

Л.А. Терьохіна, кандидат с.-г. наук,
О.В. Ручкін, старший науковий співробітник,
М.Г. Шевченко, старший науковий співробітник,
Л.А. Расторуєва, старший науковий співробітник,
Інститут овочівництва і баштанництва НААН

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МОНІТОРИНГУ РИНКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА

Наведено результати досліджень щодо моніторингу ринку продукції овочівництва, кон'юнктури інноваційних продуктів та трансферу наукових досягнень інституту в агропромислове виробництво України

Ключові слова: моніторинг ринку, інноваційна продукція, конкурентоспроможність, комерціалізація, капіталізація, трансфер інновацій.

Вступ. Інноваційний розвиток економіки України буде успішним лише за умови досягнення високо рівня розвитку науки, технологій у всіх сферах суспільного виробництва і культури [1]. Вихід овочівництва з кризового стану можливий лише шляхом провайдингу інноваційно-інвестиційної моделі розвитку галузі. Інноваційні розробки селекційного характеру направлені на створення високопродуктивних, адаптованих до природно-кліматичних умов України овочевих культур, які мають лікувально-профілактичні, протекторні властивості, зовнішню привабливість, придатність до тривалого зберігання, промислової переробки, механізованого збирання та інші ознаки підвищення конкурентоспроможності товарної продукції сортів, гібридів та ліній.

Методика та результати досліджень. З метою підпорядкування інноваційно-комерційної діяльності потребам та вимогам ринку в інституті проводять роботу з моніторингу тенденції розвитку овочівництва у світі, кон'юнктури інноваційних продуктів та трансферу наукових досягнень в агропромислове виробництво України.

© Терьохіна Л.А., Ручкін О.В., Шевченко М.Г., Расторуєва Л.А., 2010.

Методичною основою досліджень є загальнонаукові прийоми досліджень і спеціальні методи, що ґрунтуються на сучасних засадах економічної і споріднених з ними наук, розробки вітчизняних і зарубіжних вчених економістів із проблем інноваційної діяльності, законодавчі акти України [2].

При здійсненні досліджень застосовувались сукупність методів, зокрема: абстрактно-логічний, порівняння, метод синтезу і узагальнень, монографічний.

Ринкові умови ставлять підвищені вимоги до якості інноваційного продукту, створюваного науковцями. З ціллю успішної капіталізації інновацій в інституті запроваджується нова система створення інноваційної продукції. Основні методологічні підходи системи полягають у тому, що на перших етапах вивчається попит і пропозиції на конкретні види продукції. Наступним етапом є детальна конкретизація параметрів створюваного інноваційного продукту, що лягає в основу наукової моделі конкурентоздатного товару.

У результаті маркетингових досліджень ринку інноваційної продукції: на виставках, показових полях та згідно попиту і пропозицій на ринку насіння, отримано конкретні параметри для перспективного інноваційного продукту, який буде створено в інституті. Так, наприклад, проведені дослідження з продукцією моркви показали, що великим попитом користуються сорти і гібриди з довгим коренеплодом, яскраво-оранжевим забарвленням та урожайністю до 100 т/га. Сьогодні цю нішу заповнюють іноземні сорти і гібриди. У достатній кількості створено ранньостиглі сорти і гібриди огірка, середньостиглі консервного та засолювального призначення. Незаповненою нішею залишаються сорти і гібриди корнішонного типу з насиченістю жіночими квітками, крупногорбкуватими плодами, відносно стійкими проти пероноспорозу, що мають універсальне призначення.

Проведені у 2009 р. патентно-кон'юнктурні дослідження з селекції кожної овочевої культури визначили пріоритетні параметри перспективних сортів і гібридів для створення селекційних інноваційних об'єктів [3]. Передано новий гібрид буряка столового, сорти редиски, пегрушки, салату. Вказані сорти за своїми параметрами відповідають вимогам ринку і є конкурентоспроможними. Так, згідно з вимогами ринку, створений гібрид буряка столового Рицар F₁ має підвищену врожайність до 60 т/га, вміст бетаніну більше 400 мг/100 г та високу товарність, що створює передумову для успішної капіталізації його як об'єкта інтелектуальної власності. Новий сорт редиски Мереф'яночка віднесено до середньоранньої групи стиглості 22-25 діб, він має висо-

ку врожайність коренеплодів 20-22 т/га. Сорт салату листового Вельможа вирізняється наявністю антоціану та великою розеткою діаметром 20-22 см, висотою 24-26 см, стійкістю до стеблуння. Завдяки горбкуватості отримано більш ніжну консистенцію листків та кращі смакові якості, а більша жилкуватість подовжила час зберігання при транспортуванні. Сорт петрушки коренеплідної Білявка ранньостиглий з високою здатністю до інтенсивного відростання розетки листків після зрізування, високою ароматичністю, урожайністю листків до 18,3 т/га, коренеплодів 23,5 т/га, товарністю 90 %, доброю лежкістю, високим вмістом вітаміну С.

Також високі потенційні можливості щодо просування на ринок об'єктів інтелектуальної власності мають технологічні розробки інституту з краплинного зрошення, що включають краплинне зрошення, локальне внесення добрив, проведення фертигації, схеми розміщення рослин, густоту. Економічний ефект від впровадження розробки – підвищення врожайності овочевих рослин на 25-30 %, економія добрив – 50 %, зрошувальної води – до 30 %, витрат праці – до 20 %, рентабельність виробництва, залежно від виду овочевої рослини – 68-90 %. Технології вирощування огірка, моркви, цибулі та капусти захищені чотирма патентами та впроваджуються до виробництва.

Розроблено систему ресурсоощадних заходів підвищення родючості і оздоровлення тепличних ґрунтів, що включають застосування сидеральних добрив разом із соломою, відпрацьованих грибних субстратів, мікробіологічних препаратів для підвищення родючості і поліпшення фітосанітарного стану беззмінних тепличних ґрунтів. Усі ці заходи сприяють збагаченню орного шару ґрунту рухомими формами поживних речовин, підвищенню біологічної активності на 28-62 % та врожайності томата на 10-22 %, поліпшенню фітосанітарного стану тепличних площ, зокрема зниженню ураженості рослин томата кореневими гнилями на 17-94 %.

За науково-дослідною тематикою щодо визначення попиту на ринку інновацій на наукову продукцію інституту було досліджено реалізацію насіння овочевих і баштанних рослин на 188 торгових точках в усіх областях України. Цими підприємствами було реалізовано 76,4 тонни насіння овочевих і баштанних рослин. Насіння сортів інституту в цій кількості складає 27,2 % (або 20,8 тонн).

Якщо враховувати, що насіннєвий ринок України на сьогодні представлено більше, ніж десятьма крупними вітчизняними та іноземними компаніями, то інститут посідає значне місце на ринку насіння.

За культурами питома вага насіння інститутських сортів становить: моркви – 17 %, огірка – 21 %, буряка столового – 13 %, а капусти пізньої – 38 %, цибулі ріпчастої – 44 % і перцю солодкого – понад 38 %.

У 2009 році Інститутом овочівництва і баштанництва НААН до бази даних інноваційної продукції наукових установ НААН передано 85 інноваційних розробок, у тому числі 67 селекційних інновацій і 18 інновацій технологічного характеру.

Постійно розширюються ринки збуту інноваційної продукції. Проведено значну роботу щодо створення демонстраційних полів у дев'яти областях України, де відбулися 10 «днів поля» та 4 науково-практичні конференції.

Важливою формою доведення інновацій до споживача є постійна участь у виставках та всеукраїнських і міжнародних конференціях, засобах масової інформації, інформаційному сайті інституту.

Як результат рекламних заходів надходження коштів від реалізації інноваційної продукції склало 1 млн. 880 тис. грн., а також збільшився попит на насіння сортів і гібридів інституту, особливо нових, зокрема: сорти цибулі ріпчастої Любчик та Амфора, капусти білоголової сорту Яна, капусти червоноголової сорту Палета, кавуна сорту Чорногорець, гібридів огірків Слобожанський F₁ та Ксана F₁.

Висновки. Проведені маркетингові дослідження щодо моніторингу ринку інноваційної продукції дали змогу виявити ніші, де є можливість успішно конкурувати і зайняти гідне місце.

Бібліографія.

1. Пічкур О. Інноваційний розвиток світової економіки та місце України в ньому / О. Пічкур // Інтелектуальна власність. – 2009. - № 4. – С. 43-47.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб.: АОЗТ «Литера Плюс», 1994. – С. 79-89.
3. Патентні дослідження. Методичні рекомендації / [за ред. В.Л. Петрова]. – К. : Ін Юре, 1999. – 264 с.

Л.А. Терехина, А.В. Ручкин, М.Г. Шевченко, Л.А. Расторгуева. Маркетинговые исследования мониторинга рынка инновационной продукции овощеводства.

Резюме. Приведены результаты исследований мониторинга рынка продукции овощеводства, конъюнктуры инновационных продуктов, а также трансфера научных достижений института в агропромышленное производство Украины.

L. A. Terekhina, A. V. Ruchkin, M. G. Shevshenko, L. A. Rastorguyeva. Marketing analyses of market monitoring of innovation production of vegetable-growing.

Summary. The results of market monitoring analyses of vegetable-growing products, and also transfer of scientific achievements of the institute of the institute into agroindustrial production of Ukraine are given.