

Л.А. Терьохіна, Є.М. Ільїнова, кандидати с.-г. наук
Інститут овочівництва і баштанництва НААН

НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК

Проаналізовано ринок овочевої продукції, запропоновано оптимальний варіант сортового складу практично за всіма групами овочевих культур, які навіть в екстремальних умовах могли б забезпечити високий рівень виробництва якісної овочевої продукції та забезпечити підвищення рівня конкурентоспроможності інноваційних селекційних розробок.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інноваційний продукт, овочевий ринок, маркетингові дослідження.

Вступ. Найважливішим завданням у розвитку економіки України нині є зростання ефективності виробництва на основі випуску якісної та конкурентоспроможної продукції. Усім відомо, що вітчизняна продукція не завжди знаходить свого покупця, тобто не є конкурентоспроможною. Посилення конкуренції на українському ринку, що виникає в наслідок присутності великої кількості імпоротної продукції, вимагає від вітчизняних виробників прискіпливішого аналізу методів виробництва та управління продукцією на основі маркетингу [1].

Найголовнішу роль у процесі посилення конкуренції на українському ринку овочевої продукції відіграють її якість та конкурентоспроможність. Це два взаємопов'язаних поняття, без яких практично неможливо досягти ринкового успіху [2].

Якість є функція часу, а тому її потрібно постійно співвідносити зі змінами в технології виробництва і вимогами споживачів. Рушійна сила у процесі забезпечення якості – це споживач.

Конкурентоспроможність товару – вирішальний фактор його комерційного успіху на розвинутому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, яке відображає не тільки відповідність товару
© Терьохіна Л.А., Ільїнова Є.М., 2015.

економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними та іншими умовами його реалізації (ціна, канали збуту, сервіс, реклама) [3].

Будь-який товар, який знаходиться на ринку, фактично проходить перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: кожен покупець придбає товар, який максимально задовольняє його особисті потреби, а вся сукупність покупців – той товар, який найповніше відповідає суспільним потребам – значно більше ніж конкуруючі з ним аналоги. Тому конкурентоспроможність можна визначити, тільки порівнявши товари конкурентів між собою.

Аграрна наука як сфера діяльності продукує нові знання стосовно того чи іншого сектора агропромислової сфери. Вона виступає в якості джерела змін в діяльності аграрних виробників, створює можливості для нових видів діяльності, продуктів та технологій. Завершеним процесом створення наукової продукції є комерціалізація. Все це зумовлює необхідність дослідження проблеми розвитку інноваційної діяльності, розроблення методичних засад створення інноваційної продукції комерційного спрямування.

Тому дослідження проблем подальшого розвитку реформування овочевого комплексу в напрямі підвищення конкурентоспроможності його складових та ефективності виробництва овочевої продукції в господарських формуваннях є надзвичайно актуальними.

Мета досліджень. Для досягнення поставленої мети вирішували таке завдання: обґрунтувати роль і значення інноваційної продукції у підвищенні ефективності і конкурентоспроможності овочевої продукції. Дослідження у цьому напрямку проводили з метою підвищення рівня конкурентоспроможності інноваційної продукції, яку створено в Інституті овочівництва і баштанництва НААН. Інноваційну діяльність здійснювали в тісному взаємозв'язку з виробниками товарних овочів та практичної реалізації у виробничій сфері. Важливою сполучною ланкою між наукою і виробником має виступити ринок.

У ході роботи було необхідно проаналізувати конкурентне середовище ринку овочевої продукції, забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності інноваційних розробок і методологію їх впровадження у виробництво.

Методика досліджень. У рамках досліджень застосовано абстрактно-логічний метод, методи наукової інтуїції, морфологічного аналізу, порівняння, метод синтезу і узагальнень, монографічний, метод анкетування. Джерелами інформації були звітні матеріали

сільськогосподарських підприємств, анкетні опитування, статистична звітність обласних управлінь сільського господарства, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, звітні матеріали діяльності науково-дослідних установ.

Результати досліджень. Інноваційна продукція є однією зі складових інноваційної діяльності. До другої складової інноваційної діяльності належить її застосування у виробництві. Сполучною ланкою цих складових в інноваційній діяльності є ринок, де визначається попит, пропозиції і ціна на інноваційну продукцію. З метою просування інноваційної продукції до споживача необхідними є маркетингові дослідження попиту і пропозиції на ринку. Через ринок визначається потреба в інноваціях. Дослідженням підлягали ринок, споживачі. Дослідження ринку – один з найголовніших напрямків маркетингових досліджень. Його проводили з метою отримання даних про ринкові умови для визначення діяльності підприємства. Без такої інформації не можливо постійно аналізувати і порівнювати всю інформацію, необхідну для прийняття важливих рішень, пов'язаних з вибором ринку, визначенням обсягу продажу, прогнозуванням і плануванням ринкової діяльності. Основними результатами дослідження ринку є прогнози розвитку, виявлення основних факторів успіху.

Ми проводили дослідження серед споживачів, які дозволили визначити і виявити весь комплекс факторів, що спонукають їх до вибору того чи іншого товару. У якості об'єктів виступали індивідуальні споживачі, сім'ї, домогосподарства а також організації. У результаті ми можемо запропонувати овочівникам якомога більше інноваційних рішень. Знаючи, чого потребує на сьогоднішній день клієнт (зокрема і ринок у цілому) із загального асортименту запропоновано оптимальний варіант сортового складу практично за всіма групами овочевих культур, які б навіть в екстремальних умовах могли забезпечити високий рівень виробництва якісної овочевої продукції.

Отже, для створення елітних брендів сортів і гібридів, які б конкурували на ринку і займали лідируючі позиції необхідно посилити селекцію цибулі. Основними вимогами є придатність для механізованого збирання та довготривале зберігання. Для посилення конкурентоспроможності серед сортів та гібридів капусти необхідно спрямувати селекційну роботу на вирівняність товарних головок за масою з високими показниками врожайності та якості, з відмінною стійкістю до хвороб.

При вирощуванні буряку столового та моркви для ринку свіжої продукції необхідно посилити роботу щодо виведення сорту або гібрида надранньої продукції, які б можна було використати на ранню весняну продукцію та на довге зберігання, які б відзначалися високими якість та високим вмістом бетаніну для буряку столового (до 600 мг%) та каротину для моркви, а також можливістю отримання двох урожаїв за рік, для огірка – корнішонного типу з переважно жіночим типом цвітіння. Необхідно розширити асортиментний ряд томатної групи, включаючи томати чері – дуже стійкі і пластичні до стресових умов і ряду хвороб.

Розвиток діяльності наукової установи має бути пов'язаним з вирішенням завдань щодо організації пошукових робіт зі створення і впровадження інноваційних розробок, які б відповідали найвимогливішим запитам споживачів. Не менш важливими у ринкових умовах виступають організація і вдосконалення системи та методів збуту і реалізації продукції. Для цього ефективно відбуваються рекламні заходи з поліпшення інноваційної інформованості серед споживачів. Регулярно проходять відповідні семінари, симпозиуми, дні поля, відбувається закладання полігонів у різних кліматичних зонах України та проведення багатьох інших заходів щодо впровадження найсучасніших наукових розробок інституту.

Висновки. Знаючи, чого потребує на сьогоднішній день клієнт, зокрема і ринок у цілому, із загального асортименту запропоновано оптимальний варіант сортового складу практично за всіма групами овочевих культур, які б навіть в екстремальних умовах могли забезпечити високий рівень виробництва якісної овочевої продукції.

Бібліографія

1. Терьохіна Л. А. Інновації для галузі овочівництва / Л. А. Терьохіна, О. В. Ручкін, Т. О. Рудницька // Овочівництво і баштанництво : міжв. темат. наук. зб. / Інститут овочівництва і баштанництва НААН. – 2011. – № 57. – С. 225–230.

2. Терьохіна Л. А. Науково-організаційні засади трансферу інновацій в сільськогосподарське виробництво / Л. А. Терьохіна, Є. М. Ільїнова // Овочівництво і баштанництво : міжв. темат. наук. зб. / Інститут овочівництва і баштанництва НААН. – 2014. – № 60. – С. 244–247.

3. Терьохіна Л. А. Трансфер наукових розробок овочівництва в агропромислове виробництво / Л. А. Терьохіна // Зб. Наук. праць

Харківського національного аграрного університету / Серія «Рослинництво, селекція і насінництво, плодовоовочівництво». – ХНАУ, 2012. – Вип. 2. – С. 169–171.

Л.А. Терехина, Е.М. Ильинова

Научное обеспечение повышения уровня конкурентоспособности инновационных разработок.

Резюме. Проанализирован рынок овощной продукции, предложен оптимальный вариант сортового состава практически по всем группам овощных культур, которые даже в экстремальных условиях могли бы обеспечить высокий уровень производства качественной овощной продукции и обеспечить повышение уровня конкурентоспособности инновационных селекционных разработок.

L.A. Terekhina, E.M. Ilinova

It's scientific support of increasing the competitiveness of innovations.

Summary. Already been analyzed market of vegetable production, it offered the best option varietal composition of virtually all groups of vegetable crops. That even in extreme conditions could provide a high level of production quality of vegetables and to increase the competitiveness of innovative breeding developments.