

## INOVACIJŲ DIEGIMO LIETUVOS ŪKININKŲ ŪKIUOSE MOTYVAI IR BARJERAI

**Dalia Vidickienė, Rasa Melnikienė, Živilė Gedminaitė-Raudonė**

*Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas*

Besikeičiančios maisto vartojimo tendencijos plečia rinkos, pateikiančios vartotojui aukštos mitybinės vertės, sveikatą stiprinančius ir natūralius maisto produktus, dalį ir didina inovacijų vaidmenį šiuolaikiniame žemės ūkio raidos etape. Ypač svarbios tampa organizacinės inovacijos, padedančios formuoti naujas lokalias maisto produktų rinkas. Straipsnio tikslas – ištirti inovacijų diegimo motyvus ir barjerus Lietuvos žemės ūkyje bei pateikti pasiūlymus inovacijų politikai formuoti, atsižvelgiant į augančią organizacinių inovacijų, kaip naujo ūkininkavimo sėkmės veiksnio, reikšmę. Straipsnyje pateikiami tyrimo, atlikto 2012 m., rezultatai. Tyrimo metu buvo apklausta 1100 Lietuvos ūkininkų, išsiaiškinti inovacijų diegimo motyvai ir barjerai, įvertintas bendras inovatyvumo lygis šalies žemės ūkyje ir kiek prie to prisideda įvairios mokslo, verslo ir valdžios institucijos. Inovacijų diegimo motyvai ir barjerai skiriasi ūkiuose, įgyvendinančiuose skirtingas konkuravimo strategijas. Inovacijų politikos Lietuvos žemės ūkyje formuotojams rekomenduojama paramos priemonės diferencijuoti atsižvelgiant į mažiausių sąnaudų ir diferenciacijos konkuravimo strategijas įgyvendinančių ūkininkų poreikius.

*Raktiniai žodžiai: inovacija, inovacijų politika, žemės ūkis, maisto rinka, konkuravimo strategijos.*

*JEL kodai: R58, R100, R280, R580.*

### **Įvadas**

Žinių ekonomikoje inovacijos tampa vienu svarbiausių verslo sėkmės veiksnių. XXI a. išsivysčiusių šalių ekonomika įžengė į žinių ekonomikos etapą, todėl niekas neabejoja inovacijų svarba siekiant ekonomikos augimo. Tačiau bėgant laikui inovacijos samprata keičiasi. Nors inovacijų teorija kaip atskira disciplina susiformavo visai neseniai, pradinė inovacijos ir jos skatinimo būdų koncepcija nuėjo ilgą evoliucijos kelią. Dabartinis inovacijos traktavimas gerokai skiriasi nuo pirminio. Iš pradžių inovacija buvo suvokiama kaip linijinis procesas, prasidedantis naujos technologijos išradimu ir pasibaigiantis ją naudojant pagamintais produktais. Kiek vėliau buvo pripažinta, kad į inovacijas derėtų žiūrėti kaip į tęstinį, evoliucinį procesą (Nelson, 1982), veikiamą santykių tarp organizacijų ir individų (Lundvall, 1992; Grabher, 1997) bei institucinių normų ir socialinių susitarimų (Morgan, 1997). Vis daugiau dėmesio imta skirti žinių vaidmeniui, jų vadybai, laviruojant tarp vis labiau kompleksinio žinių pobūdžio ir atskirų įmonių poreikio ypač siaurai specializuotoms žinioms (Pavitt, 2005). Pastaruoju metu inovacijos sąvoka suprantama taip plačiai, kad vis dažniau kalbama apie inovacijas, sukurtas remiantis rinkos poreikiais, nevykdant jokių mokslinių tyrimų (Bloch, 2005). Inovacijų strategija, skirta sisteminiam ir nuolatiniam veiklos tobulinimui įgyvendinti, tampa svarbi kiekvienos įmonės ar organizacijos veikloje. Inovacijos gali pasireikšti kaip naujos technologijos taikymas, naujo produkto ar paslaugos pasiūlymas vartotojui, kitokių veiklos organizavimo būdų tai-

kymas. Todėl pagrindinį vaidmenį diegiant inovacijas ima vaidinti ne mokslo įstaigos ir konsultacinės agentūros, bet patys verslininkai.

Pastaruoju metu inovacijos tapo ypač svarbios žemės ūkio sektoriuje. Vis dažniau kalbama apie tai, kad po Antrojo pasaulinio karo vyravęs agroindustrinis aprūpinimo maistu modelis patyrė krizę (Marsden, 2003, Van der Ploeg, 2010), o žemės ūkio industrializavimo pradžioje labai pažangiu laikytas intensyvus ūkininkavimas ir žemės ūkio mechanizavimas vis labiau kritikuojamas. Maisto vartojime reiškiasi naujos tendencijos, kurios maisto rinką dalijo į dvi dalis. Didelė dalis vartotojų vis dar orientuojasi į pigesnius maisto produktus, tačiau sparčiai auga vartotojų, kurie dažniau renkasi sveiką ir gamtai draugiškais būdais pagamintą maistą, skaičius. Be to, prognozuojama, kad ši tendencija ateityje tik stiprės (European ..., 2006).

Tam, kad būtų patenkinti nauji vartotojų reikalavimai maisto kokybei, ūkininkams tenka diegti daugybę inovacijų. Jos turi apimti ne tik naujų gamybos technologijų naudojimą, taikant ekologinį ar kitus, dar labiau gamtai draugiškus ūkininkavimo būdus (permakultūrą, biodinaminę, neariminę žemdirbystę ir kt.), tačiau ir kitus svarbius veiklos aspektus. Taigi ypač aktualiomis tampa organizacinės inovacijos, skirtos kitokiems marketingo, logistikos, apskaitos, darbo organizavimo metodams ūkyje diegti. Dauguma jų yra inovacijos tik ūkio ar nedidelio regiono mastu, tačiau kad jos būtų pradėtos diegti, ūkininkai turi pradėti mąstyti ir veikti kitaip nei buvo įpratę iki šiol (Van der Ploeg, 2004). Inovacijoms diegti žemės ūkio versle didelis dėmesys skiriamas ir ES 2007–2013 metų laikotarpio kaimo plėtros programoje. Šio laikotarpio paramos panaudojimo principus apibrėžiančios Kaimo plėtros Bendrijos strateginės gairės (Europos Sąjungos..., 2006) numatė, kad įgyvendinant kaimo vystymui keliamus prioritetus, šalys narės turi sudaryti sąlygas inovacijoms ir naudotis moksliniais tyrimais bei eksperimentine veikla.

Nors daugelis organizacinių inovacijų, kurios šiuo metu diegiamos žemės ūkyje, būna sėkmingos jas įdiegti pasiryžusiems ūkininkams, psichologiniai barjerai ir žinių apie verslo vadybą trūkumas išlieka svarbiu veiksniumi, stabdančiu jų diegimą. Lietuvos ūkininkai, neseniai įsisavinę rinkos ekonomikos pradmenis, ypač bijo rizikuoti ir yra inertiški organizacinių inovacijų atžvilgiu.

Lietuvoje 2007–2013 metais inovacijų sklaidą rėmė Kaimo plėtros programa (2007). Joje inovacija apibrėžta kaip nauja technologija, idėja ar metodas, skirtas naujiems procesams, technologijoms, techninėms priemonėms, žaliavoms ir produktams sukurti arba esamiems tobulinti. Tačiau konkrečiose priemonėse inovacijos buvo suprantamos siauriau. Lietuvoje inovacijoms diegti buvo taikoma priemonė „Profesinio mokymo ir informavimo veikla“, kuria buvo siekiama didinti žemės ir miškų ūkio konkurencingumą, stiprinant žmogiškuosius išteklius ir diegiant pažangias technologijas ir inovacijas. Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 metų programa finansavo parodomųjų bandymų rengimą, seminarų, lauko dienų ir kt. informavimo veiklų organizavimą, žemės ir miškų ūkio veiklos ir žemės ūkio produktų perdirbimo ūkyje mokslo žinių ir inovacinės praktikos sklaidą. Toks inovacijų diegimo būdas yra tinkamiausias technologinių inovacijų, kurias galima tiražuoti, sklaidai, tačiau nėra tinkamas organizacinėms inovacijoms diegti. Ne mažiau svarų indėlį į inovacijų kūrimo ir diegimo procesą žemės ūkyje turėjo įnešti priemonė „Žemės ūkio valdų modernizavimas“, skirta paremti investicijoms į žemės ūkio gamybą. Projekto inovatyvumas buvo vie-

nas iš projekto atrankos kriterijų, tačiau pagal šią priemonę buvo remiamas tik naujos žemės ūkio technikos, transporto priemonių, pagamintai produkcijai transportuoti ir įrangos, technologinių įrengimų, kompiuterinės ir programinės įrangos, skirtų projekto reikmėms, pirkimas (Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 metų programa, 2007). Dėl to 2007–2013 metais inovacijų diegimas ūkininkų ūkiuose buvo remiamas tik viename iš maisto tiekimo grandinės etapų – pirminėje žemės ūkio gamyboje, o prioritetas buvo suteiktas technologinėms inovacijoms, leidžiančioms padidinti gamybos produktyvumą ir sumažinti sąnaudas. Ūkininkams, kurie rinkoje konkuruoja gamindami ne pigią, standartinę produkciją, bet orientuojasi į išskirtinį, aukštesnės kokybės produktą ir siekia jį patys pateikti rinkai, pačios svarbiausios yra produkto kokybę ir išskirtinumą kuriančios bei organizacinės inovacijos.

**Straipsnio tikslas** – ištirti inovacijų diegimo motyvus ir barjerus Lietuvos žemės ūkyje bei pateikti pasiūlymus inovacijų politikai formuoti, atsižvelgiant į augančią organizacinių inovacijų, kaip naujo ūkininkavimo sėkmės veiksnio, reikšmę.

Tyrimas buvo atliktas taikant sisteminės analizės ir anketavimo metodus.

Anketuojant surinkta ir susisteminta informacija leidžia identifikuoti pagrindines inovacijų diegimo sritis, diegimo motyvus ir barjerus žemės ūkyje. Tyrimo rezultatai gali pasitarnauti rengiant inovacijų strategiją Lietuvos žemės ūkyje.

## **Tyrimo metodika**

Tyrimo duomenys surinkti naudojant klausimyną, parengtą atsižvelgiant į tyrimui keliamus tikslus. Klausimai suformuluoti siekiant įvertinti, ar Lietuvos ūkininkai suvokia inovacijas kaip ūkio sėkmės veiksnį, kokie yra inovacijų diegimo motyvai, kokios inovacijos (technologinės, produkto ar organizacinės) dažniausiai diegiamos ūkininkų ūkiuose bei kokios priežastys trukdo jas diegti. Siekiant išsiaiškinti pačius efektyviausius informacijos apie inovacijas šaltinius, anketoje buvo vertinamas įvairių institucijų indėlis į inovacijų skatinimo procesą. Respondentų taip pat buvo prašoma nurodyti, ar jie užsiima tik žemės ūkio gamyba, ar vykdo ir daugiau veiklų (perdirba ūkyje užaugintą produkciją, rūpinasi jos realizavimu vartotojams, teikia paslaugas ir kt.), taip pat amžių ir išsilavinimą.

Tyrimo metu apklausta 1100 Lietuvos ūkininkų, dalyvaujančių Lietuvos ūkių apskaitos duomenų tinkle (toliau – ŪADT). ŪADT yra unifikuota visose ES šalyse veikianti informacinė sistema, atspindinti prekinę žemės ūkio produkciją gaminančių ūkių veiklą. Ši sistema pradėjo funkcionuoti Europos ekonominėje bendrijoje kartu su bendrąja žemės ūkio politika. Į ES ŪADT pagal visoms šalims vienodą metodiką atrenkami ūkiai, pagal tam tikrus požymius atspindintys atskirų šalių ūkių visumą (Ūkių..., 2012). Toks respondentų imties pasirinkimas užtikrina duomenų reprezentatyvumą ir patikimumą, nes ŪADT struktūra yra formuojama atsižvelgiant į žemės ūkio surašymo ir žemės ūkio struktūros tyrimus, siekiant parodyti Lietuvos prekinių ūkių, didesnių nei tam tikras ekonominis dydis, veiklos rezultatus. Kad būtų atspindėta ūkių visuma, respondentai yra parenkami pagal ekonominio dydžio klases ir ūkininkavimo tipus iš visų šalies administracinių rajonų. Anketas ŪADT respondentams išplatino ir surinko Lietuvos žemės ūkio konsultavimo tarnybos darbuotojai.

Apklausoje rezultatai yra analizuojami pagal dvi respondentų grupes, kurios išskirtos remiantis dviem M. E. Porter pasiūlytomis konkuravimo strategijomis: mažiausių sąnaudų strategija (angl. *Cost leadership*) ir diferenciacijos strategija (angl. *Differentiation*) (Porter, 1980). Pasirinkusi mažiausių sąnaudų strategiją verslo organizacija siekia pagaminti tinkamos kokybės prekę arba paslaugą pigiau nei jos konkurentai, tai suteikia galimybę parduoti savo produkciją žemesne kaina nei kitų įmonių. Pasirinkusi diferenciacijos strategiją verslo organizacija siekia, kad jos gaminami produktai ar paslaugos skirtųsi nuo konkurentų tam tikromis savybėmis ir dėl to būtų pirkėjų vertinami kaip geresni nei atitinkami konkurentų produktai. Tai leidžia gauti už savo produkciją didesnę kainą nei vidutinė rinkoje.

Pirmajai respondentų grupei buvo priskirti ūkininkai, užsiimantys pirmine žemės ūkio gamyba ir gaminantys standartinę produkciją, kuri pateikiama žemės ūkio žaliavą perdirbančioms įmonėms, konkuruojantys naudodami mažiausių sąnaudų strategiją (toliau – pirmoji respondentų grupė). Antrajai respondentų grupei buvo priskirti ūkininkai, kurie, siekdami produkto išskirtinumo, perdirba žemės ūkio produkciją ūkyje, kuria tiesioginius pardavimo kanalus, teikia paslaugas, konkuruodami naudodami diferenciacijos strategiją (toliau – antroji respondentų grupė).

### **Tyrimo rezultatai**

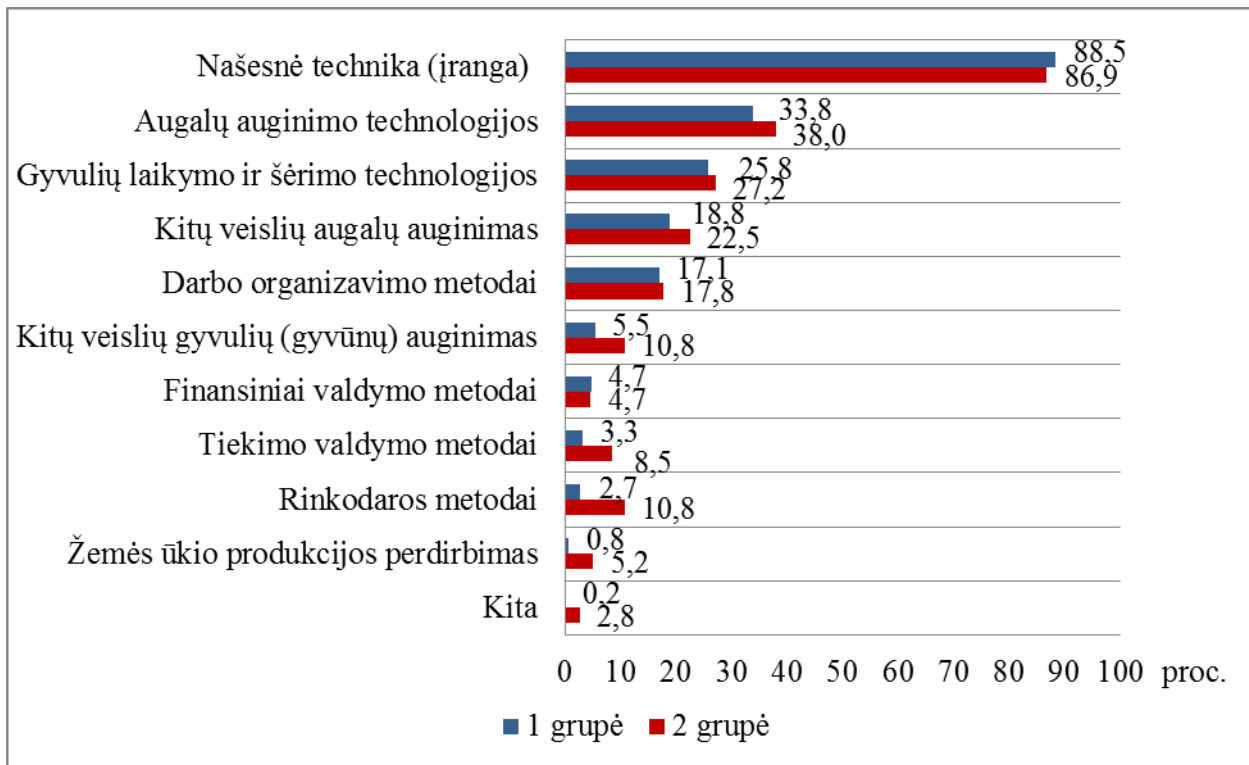
Pirmajai respondentų grupei buvo priskirta 76,7 proc. tyrime dalyvavusių respondentų, o antrajai – 23,3 proc. respondentų. Skirtingų grupių respondentų charakteristikų analizė rodo, kad antrosios grupės respondentai buvo aukštesnio išsilavinimo, didesnioji jų dalis – 40–49 ir 50–59 metų amžiaus. Tai rodo, kad diferenciacijos strategiją labiau linkę naudoti aukštesnio išsilavinimo ir verslo patirtį sukaupę ūkininkai.

Tyrimo rezultatai parodė, kad Lietuvos ūkininkai pripažįsta inovacijų reikšmę ilgalaikiai veiklos sėkmei. Tik 5,5 proc. apklausoje dalyvavusių ūkininkų teigė, kad naujovių diegimas jiems yra mažai svarbus, o kiti ūkininkai manė, jog inovacijos yra labai reikšmingas arba reikšmingas sėkmingos ūkinės veiklos veiksnys (atitinkamai 52,9 ir 41,4 proc.). Inovacijų reikšmę įvertino tiek pirmosios, tiek antrosios respondentų grupės ūkininkai, tačiau pastarosios grupės atsakymuose šiam veiksniai buvo suteikta didesnė svarba. 57,1 proc. antrosios grupės respondentų inovacijas pripažino labai reikšmingomis, o pirmojoje grupėje tokių respondentų buvo apie 5 procentiniais punktais mažiau – 51,7 proc.

Net 81 proc. visų apklausoje dalyvavusių ūkininkų teigė per pastaruosius penkerius metus savo ūkyje įdiegę inovacijas. Aktyvesni buvo pirmosios grupės ūkininkai. 81,9 proc. šios grupės respondentų teigė diegę inovacijas. Antrojoje grupėje į klausimą, ar per pastaruosius penkerius metus įdiegėte inovacijas, teigiamai atsakė 78,6 proc. respondentų.

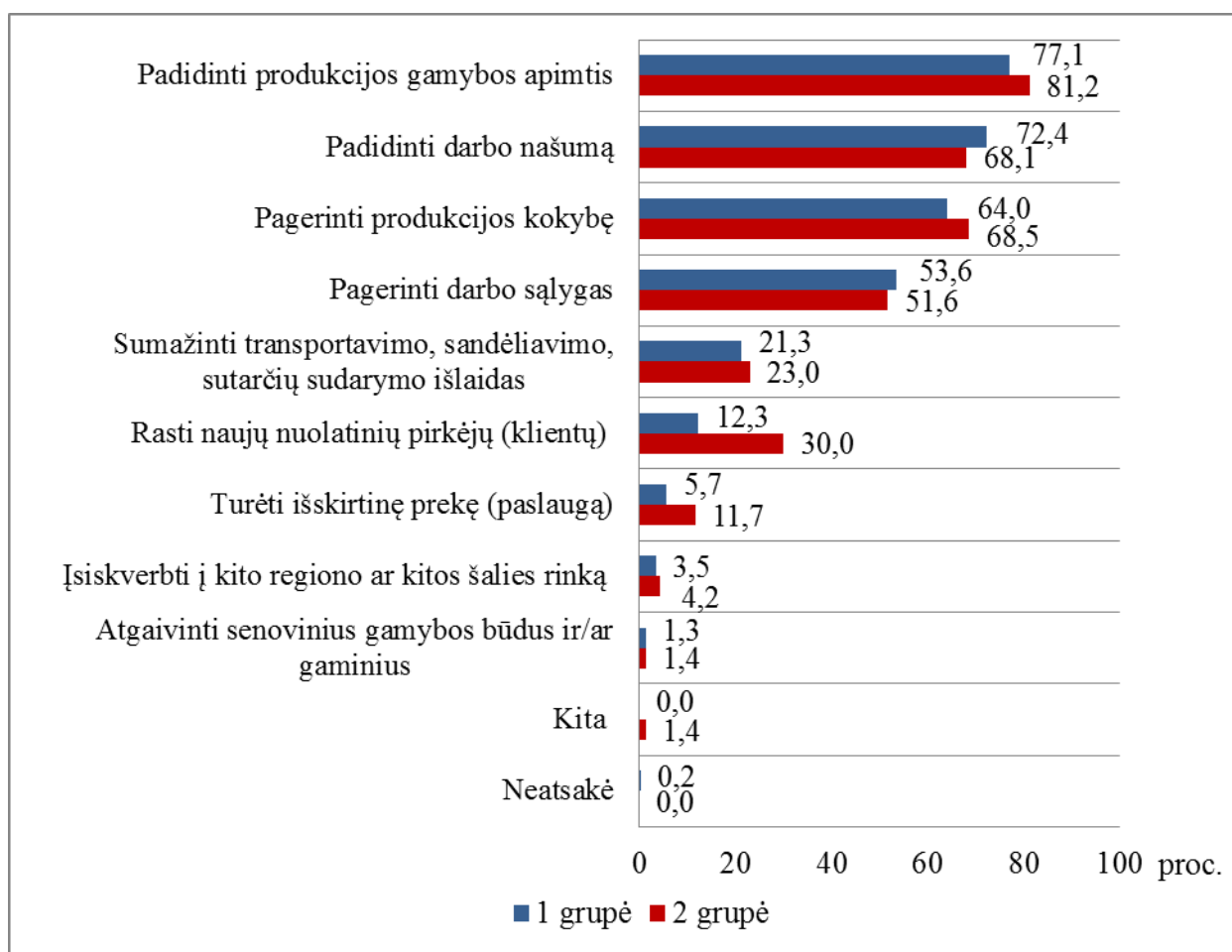
Išanalizavus inovacijų pobūdį, galime daryti išvadą, kad pirmosios grupės ūkininkai aktyviau nei antrosios diegė tik vienos rūšies inovacijas – pradėjo naudoti kitokią techniką. Apklausoje rezultatai atspindi 2007–2013 metais susiklosčiusią inovacijų diegimo praktiką, kai mažiau kuro naudojanči ir mažiau gamtą teršianti žemės ūkio technika buvo remiama kaip inovacija. (Ramanauskas..., 2009). Tačiau diegiant

naujas augalų auginimo ir gyvulių laikymo ir šėrimo technologijas, taikant ūkyje naujus darbo organizavimo, logistikos bei rinkodaros metodus ir diegiant naujoves gamybos ciklui pratęsti aktyvesni buvo antrajai respondentų grupei priskirti ūkininkai (1 pav.).



1 pav. Ūkininkų diegtos inovacijų rūšys pagal grupes, procentais nuo visų ūkininkų, diegusių inovacijas

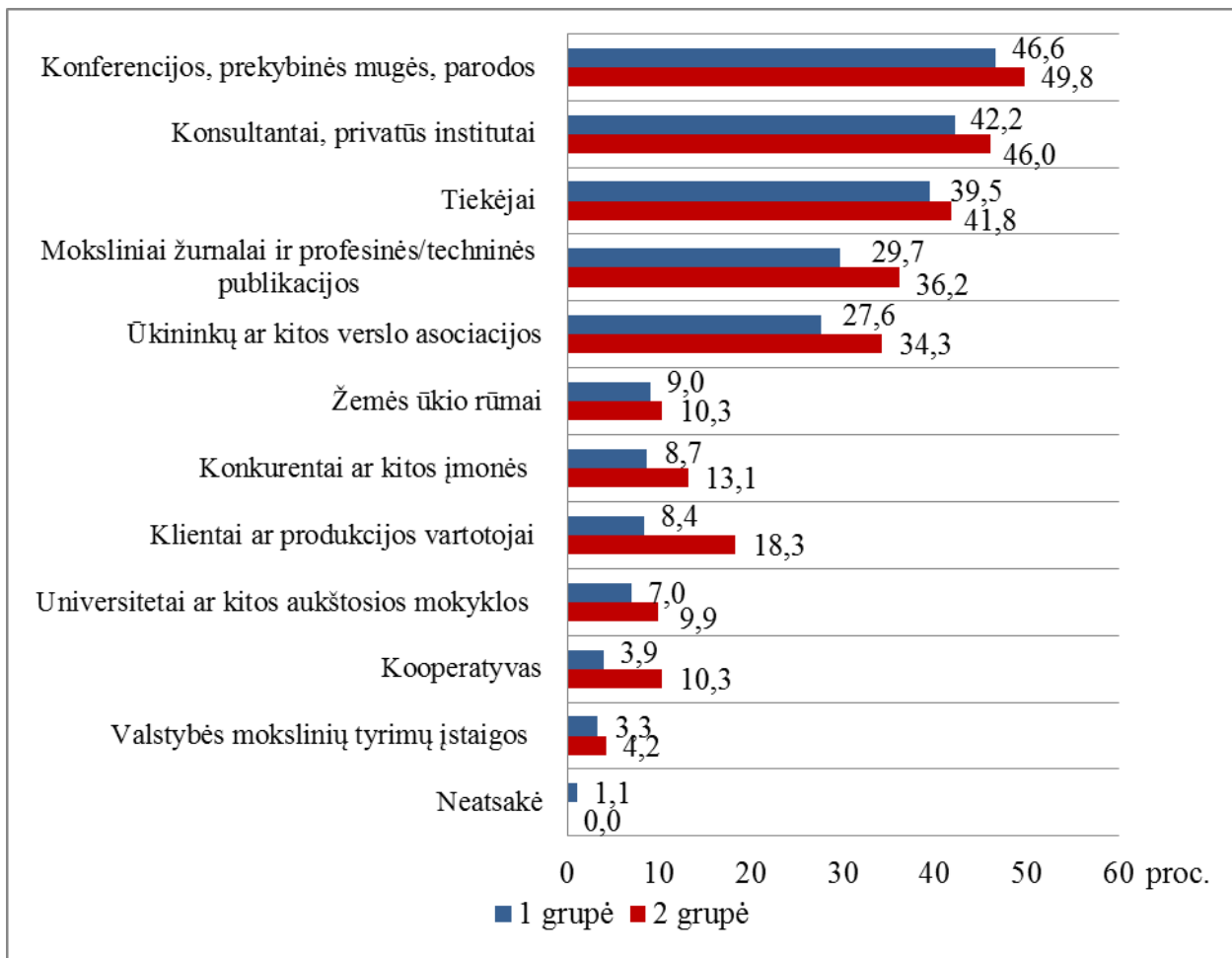
Ūkių pasirinkta gamybos strategija lėmė skirtingus inovacijų diegimo motyvus. Nors respondentų atsakymai į klausimą „Kokių tikslų siekėte diegdami naujoves?“ rodo, kad abiejų grupių respondentai išskyrė tris tuos pačius svarbiausius inovacijų diegimo motyvus – gamybos apimčių didinimas, darbo našumo didinimas ir kokybės gerinimas, – tačiau tarp šių dviejų respondentų grupių atsakymų matyti ir skirtumų. Pirmosios grupės respondentai, palyginti su antrosios grupės, diegdami inovacijas siekė didinti darbo našumą ir gerinti darbo sąlygas. Antrosios grupės respondentai gerokai aktyviau nei pirmosios diegė produkto ir organizacines inovacijas (siekė sumažinti sandėliavimo ir transportavimo išlaidas, rasti naujų nuolatinių pirkėjų, turėti išskirtinę prekę, pagerinti produkcijos kokybę). Svarbu pažymėti, kad respondentų, pasirinkusių kai kuriuos atsakymus, dalis skirtingose respondentų grupėse skyrėsi net kelis kartus. Pavyzdžiui, nurodydami inovacijų diegimo tikslą susirasti naujų pirkėjų, tai įvardijo 30 proc. antrosios grupės ir tik 12,3 proc. pirmosios grupės respondentų, o siekį turėti išskirtinę prekę ar paslaugą – 11,7 proc. antrosios ir 5,7 proc. pirmosios grupės respondentų (2 pav.).



2 pav. Ūkininkų motyvai diegti inovacijas pagal grupes, procentais nuo visų ūkininkų, diegusių inovacijas

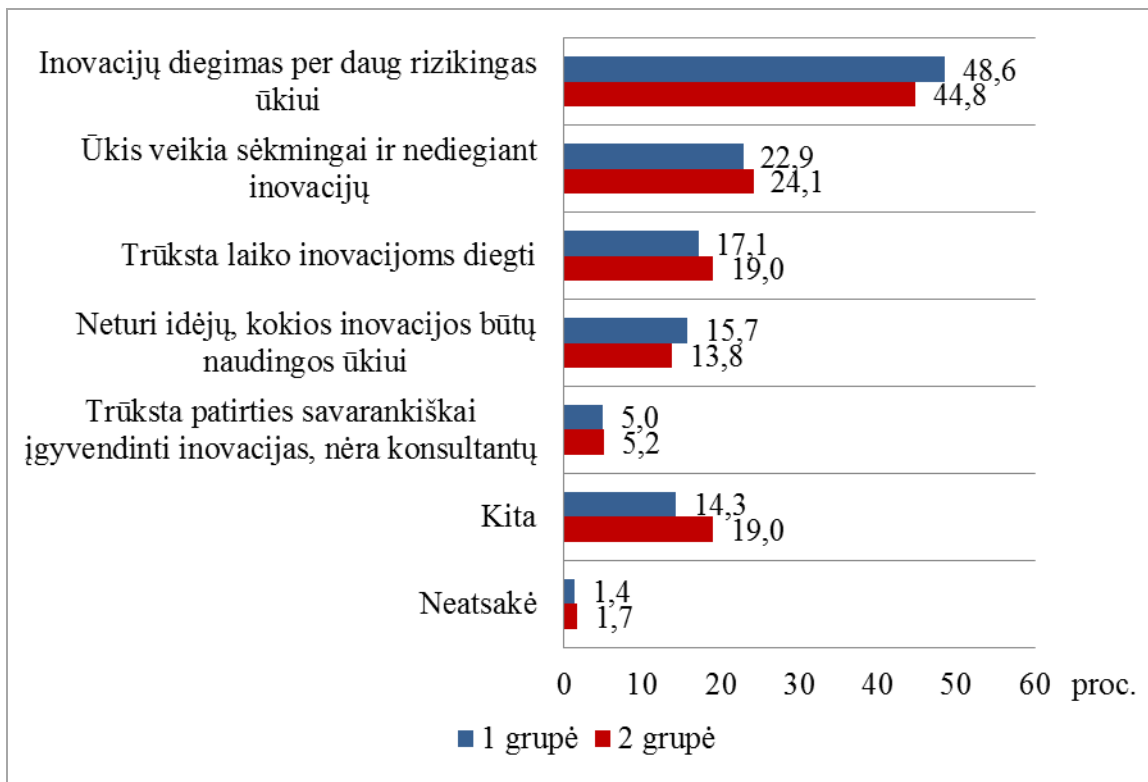
Tyrimas rodo, kad abiejų respondentų grupių atstovai dažniausiai informacijos apie inovacijas gavo konferencijose, prekybinėse mugėse ir parodose. Šiuose renginiuose organizuojami įvairūs seminarai bei mokymai, skirti supažindinti su nauja įranga bei technologijomis, ūkininkų yra gerai vertinami. Antrasis pagal reikšmingumą informacijos šaltinis apie inovacijas yra tiekėjai. Šiuos du šaltinius paminėjo beveik vienoda abiejų grupių respondentų dalis (3 pav.).

Vertinat kitus informavimo šaltinius, skirtingoms grupėms priklausančių respondentų nuomonės smarkiai skiriasi. Be to, tyrimas rodo, kad antrosios grupės respondentai yra gerokai aktyvesni už pirmosios grupės respondentes ieškodami informacijos apie inovacijas. Aukštesnis antrosios ūkininkų grupės išsilavinimas lėmė, kad net 36,2 proc. respondentų informacijos apie inovacijas ieškojo moksliniuose ir profesiniuose leidiniuose, 35,7 proc. naudojo konsultantų paslaugomis, 18,3 proc. informacijos gavo iš produkcijos vartotojų ir klientų. Būtina paminėti ir svarų kooperatyvų indėlį skatinant inovacijas. Net 10 proc. respondentų paminėjo kooperatyvus kaip dalyvaujančius informacijos apie inovacijas sklaidos procese.



3 pav. Ūkininkų informacijos apie inovacijas šaltiniai pagal grupes, procentais nuo visų ūkininkų, diegusių inovacijas

Analizuojant priežastis, kodėl ūkininkai nediegė inovacijų, beveik pusė abiejų grupių respondentų atsakė, kad vengia naujovių, nes jų diegimas yra susijęs su rizika. Kadangi daugelio ūkininkų diegtos inovacijos apsiribojo naujos technikos bei kitų įrengimų įsigijimu, o šioms investicijoms ūkininkams teko skolintis iš bankų, ši patirtis tarp ūkininkų suformavo požiūrį, kad inovacijos yra brangus ir rizikingas dalykas. Nemaža dalis inovacijų pastaruosius penkerius metus nediegusių ūkininkų mano, jog ūkis veikia sėkmingai ir be naujovių. Tokią nuomonę išreiškė 22,9 proc. pirmosios grupės ir 24,1 proc. antrosios grupės respondentų (4 pav.).



4 pav. Ūkininkų inovacijų diegimo barjerai pagal grupes, procentais nuo visų ūkininkų, nediegiusių inovacijas

Siekiant paskatinti inovacijų sklaidos procesą, ypatingą dėmesį reikia atkreipti į tuos respondentus, kurie nediegė inovacijų, nes trūko laiko jas diegti, neturėjo idėjų, kokių inovacijų reikia jų ūkiui, arba trūko patirties savarankiškai įgyvendinti naujoves. 37,8 proc. pirmosios grupės ir 38,0 proc. antrosios grupės respondentų dalyvautų diegiant inovacijas, jei sulauktų pagalbos organizuojant inovacijų diegimo procesą bei idėjų, kokios inovacijos jiems būtų tinkamos.

## Išvados

1. Pastaraisiais metais Lietuvos kaimo politikos inovacijų sklaidos priemonių prioritetas buvo teikiamas technologinėms inovacijoms, sukuriant į mažų išlaidų konkuravimo strategiją besiorientuojantiems ūkininkams sąlygas didinti darbo našumą ir gamybos produktyvumą.

2. Sparčiai augant vartotojų, kurie apsisprendžia rinktis sveikus ir gamtai draugiškais būdais pagamintus maisto produktus, skaičiui, ūkininkams atsiranda naujų galimybių nuo standartinės produkcijos pereiti prie kokybiško ir išskirtinio produkto, pateikiamo galutiniam vartotojui. Siekiant daugiau ūkininkų paskatinti prisitaikyti prie naujų rinkos galimybių ir konkuruoti įgyvendinant diferenciacijos strategiją, greita naujų gamybos technologijų vis labiau aktualiomis tampa organizacinės inovacijos, skirtos naujiems marketingo, logistikos, apskaitos, darbo organizavimo metodams ūkyje diegti. Dėl šios priežasties ateityje įgyvendinant Lietuvos inovacijų politiką žemės ūkyje, būtina didesnę dėmesį skirti organizacinėms inovacijoms.



3. Sugrupavus ūkininkus į dvi grupes, atsižvelgiant į jų pasirinktą konkuravimo strategiją, išryškėjo skirtingas šių grupių respondentų požiūris į inovacijas. Skiriasi jų inovacijų diegimo motyvai ir barjerai, įgyvendintų inovacijų pobūdis bei informacijos apie jas šaltiniai. Todėl ateityje, siekiant padidinti Lietuvos inovacijų politikos veiksmingumą, paramos priemonės turėtų būti diferencijuojamos atsižvelgiant į dvi skirtingas konkuravimo strategijas įgyvendinančių ūkininkų poreikius.

## Literatūra

1. Bloch, C. (2005). Innovation measurement: present and future challenges. Paper prepared for the Eurostat Conference. Knowledge Economy – Challenges for Measurement Luxembourg.
2. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2006). Trends and drivers of change in the food and beverage industry in Europe: Mapping report. – [http://www.pedz.uni-mannheim.de/daten/edz-ma/esl/06/ef0637\\_en.pdf](http://www.pedz.uni-mannheim.de/daten/edz-ma/esl/06/ef0637_en.pdf) [2013 01 31].
3. Europos Sąjungos Tarybos 2006 m. vasario 20 d. sprendimas „Dėl kaimo plėtros Bendrijos strateginių gairių (2007–2013 m. programavimo laikotarpis” – <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:055:0020:0029:LT:PDF> [2013 01 25].
4. Grabher, G., Stark, D. (1997). Organising Diversity: Evolutionary Theory, Network Analysis and Post-socialism. Regional Studies. Vol. 31.
5. Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 metų programa. (2007). – [http://www.zum.lt/min/failai/Oficialus\\_KPP\\_2007-2013\\_bendroji\\_dalis\\_final1vert\\_LT.pdf](http://www.zum.lt/min/failai/Oficialus_KPP_2007-2013_bendroji_dalis_final1vert_LT.pdf) [2013 01 25].
6. Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 metų programos priemonės „Žemės ūkio valdų modernizavimas“ antrosios ir trečiosios veiklos sričių įgyvendinimo taisyklės. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro 2007 m. spalio 31 d. įsakymas Nr. 3D-480. – <http://www.zum.lt/index.php?1428545306> [2013 01 25].
7. Lundvall, B. A. (1992). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. – London: Pinter Publishers.
8. Marsden, T. (2003). The condition of rural sustainability. – Uitgeverij Van Gorcum.
9. Morgan, K. (1997). The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal // Regional Studies. Vol. 31.
10. Nelson, R. R., Winter, S. G. (1982). An Evolutionary Theory of Economic Change. Harvard University Press. – Cambridge, Mass.
11. Pavitt, K. (2005). The Process of Innovation. J. Fagerberg, D. Mowery and R. R. Nelson. The Oxford Handbook of Innovation. – Oxford: Oxford University Press.
12. Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy. – New York: Free Press.
13. Ramanauskas, J., Kirstukas, J. (2009). Inovacijų plėtra modernizuojant ūkininkų ūkius // Management theory and studies for rural business and infrastructure development. Nr. 18 (3).
14. Ūkių veiklos rezultatai (ŪADT tyrimo duomenys). (2012). FADN survey results 2011. – Vilnius: Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas.
15. Van der Ploeg, J. D., Bouma, J., Rip, A., Rijkenberg, F.H.J., Ventura, F., Wiskerke, J.S.C. (2004). On Regimes, Novelities and Co-Production. Wiskerke J.S.C., Ploeg van der JD, Seeds of Transition. – Van Gorcum, Assen.
16. Van der Ploeg, J., Jingzhong, Y., Schneider, S. (2010). Rural development reconsidered: building on comparative perspectives from China, Brazil and the European Union // Rivista di economia agraria. Nr. 65 (2).

## MOTIVES AND BARRIERS OF USING INNOVATIONS BY LITHUANIAN FARMERS

**Dalia Vidickienė, Rasa Melnikienė, Zivilė Gedminaitė-Raudonė**

*Lithuanian Institute of Agrarian Economics*

### Summary

Changing food consumption patterns have influenced market share in food production. More consumers are requesting high nutritional value products, natural food and food products supporting health. These changes increased the role of innovations in agriculture in post-industrial development stage. Organizational innovations play the most important role by helping to form new local food market. Lithuanian Institute of Agrarian Economics in 2012 conducted a research based on the survey on innovations in Lithuanian agriculture. 1100 respondents participated in the survey. Data analysis was used to identify motives and barriers for applying innovations at the farms, to define overall level of innovations in agriculture and how various institutions as research, business and public institutions contribute to spreading innovation techniques. The research results revealed that motivation and barriers for applying innovation differs at the farms implementing cost leadership or differentiation strategy. Policy makers of the innovation policy should differentiate policy measures based on the competitive strategies used in the farm.

*Key words: innovation, innovation policy, agriculture, food market, competitive strategy.*

*JEL codes: R58, R100, R280, R580.*