

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АПК**

***Резюме.** Розглянуто сутність процесу інноваційного та маркетингового забезпечення АПК. Визначено значущість концептуальних засад інновацій. Проведено аналіз інформаційних потоків для оптимізації економічних процесів.*

***The summary.** The analysis of market condition is conducted in Ukraine. The ways of increase of efficiency of functioning of infrastructure of market of products are offered AIC.*

***Ключові слова:** інформаційні потоки, інноваційна система, оптимізація, ринкова система.*

**Постановка проблеми.** Трансформаційні процеси в Україні зумовили хвилю кардинальних перетворень суспільного характеру, що стосується практично усіх аспектів життя людини та держави.

Становлення основ соціально орієнтованої економіки в Україні відбувається в умовах значної кризи та спаду виробництва усіх товарів.

Найактуальнішою проблемою державної економічної політики є здатність забезпечення умов стабільного розвитку на основі оптимізації процесу інноваційного та маркетингового забезпечення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Найновіші публікації вітчизняних економістів свідчать про ряд особливостей у формуванні засобів у системі управління інноваційного забезпечення АПК.

Дослідження даної проблеми у своїх працях висвітлювали П. Саблук, В. Трегобчук, С. Дусановський, Т. Дудар, П. Гайдуцький та багато інших.

На даному етапі розвитку країни інноваційна та маркетингова діяльність виступає одним із визначальних чинників прискорення економічного зростання. Дослідження даної проблеми набуває більшої актуальності розвитку національної економіки.

**Мета статті.** Оцінити ефективність інноваційної діяльності на основі визначення результатів діяльності підприємства й управління процесами формування та використання матеріальних засобів.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення методик проведення аналізу інновацій, які існують у світовій та вітчизняній практиці, дозволяє узагальнити досвід і вийти на сучасний рівень процесів інноваційної діяльності.

В сучасних умовах господарювання велике значення для пропаганди передових технологій та нових видів продукції має виставкова діяльність наукової установи. Виставковий бізнес в Україні, який почав формуватися від часу проголошення незалежності нашої держави, привертає до себе дедалі більшу увагу вітчизняних науковців та практиків. При цьому ефективність виставкових заходів на шляху просування наукової продукції повинна підвищуватися шляхом проведення різних конференцій, семінарів, форумів та інших подій безпосередньо під час виставки. Не менш важливу роль у процесі рекламування інноваційної продукції відіграє використання у даному процесі таких комунікативних засобів, як радіо і телебачення, що справляють визначальний вплив на формування думки потенційного споживача.

Важливою функцією ринкової системи розповсюдження наукових сільськогосподарських знань та інформації є забезпечення зворотного зв'язку між виробництвом і наукою. При цьому працівники сільськогосподарських органів управління, дорадчих служб, регіональних центрів наукового забезпечення і науково-виробничих формувань повинні, за допомогою соціологічних та економічних досліджень, виявляти проблемні ланки у діяльності окремих товаровиробників і, відповідно, формувати соціальні замовлення в аграрній науці щодо напрямів подальших досліджень.

У результаті цього буде досягнуто поліпшення якості науково-консультаційного обслуговування аграрних товаровиробників, дієвості навчання спеціалістів сільського

господарства та результативність наукових досліджень. При цьому напрями інформаційних потоків можна відобразити у вигляді схеми (рис. 1).

Як бачимо з рисунка, ми пропонуємо формувати замовлення на наукову продукцію безпосередньо на місцевому рівні. В цьому процесі активну роль, як вже наголошувалося, повинні відігравати регіональні дорадчі служби, що мають формувати інформаційні запити окремих товаровиробників і, таким чином, створювати базу даних інноваційних продуктів.

Варто наголосити, що на сьогодні якість управління інноваційними процесами стає визначальним фактором конкурентоспроможності підприємств, у тому числі й в аграрному секторі економіки.

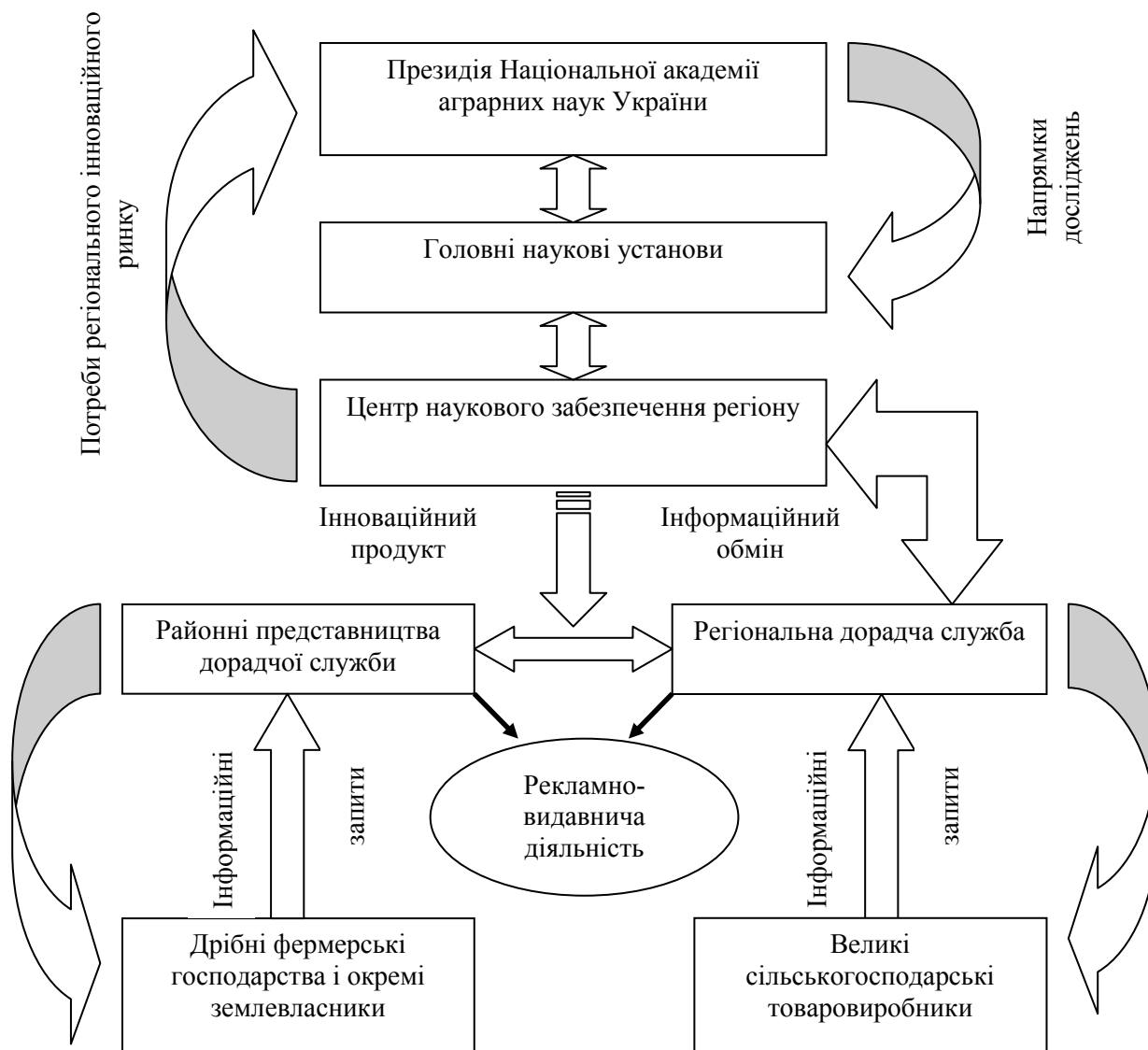
Враховуючи це, повноцінне включення сільського господарства у процес розвитку національної інноваційної системи є одним із особливо актуальних питань розвитку національної економіки.

Останнім часом інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва набуває дедалі більшого значення. Його актуальність, особлива для нашої країни, бо вона будує суспільство, засноване на ринкових відносинах, і вступає в тісні виробничі й державні стосунки зі світовим співтовариством.

Стабільність економіки регіону в подальшому залежатиме від того, чи буде сформовано та запроваджено інноваційну модель його розвитку.

В даному аспекті визначальну роль повинно відігравати створення регіональних інноваційних систем, діяльність яких буде спрямована на формування державної інноваційної політики на регіональному рівні.

Сутність інноваційної політики розвитку регіонів має індивідуальний характер: з одного боку, виходячи із загальнодержавних та регіональних інтересів, повинна здійснюватися практична діяльність держави в регіонах, що базується на інноваційних елементах управління та сприяння формуванню інноваційного клімату територій, з іншого, – така політика повинна забезпечувати розвиток регіонів за допомогою поширення інновацій та ефективного використання інноваційного потенціалу.



**Рисунок 1. Схема інформаційних потоків для оптимізації процесу інноваційного забезпечення АПК**

Оптимальне поєднання цих двох складників забезпечуватиме дієвість інноваційної політики, яка формується з метою забезпечення збалансованого динамічного розвитку регіону для формування інноваційного клімату та шляхом запровадження інновацій в усі сфери господарювання, виходячи із можливостей інноваційного потенціалу.

Політика інноваційного розвитку регіону повинна поєднувати як державні, так і внутрірегіональні інтереси, доповнюючи і збагачуючи їх.

Наголошуючи на збалансованій взаємодії суб'єктів господарювання та виробників інноваційної продукції, варто б було наголосити ще й на консолідації зусиль виконавчих державних інституцій з метою становлення системи нормативно-правового, організаційного, інформаційно-аналітичного та фінансового забезпечення інноваційних процесів в Україні.

При цьому загальнодержавні пріоритети інноваційної політики за умови їх усвідомлення на всіх рівнях як основного засобу реалізації загальнонаціональної ідеї для досягнення єдиної і спільної для всіх мети повинні бути спрямовані на:

- створення вискоєфективної системи телекомунікацій, запровадження новітніх методів передавання та опрацювання інформації;

- формування загальнодержавної системи автоматизованого пошуку, збору, накопичення, аналітичного опрацювання, систематизації, консолідації, зберігання, розповсюдження і надання інформації в сфері науково-технологічного та інноваційного розвитку, єдиної системи обліку електронних інформаційних ресурсів держави;
- забезпечення через систему інформаційних ресурсів широкомасштабного використання існуючого науково-технічного доробку (зокрема, баз даних НДДКР) щодо його інноваційного впровадження та підвищення рівня науково-технічного потенціалу у сфері інноваційної діяльності;
- прискорене використання або впровадження (іноді і на безприбуткових засадах) нововведень;
- трансфер технологій у виробництво (у т.ч. до приватного сектора господарювання);
- визначення національних пріоритетів науково-технічного спрямування (напрямок робіт), «критичних» та/або «високих» технологій та їх забезпечення і супровід відповідною інвестиційною, податковою та амортизаційною політиками;
- створення механізмів державного стимулювання інноваційної активності підприємств, а також здійснення інноваційного тиску на суб'єкти господарювання через введення санкцій на випуск застарілої продукції та використання неефективних ресурсо- й енергоємних та екологічно небезпечних технологій;
- орієнтованість політики органів влади різних рівнів на активну взаємодію і співробітництво як між собою, так і з підприємницькими та науковими і бізнес-освітніми секторами економіки території;
- цілеспрямована підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;
- створення мережі малих інноваційних упроваджувальних підприємств;
- удосконалення системи управління інноваційними проектами і програмами;
- підвищення інноваційної культури суспільства;
- створення системи організаційно-економічного та інформаційного забезпечення розвитку інноваційних процесів.

При цьому, здійснюючи політику регулювання і стимулювання інноваційного розвитку, держава змушена постійно вирішувати проблему балансу розподілу суспільних ресурсів. Традиційна дилема суспільного вибору встановлення співвідношення між виробництвом продукції споживчого і виробничого призначення ("гармати чи масло") перетворюється сьогодні на триаду "гармати, масло чи наука". Вкладаючи кошти в стимулювання споживчого попиту, суспільство відволікає їх від інвестиційного й інноваційного напрямів (точніше, ці кошти використовують на поновлення інвестиційного потенціалу тривалим шляхом, суттєво втрачаючи обсяг). Рішення про концентрацію коштів на реалізацію інноваційних проектів, своєю чергою, призводить до відносного зменшення обсягів споживання та поточного виробництва й інвестування. Проте, як зазначав ще М. Туган-Барановський, у довготерміновій перспективі саме технологічні зміни формують сукупний попит. Отже, вкладаючи кошти в інновації, суспільство закладає основи довготермінової стратегії формування внутрішнього ринку товарів споживчого та виробничого призначення.

Нині важливу роль у визначенні спрямованості дослідницької та інноваційної діяльності повинен відігравати саме ринок. Тому потрібно здійснювати ретельне, постійне оцінювання потреб ринку, виявляти способи їх задоволення.

Ключовим моментом стратегії маркетингу є дослідження і прогнозування попиту на новий товар, засноване на досконалому вивченні сприйняття споживачем нововведення.

Аналіз попиту на нововведення має величезне значення, оскільки від його результатів залежить точність розробки виробничої програми підприємства, стратегія й обсяг реалізації його продукції і, отже, фінансові результати його діяльності.

Аналіз попиту на нововведення проводиться в таких напрямках:

- аналіз потреби в нововведенні чи реалізованому нововведенні (продукті чи послугі);
- аналіз попиту на нововведення і пов'язані з ним послуги, а також вплив на них різних факторів;
- аналіз впливу попиту на результати діяльності підприємства;

• визначення максимального обсягу збуту й обґрунтування плану збуту з урахуванням проведеного аналізу і виробничих можливостей фірми [3].

Тому потрібно розуміти, що суттєвим чинником підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, насамперед інноваційної та маркетингової, як показує досвід провідних компаній світу, є внутрішній маркетинг – процес управління персоналом на маркетингових засадах. Необхідною передумовою як запровадження, так і активізації маркетингу інноваційних товарів на підприємстві є використання внутрішнього маркетингу інноваційних ідей, проектів, стратегій.

У ході стратегічних досліджень керівник інноваційного проекту повинен визначити, яку продукцію, якої якості і яких споживачів він буде пропонувати. Тому стратегічний маркетинг орієнтований на тісний контакт працівників маркетингових і соціологічних служб підприємства зі споживачем (анкетування, опитування телефоном, репрезентативні вибірки і т.д.).

Варто наголосити, що з початку 90-их років у європейському землеробстві спостерігається відхід від типової сільськогосподарської інтенсифікації технологій на користь екологізації, яка ставить на перше місце проблеми охорони навколишнього природного середовища.

Сьогодні практично всі країни світу постали перед серйозним викликом, як уникнути економічного спаду й зберегти активний темп розвитку економіки в умовах нестабільності на фінансових і продовольчих ринках.

Тому важливу роль у такій ситуації має відігравати розроблення і запровадження у практику еко-інноваційних концепцій управління і розвитку як на рівні окремих підприємств, так і в межах усієї сільськогосподарської галузі.

У ХХ ст. причиною погіршення якості й родючості ґрунтів визнано їх неправильну обробку та застосування інтенсивних технологій у сільськогосподарській галузі. Результатом усвідомлення цих помилок і став розвиток екологічного землеробства, що засноване на розумінні взаємозв'язку та взаємозалежності людини й оточуючого її середовища. У зв'язку з цим особливо актуальними є дослідження у сфері органічного землеробства та екологічно безпечних технологій організації сільськогосподарського виробництва.

Взагалі екологізація землеробства в Україні стає дедалі привабливішою в економічному плані для держави. Тому вітчизняна агронаука, виходячи з особливостей природно-кліматичних умов, типів і родючості ґрунтів, має бути серед перших у розробленні та втіленні у практику еко-технологій. Тим більше, що дослідження у даній сфері активно проводяться у більшості економічно розвинених країнах світу, вони актуальні й перспективні.

Слід звернути увагу, що спад в Україні сільськогосподарського виробництва і стрімке зменшення закупівель господарствами хімічних засобів захисту і мінеральних добрив посприяли збільшенню території відносно чистої землі. Тому Україна за своїм природно-кліматичним та ресурсним потенціалом має можливість зайняти одне з провідних місць серед виробників сільськогосподарської органічної продукції та її реалізації на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Не менш важливим є розроблення еко-інновацій і в галузі тваринництва, застосування для годівлі тварин якомога меншої кількості хімічно створених кормів.

При застосуванні екологічно безпечних технологій прибутки сільськогосподарських товаровиробників можуть виявитися рівними або навіть більшими, ніж у звичайних господарствах. Органічні системи землеробства є прибутковішими за рахунок таких чинників: менша частка відходів, високі урожаї, економія на хімічних засобах, вища ціна на органічну продукцію.

Застосування еко-інноваційних технологій зможе істотно вплинути на покращення екологічної, економічної та соціальної ситуації на селі, підвищення якості життя сільського і міського населення.

На даний час активно відбувається формування ринку органічної продукції в світі. Населення віддає перевагу екологічно чистим товарам при купівлі продуктів харчування, незважаючи на вищу ціну на дану продукцію. Тому в Україні потрібно приділяти значну увагу вирішенню першочергових завдань, що стосуються розвитку органічного виробництва з тим, щоб стати експортером екологічно чистої продукції в країни ЄС та на світовий ринок. Наша країна має усі передумови, аби зайняти вагоме місце на світовому продовольчому ринку.

Застосування екоінновацій в аграрному секторі, які дадуть змогу краще використовувати первинні природні ресурси, безумовно, поліпшить екологічну ситуацію у регіонах, сприятиме підвищенню якості життя населення. Еко-інноваційна складова господарського розвитку в аграрному секторі економіки на сьогодні виступає у ролі основного чинника якісного вдосконалення сільськогосподарського виробництва. Посилення її значення є основою здійснення економічних реформ та побудови якісно нової системи господарювання в аграрному секторі. З огляду на це наукові дослідження, що стосуються розроблення й поширення еко-інновацій на сьогодні можна віднести до числа одних із найбільш пріоритетних та актуальних. Тому значну увагу потрібно приділити формуванню на державному рівні системи захисту і стимулювання у сфері розроблення еко-інноваційних технологій та розвитку екологічно чистого сільськогосподарського виробництва.

При цьому провідним напрямом у процесі переходу аграрного сектора економіки України до інноваційного розвитку має стати поліпшення інвестиційного клімату в країні і всебічне стимулювання національного капіталотворення та інвестиційних процесів.

Отже, модернізація сільськогосподарської галузі на засадах інноваційного розвитку має забезпечуватися комплексним застосуванням усіх доступних важелів економічної політики та запобіганням конфлікту між їхніми впливами і вирішенням стратегічних і поточних завдань. За цих умов інноваційна стратегія як така, що за визначенням сприяє підвищенню рівня прибутковості національних підприємств, може стати реальним простором для багатогранної співпраці держави і бізнесу та переходу на якісно новий етап економічного розвитку.

**Висновки.** На сучасному етапі розвитку АПК в Україні активізація науково-інвестиційної діяльності є одним із факторів структурної перебудови та прискорення економічного зростання.

Досягнення стабільного розвитку АПК на інноваційній основі вимагає розроблення та застосування ефективних заходів:

- державної підтримки інноваційної діяльності;
- створення та розвиток ринку галузевих інноваційних технологій;
- серійного виробництва технологічних комплексів машин, що користуються попитом на вітчизняному ринку.

Отож, на думку, авторів необхідно розпочати розроблення науково-обґрунтованої стратегії стабільного розвитку АПК за умов фінансової, інтелектуальної та інформаційної підтримки.

### Використана література

1. Данилишин, Б. Науково-інноваційне забезпечення сталого економічного розвитку України [Текст] / Б. Данилишин, В. Чижиків // Економіка України. – 2004. – №3. – С. 4–12.
2. Гальчинський, А.П. Україна: наука та інноваційний розвиток [Текст] / А.П. Гальчинський, В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – К.: ОП НДІБВ, 1997. – 68 с.
3. Гальчинський, А.П. Економіка знань : виклики глобалізації та Україна [Текст] / А.П. Гальчинський, С.В. Львовчкін, В.П. Семиноженко. – К.: Нац. ін-т стратег. досліджень, 2004. – 261 с.
4. Каракай, Ю.В. Пріоритети інноваційного розвитку підприємств [Текст] / Ю.В. Каракай // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. – Вип. 9 (76). – К., 2007. – С. 146–149.
5. Карич, Д.А. Маркетинг на підприємствах АПК [Текст] / Д.А. Карич // Економіка АПК. – 1995. – С. 21–22.
6. Сидорук, Б.О. Перспективні напрями наукового забезпечення трансферу інновацій в сільськогосподарське виробництво Тернопільської області [Текст] / Б.О. Сидорук // Інноваційна економіка. – 2008. – № 2 (8). – С. 209–213.
7. Сидорук, Б.О. Особливості сучасних методів рекламування інноваційних технологій [Текст] / Б.О. Сидорук // Інноваційна економіка. – 2009. – № 3 (13). – С. 97–101.
8. Степанов, М.В. Маркетингові дослідження інноваційних підприємницьких проектів [Текст] / М.В. Степанов // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. – Вип. 4 (59). – К., 2006. – С. 52–57.
9. Хорунжий, Ф.Ф. Маркетинговий аналіз [Текст] / Ф.Ф. Хорунжий. – Тернопіль: ПП Рута, 2003. – 680 с.
10. Чухрай, Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник [Текст] / Н. Чухрай, Р. Патора. – К.: Кондор, 2006. – 398 с.