

*А.В. Кочетков, канд. экон. наук, профессор, Е.П. Сильченко  
Луганский национальный аграрный университет, г. Старобельск*

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ЦЕЛЕЙ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Ключевые слова:** инновации, развитие, аграрные предприятия, эффективность, конкурентоспособность

**Key words:** innovation, development, agricultural enterprises, efficiency, competitiveness

**Аннотация:** в статье изложены результаты исследования посвященного теоретическому и практическому обоснованию необходимости инновационного пути развития аграрных предприятий Луганской области.

**Abstract:** the article presents the results of a study devoted to the theoretical and practical justification of the need for an innovative way of developing agricultural enterprises in the Lugansk region

Сельскохозяйственные предприятия Луганской области в большинстве своем работают с низким уровнем рентабельности основного производства. В области сложилась ситуация с недостаточным количеством отдельных видов продукции (молоко, мясо) при том, что закупочная цена на них не имеет тенденции к росту, в то время как цены на продукты их переработки (молочные продукты, колбасы, розничная цена мякоти мяса на рынках) существенно повысились.

Предприятия оказались заложниками ситуации, когда с одной стороны происходит рост себестоимости производства сельскохозяйственной продукции, за счет роста цен на горюче-смазочные материалы, запчасти к сельхозтехнике, с другой – цена на продукцию практически неизменна, что приводит к падению эффективности производство, снижению уровня материального и морального стимулирования персонала. При таких условиях насущной актуальной проблемой становится необходимость обеспечения инновационного пути развития аграрных предприятий региона.

К сожалению сдерживающими причинами развития инновационной деятельности следует считать ограниченность внутренних и внешних источников финансирования, инертность внедрения инноваций в производство, слабое стимулирование как авторов инноваций, так и производителей, использующих новшества [ 1 ].

Целью проведенного исследования является обеспечение теоретического и практического обоснования необходимости инновационного пути развития аграрных предприятий Луганской области.

Недостатком большинства аграрных предприятий является отсутствие условий для внедрения инновационных разработок. Аграрные предприятия области не готовы к долгосрочному хранению готовой продукции, отсутствуют средства на собственную переработку продукции, и как следствие, отсутствует собственная сеть по реализации продукции (даже незначительного объема) конечному потребителю, что позволяет посредническим фирмам и перерабатывающим предприятиям устанавливать цену на продукцию аграрных предприятий, которая иногда даже не превышает себестоимость ее производства.

Реализация продукции происходит путем продажи посредническим фирмам и заготовительным организациям, которые в большинстве своем, собственным транспортом, перевозят на свои склады.

В аграрных предприятия над увеличением объема реализации и повышением ее эффективности не работают специальные подразделения обычно имеющиеся в штате торговых и других организаций, связывающих свою деятельность с аграрным сектором экономики: отдел внедрения инноваций, отдел маркетинга и отдел розничных продаж [ 2 ].

Отдел маркетинга должен отвечать за плодотворное проведение рекламных кампаний, наличие на торговом месте привлекательных раздаточных материалов, проведение исследований покупательских предпочтений и других свойственных маркетинговому подразделению мероприятий. Реализация через розничную сеть должна осуществляться частично через собственные магазины, расположенные на территории местоположения, а также путем заключения договоров комиссии с продуктовыми магазинами в других населенных пунктах и областном центре.

Доставка товара, согласно договорам с продавцами-посредниками, может осуществляться как самим покупателем, так и транспортом предприятия-продавца на различных условиях. Для обеспечения бесперебойности данного направления предприятие должно иметь парк автомобилей. Ценовая политика должна формироваться исходя из анализа покупательского спроса и сезонности. Соответствующим образом должна осуществляться рекламная компания. В техническом плане она должна быть представлена установкой на территории города реализации рекламных щитов. Разработка миссии предприятия является первым этапом инновационного планирования деятельности организации. Предприятие существует для того, чтобы добиться чего-то в рамках окружающей среды. Конкретная цель или миссия предприятия ясна обычно с самого начала. Однако со временем по мере роста предприятия, программа может потерять свою четкость. Многие предприятия разрабатывают миссию своей деятельности. Миссия хорошо проработает, позволяет сотрудникам предприятия почувствовать себя участниками общего дела в освоении, нацеливает на достижение. Почвой миссии предприятия должна стать инновационное развитие.

В миссии предприятия должна быть четко указана сфера его деятельности. Определителями границ сферы деятельности могут служить продукция, технологии, группы клиентов, их потребности или сочетание нескольких факторов. Миссия предприятия с позиций рыночной ориентации определяет предприятие с точки зрения его деятельности по обслуживанию конкретных групп потребителей и удовлетворения конкретных нужд и запросов.

При разработке миссии предприятия рыночной ориентации руководство должно стремиться, чтобы миссия не получилась слишком широкой или очень узкой. Каждый этап расширенного воспроизводства предполагает открытие новых возможностей, но может также толкнуть предприятие на оторванные от реальности рискованные шаги, не подкрепленные его возможностями.

Исследования, проведенные на материалах аграрных предприятий подконтрольной территории Луганской области свидетельствует о том, что они декларируют следующую философию: предприятия призваны удовлетворять постоянно растущие потребности в продуктах питания в Луганской области. В дальнейшем предприятия планируют расширить свою сферу деятельности на прилегающие регионы с целью лучшего удовлетворения потребностей населения, обеспечения людей дополнительными видами продуктов, при этом создавая дополнительные рабочие места, как на самом предприятии, так и привлекать дополнительные трудовые ресурсы в сельской местности, достигая тем самым, в конечном итоге, получение большей прибыли. Все это возможно лишь при применении инновационной составляющей. Таким образом, цель предприятий региона можно сформулировать в виде девиза: «Применив инновации, мы поможем создать изобилие в каждом доме». Любое предприятие функционирует, имея связи с рынком: сначала покупает основные и оборотные средства, а затем, после цикла производства, поставяет на него свою продукцию, услуги и обеспечивает потребителей соответствующей информацией. С рынка предприятие получает деньги и снова информацию – об объемах и темпах продажи, мнения покупателей, данные о товарах конкурентов и т.д. Таким образом, возникает замкнутая система, функционирующая как единое целое. Такая информационная система обеспечивает возможность инновационного похода к решению проблемы продовольственной безопасности региона.

Кроме того, есть еще одна замкнутая система, в которой предприятие действует как принимающее звено по отношению к поставщикам продукции, которое использует в процессе производства посевной материал, горюче-смазочные материалы и т.д. В ответ на этот материальный поток, предприятие дает информацию и деньги.

Изучение экономического состояния позволяет понять действующие законы – темпы инфляции, соотношения валют, нормы налогообложения и их тенденции, уровень безработицы; и увидеть возможности использования инновационных, материальных, природных и человеческих ресурсов.

Для агропромышленных предприятий особое значение имеют уровень налогов в стране, объем экспортных операций продукции, уровень безработицы оказывает косвенное влияние через изменение покупательной способности населения.

Анализ научно-технического и технологического развития общества позволяет вовремя заметить и начать применять в практике инновационные достижения современной науки и техники в области производства, управления, доставки, продажи, а также в области информационного обеспечения, что может быть значительным конкурентным преимуществом в борьбе за конечного потребителя .

На производственную деятельность предприятия развитие научно-технического прогресса оказывает непосредственное влияние, так использования последних научных достижений и разработок позволит эффективнее использовать трудовые ресурсы особенно в сельской местности, где, как мы видим, происходит не только старение постоянного населения, но и его отток в города.

В целом, аграрная отрасль области находится в стадии зрелости. Это влечет за собой необходимость инновационного совершенствования методов менеджмента производственной деятельности. В области конкуренцию нельзя назвать жесткой, поскольку спрос на сельскохозяйственную продукцию растет более быстрым темпом, чем объемы ее производства.

Аграрную отрасль Луганской области нельзя признать привлекательной как для инвесторов, так и для работников, поскольку производство продукции связано с жизнью в сельской местности, которая характеризуется существенным отставанием как в уровне развития социально-культурной сферы, так и в уровне заработной платы по сравнению с другими отраслями экономики. Поэтому повышение, как уровня эффективности, так и уровня конкурентоспособности отрасли можно достичь только за счет обеспечения инновационного развития аграрных предприятий.

В Луганской области такие агрохолдинги как ЧАО «Агротон», ООО СП «Нибулон» успешно применяют на практике IT-технологии, что позволяет им достичь конкурентных преимуществ. Эти предприятия широко используют на практике новые технологии как в растениеводстве, так и в животноводстве.

Использование в растениеводстве системы farm-management, дронов для обработки посевов и робототехники позволяют получать отличные результаты и окупать вложения за один-два года. Применение в животноводстве сенсорных технологий, системы безопасности и контроля за выращиванием животных дает возможности значительно улучшить селекци-

онную работу и формировать собственное высокопродуктивное стадо. Система e-commerce в сфере реализации сельскохозяйственной продукции позволяет продавать аграрные товары с наибольшей выгодой.

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов:

При выборе стратегии развития аграрные предприятия на современном этапе должны максимум внимания уделять инновационной составляющей.

Во всем многообразии факторов внешней и внутренней среды, определяющих успешную деятельность аграрных предприятий, можно заметить их разделение на две группы: те, которые нуждаются в инновационных изменениях, и те, которые в меньшей мере нуждаются в инновационном подходе (земля, климат, расположение предприятия и т.д.).

Инновационные цели аграрных предприятий следует сосредоточить на производственных технологиях, техническом обеспечении, получении новых материалов (семена, корма, средства защиты растений и животных и т.д.) квалификации персонала, информационном обеспечении.

#### **Список использованной литературы**

1. Соломатин В.А. Инновационные процессы в АПК: сущность и направления развития. М. 2011

2. Янченко З.Б. Інновації в сільському господарстві: монографія. – Житомир: Полісся. 3013. – 692 с.

**УДК [008:63]+502.1(476)**

**Пашкевич О.А., канд. экон. наук, доцент**

*РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси»,  
г. Минск*

### **АГРОКУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СОЦИУМА**

**Ключевые слова:** агрокультура, биоразнообразие, сельские территории, занятость, доходы, традиции, агротуризм, наследие, ФАО, КНР.

**Key words:** agriculture, biodiversity, rural areas, employment, incomes, traditions, agritourism, heritage, FAO, China.

**Аннотация:** Сельское хозяйство, представляя собой один из основных секторов народного хозяйства, определяет условия поддержания жизнедеятельности общества, занятости населения, обеспечения продовольственной безопасности, производит объекты социальной материи