increase creativity of employees at the workplace, which business leaders can use to develop creativity. Encouraging openness, which is possible if you listen to different ideas; promoting diversity, which is possible when working with different departments to work together and looking at the situation from different points of view; introduction of a flexible work schedule that will give employees more freedom; conducting brainstorming, which will help generate ideas for business; encouraging additional breaks for employees during the working day to maintain their mental and physical health; encouraging risks and experiments; rewarding the creativity of employees, which will provide an opportunity to establish values and demonstrate the importance of company culture and promote creativity. The practical directions of the enterprise activities which can use the specified ways are offered: creativity in marketing, using various practices of attraction and advancement; creativity in sales, using a responsive and individual approach to customers; creativity in solving problems of change, adaptation, combination of assortment, using SCAMPER technique.

Keywords: creativity, creative management mechanisms, SCAMPER technique, business management, marketing.

Стаття надійшла до редакції 15.03.2021 р.

Бібліографічний опис статті:

Басюркіна Н. Й., Гріщенко А. В., Ласкаєв О. М. Важливість творчості в креативному механізмі управління бізнесом. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2021. № 3. С. 44-49.

Basiurkina N., Hrishchenko A., Laskaiev O. The importance of creativity in the creative mechanism of business management. Actual problems of innovative economy. 2021. No. 3, pp. 44-49.

УДК 330.341; JEL classification: O13, O33, Q10
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-3-9>

ОНЕГІНА Вікторія Михайлівна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри економіки та маркетингу, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, ORCID ID: 0000-0003-0794-8032
АНТОЩЕНКОВА Віталіна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, ORCID ID: 0000-0002-3963-6263

ДИФУЗИЯ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ В УКРАЇНІ

Онегіна В.М., Антощенко В.В. Дифузія інновацій в аграрному бізнесі в Україні.

Вступ. Інноваційний розвиток соціально-економічних систем різних рівнів залежить від дифузії інновацій. В процесі дифузії відбувається розповсюдження інновацій, утвердження їх в способі виробництва та моделях споживання. Швидкість та масштабність дифузії залежать від багатьох чинників, основними з яких у попередніх дослідженнях були визначені соціальні, маркетингові, географічні.

Метою наукового дослідження, результати якого представлені в статті, стало визначення впливу організаційно-економічних чинників на дифузію інновацій у сучасному аграрному бізнесі в Україні.

Результати. Уточнено поняття дифузії інновацій з урахуванням об'єктної сфери дослідження як процесу проникнення, поширення інновацій у бізнес-середовищі, їх активне залучення, використання та утвердження в господарській практиці суб'єктів бізнесу. Важливим наслідком дифузії інновацій є підвищення продуктивності використання факторів виробництва суб'єктами бізнесу. На фоні тенденції зростання продуктивності сільськогосподарських угідь, яка оцінювалася на основі урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності праці виявлено суттєву диференціацію у факторній продуктивності в аграрному бізнесі внаслідок неоднорідності його сучасної організаційної структури. Аналіз впливу розміру підприємства на урожайність сільськогосподарських культур шляхом групування за розміром зібраної площі у 2019 році підтвердив вищу продуктивність сільськогосподарських земель, більш активне залучення інновацій у великих підприємствах.

Висновки. Встановлено зв'язок інноваційної активності сільськогосподарських підприємств в частині залучення та використання в їх діяльності виробничо-технологічних інновацій, проявом чого є вища факторна продуктивність, з їх розміром, суттєвий вплив на процеси дифузії інновацій ресурсозабезпеченості підприємств, насамперед земельними та фінансовими ресурсами. Така модель дифузії інновацій в умовах зростання їх вартості зумовлює загрозу формування стійкого «технологічного розриву» між великими та середніми і малими підприємствами в аграрному бізнесі, що потребує коригуючих заходів державної аграрної політики.

Ключові слова: дифузія інновацій, аграрний бізнес, сільськогосподарське підприємство, факторна продуктивність, урожайність.

Постановка проблеми. Формування інноваційної моделі розвитку економіки впливатиме на продуктивність виробництва

та його конкурентоспроможність, рівень добробуту та якість життя населення. Між інших чинників інноваційний розвиток економіки