

**Висновки.** Максимальне використання трудового потенціалу села з метою збереження сільської поселенської мережі можна забезпечити лише продуктивною зайнятістю селян. Її досягнення можливе шляхом підвищення якості і конкурентоспроможності сільського трудового потенціалу, посилення мотивації до легальної зайнятості, активної трудової діяльності, вирішення проблем працевлаштування сільської молоді та забезпечення гідних умов праці та відпочинку.

#### Список використаних джерел

1. Вітвіцький В.В. Сільський ринок праці – нові ризики та шляхи їх подолання / В.В. Вітвіцький, О.М. Могилюк // Продуктивність агропромислового виробництва: зб. наук. пр. – К.: Укр. наук.-досл. ін-т продуктивності агропромислового комплексу. – 2009. – № 13. – С. 32-40.
2. Доманчук Д.П. Моделі організаційно-технологічних карт в рослинництві / Д.П. Доманчук. – Кам'янець-Подільський: ПДАТА, 2001. – 94 с.
3. Меєрс В. Зміна фокуса аграрної політики та розвитку села в Україні: висновки та перспективи для руху вперед / В. Меєрс, С. Дем'яненко, Т. Джонсон, С. Зоря. – К.: КНЕУ, 2005. – 172 с.
4. Пищуліна О. Створення нових робочих місць в Україні: результати та перспективи [Електронний ресурс] / О. Пищуліна. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/october09/15.htm>.
5. Статистичний щорічник України за 2007 рік / Держкомстат України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2008. – 572 с.

*Аннотація.* Рассматриваются проблемы обеспечения производительной занятости сельского населения путем сохранения эффективно функционирующих и создания новых рабочих мест в сельскохозяйственном и несельскохозяйственном секторах экономики

*Ключевые слова:* глобализация и социализация экономики, производительная занятость, сохранение трудового потенциала села

*Annotation.* The problems of providing of productive employment of rural population are examined by a preserving effectively of functionings and creation of new workplaces in the agricultural and nonfarm sectors of economy

*Keywords:* globalization and socialization of economy, productive employment, preserving of labour potential of village

**УДК: 330.341.1:338.439.62**

*К.Б. Волощук, кандидат економічних наук, доцент ПДАТУ*

## СИСТЕМИ ПРОДУКУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА РИНКОВИЙ ПОПИТ

*В умовах глобалізації ринкові механізми створюють широкі можливості для швидкого пересування між країнами нових знань, ідей, технологій та інформації, а також устаткування, машин, висококваліфікованих спеціалістів. Конкурентні позиції тієї чи іншої країни визначаються не стільки їх здатністю створювати нові знання і технології, а перевагами у випередженні можливих конкурентів щодо впровадження інновацій у виробництво і запропонування виробленої на їх основі інноваційної продукції споживачам.*

*Ключові слова:* ефект, інновації, інвестиції, маркетинг, наука, продукція, пріоритети, попит, переваги, ринки, споживачі.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Інноваційний процес в Україні має отримати сучасний ринковий напрям – від замовника і споживача до розробника і виробника інновації. Тому інноваційна політика має враховувати зазначену зміну в сучасному інноваційному процесі та прискорити її реалізацію в Україні. У цьому руслі має формуватися й інвестиційна політика. Вона повинна концентруватись переважно на інвестиційній підтримці розроблення інноваційної продукції та послуг, що відповідають потребам замовників і споживачів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** В Україні процес інноваційної діяльності ще недостатньо трансформувався за ринковими правилами, залишаючись переважно зорієнтованим на продукування нових знань і технологій незалежно від врахування попиту споживача і участі в процесі їх створення потенційних замовників. Слабка спрямованість системи продукування інновацій на кінцевого споживача і визначає значною мірою низький рівень комерціалізації результатів наукових досліджень і розробок, їх недостатню відпрацьованість з точки зору можливості якнайшвидшого впровадження, а також якості і ефективності.

**Мета дослідження** включає виділення систем продукування інновацій на ринковий попит.

**Матеріали і методика досліджень.** При проведенні дослідження використано: статистичні, аналітичні, розрахунково-конструктивний та експериментальний методи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Реалізація єдиної системної державної інноваційної політики, здатної адекватно відповісти на зовнішні і внутрішні виклики, потребує сходження України на наступний, більш високий щабель інноваційного розвитку. Відповідно до завдань економічного і соціального розвитку країни в умовах глобалізації і ринкових вимог вже в найближчі роки Україна має суттєво підвищити потенціал віддачі від тих переваг, які існують у вітчизняній інноваційній сфері, а також суттєво підняти релевантність всіх складових національної інноваційної системи.

Для досягнення загального успіху мають бути також відрегульовані рамкові умови розгортання масштабної інноваційної діяльності, зокрема стосовно забезпечення оптимального балансу ринкових і регуляторних важелів впливу держави на інноваційний розвиток, вдосконалення структури економіки за інноваційною моделлю, приведення показника економічної нерівності населення до середньоевропейського стандарту, відновлення довіри громадян до держави, влади і бізнесу.

Виходячи з цього, стратегію інноваційної діяльності і необхідні заходи щодо її реалізації розглядаємо з позицій наступних основних пріоритетів:

- адаптація інноваційної системи України до умов глобалізації та підвищення її конкурентоспроможності;
- переорієнтація системи продукування інновацій на ринковий попит і споживача;
- створення привабливих умов для творців інновацій, стимулювання інноваційної активності підприємництва;
- системний підхід в управлінні інноваційним розвитком, інформатизація суспільства [5].

Отже, Україна повинна мати чітку стратегічну політику свого надійного позиціонування на глобальному та європейському рівнях, яка має спрямовуватися на чутливе випереджальне реагування на динамічні зміни, що відбуваються у світовій економіці. Ключовим питанням стратегічної інноваційної політики є визначення тих напрямків інноваційного розвитку економіки, з яких Україна здатна отримати рівень доданої вартості не нижчий (а можливо вищий), ніж той, що має місце в масштабах глобальної економіки. Тобто конкурентоспроможність економіки України на світовому ринку має забезпечуватись в подальшому інтенсивним нарощуванням частки експорту продукції з високим рівнем доданої вартості в загальному обсязі експорту. Сценарні розрахунки показують можливість підвищення цієї частки до 2020 року з теперішніх 7-10 до 40-45% [5].

Успіх інноваційної політики України на глобальному ринку має визначатись обсягами інвестицій, які вона отримує ззовні, а також із внутрішніх джерел для розвитку вітчизняного високотехнологічного виробництва. Він повинен відображатись динамікою зростання частки високотехнологічного експорту, підвищенням зацікавленості зарубіжних компаній і висококваліфікованих спеціалістів співпрацювати з українськими підприємствами, а також масштабами використання заощаджень населення в цілях інвестування вітчизняного виробництва.

Визначення і активна реалізація пріоритетів інноваційного розвитку України, які мають сприяти зміцненню на світовому і європейському рівнях іміджу України як держави зі значним науковим і освітнім потенціалом, держави, здатної створювати найсучаснішу високотехнологічну продукцію, повинні базуватися на стратегічних критеріях і механізмах підвищення конкурентоспроможності економіки на світовому і внутрішньому ринках.

Іншим важливим завданням інноваційної політики є визначення тих секторів економіки і виробництва та сприяння інноваційному розвитку, які мають пом'якшити критичну залежність України від імпорту, надмірні масштаби якого обумовлюють вимивання в теперішній час з економіки країни величезних коштів в інтересах інвестування країн-імпортерів своєї

продукції в Україну, унеможливають створення нових робочих місць в Україні, необхідних для забезпечення повної зайнятості робочої сили. До таких секторів і виробництв відносять: агропромисловий комплекс і забезпечення населення продуктами харчування; легка промисловість; фармацевтична галузь; виробництво середньо- і високотехнологічної продукції широкого споживання.

Загальнодержавними і водночас галузевими, регіональними, а також підприємницькими пріоритетами інноваційної політики залишаються завдання щодо вирішення проблеми докорінного зменшення ресурсо- і енергоємності вітчизняної економіки, підвищення віддачі від потенціалу матеріальних і енергетичних ресурсів, наявних в Україні, і тих, що залучаються ззовні, а також підвищення рівня соціалізації інновацій. Механізм вирішення цих пріоритетних завдань зовнішньої і внутрішньої інноваційної політики в Україні в основному відпрацьовано. Він базується на використанні програмно-цільового підходу. Проте існуюча система формування і особливо реалізації програм є вкрай неефективна. У зв'язку з цим необхідно здійснити системні заходи щодо вдосконалення програмно-цільового механізму реалізації пріоритетних завдань в інноваційній сфері [4]. Зокрема, необхідно провести ретельний перегляд існуючого переліку програм як на державному, так і на всіх нижчих рівнях з метою визначення їх тематичної актуальності, ступеню відповідності пріоритетам, повноти забезпеченості кадровими, фінансовими та іншими ресурсами, відпрацьованості механізмів контролю і відповідальності за їх виконання. Має бути здійснено комплексну експертну проблемно-орієнтовану оцінку програм з точки зору їх відповідності визначеним пріоритетам. Для оцінки програм і проектів з найбільш актуальних проблем слід залучити незалежних міжнародних експертів. Системний підхід повинен використовуватись як у розробці кожної окремої програми, так і у формуванні всього комплексу програм, що має забезпечити підвищення синергетичного ефекту від узгодження дій по виконанню програм.

При цьому необхідно враховувати, що для ефективної реалізації наукою своєї інноваційної функції, тобто для створення комерційно завершених інновацій, наукоємність ВВП має бути не нижчою 1,7% ВВП [2]. Проте проблема полягає не тільки в необхідності збільшення інвестицій в науку (за сценарними розрахунками – до 2,5-3% ВВП), але і в забезпеченні більш раціональної структури диверсифікації джерел фінансування наукової діяльності та ефективної віддачі від вкладень в науку [1].

Створення системи інвестування інноваційної діяльності, в тому числі наукової, яка відповідатиме сучасним вимогам ринкової економіки і забезпечить фінансову підтримку наукової та інноваційної діяльності, достатньої для досягнення результатів світового рівня, має базуватись на наступних принципах:

- чітка диверсифікація джерел і механізмів фінансування залежно від етапів інноваційного процесу;
- використання переважно конкурсних (конкурентних) механізмів інвестування в наукову та інноваційну діяльність;
- раціональне використання прямих і опосередкованих способів інвестування в наукову та інноваційну діяльність;
- орієнтація державних інвестицій в науку та інновації на стимулювання притоку в ці сфери недержавних коштів, особливо заощаджень громадян.

Що стосується етапів розробок і безпосереднього впровадження інновацій, то за певним винятком (національні, оборонні, соціальні та інші потреби) вони пов'язані з конкретними комерційними потребами і відповідним чином формують джерела і механізми фінансування. Ці етапи реалізуються за кошти замовників, державна підтримка є переважно опосередкованою.

Диверсифікація джерел і механізмів фінансування різних етапів інноваційного процесу необхідна для врахування особливостей кожного з чотирьох етапів, які відрізняються ступенем прояву комерційних властивостей – фундаментальних досліджень; прикладних досліджень; розробок; комерційного споживання інновацій.

Етап фундаментальних досліджень повністю відноситься до області розвитку інноваційного процесу за внутрішніми законами науки. Головне призначення цього етапу полягає в забезпеченні реалізації інноваційних процесів на світовому рівні досягнень наукових знань, лідерства країни в певному напрямку інноваційної діяльності. Фундаментальна наука у всьому світі розвивається

в основному за кошти держави, хоча в останні роки до неї посилюється увага приватних та інших недержавних інвесторів.

Прикладні дослідження є перехідним етапом між фундаментальними дослідженнями та етапами розробок і безпосереднього використання інновацій. Вони традиційно прокладали шлях до використання нових знань. Тому інноваційний процес здійснювався послідовно від фундаментальних досліджень до прикладних. У даний час домінує зворотний процес. Прикладні дослідження зумовлюються комерційними потребами, ініціюються замовниками і споживачами. За таких умов прикладні дослідження стають важливим фактором цілеспрямованої орієнтації фундаментальних досліджень і прискорення процесу їх практичного застосування. Відповідно джерела і механізми фінансування інноваційної діяльності на цьому етапі мають базуватися як на системі державної підтримки, так і на системі комерційних замовлень.

Під інноваційним маркетингом розуміють діяльність суб'єктів господарювання зі створення продуктів ринкової новизни, що дають змогу забезпечити якісно новий рівень задоволення потреб чи задоволення нової потреби. Виділяють структурні складові інноваційного маркетингу: зовнішній, внутрішній, фінансовий. Метою зовнішнього маркетингу є збір та вивчення інформації про попит на науково-технічну продукцію (дія на формування цього попиту) і здійснення сегментації ринку; визначення необхідних обсягів інновацій, вивчення можливості створення аналогічної продукції конкурентами, а також можливостей компаній – виробників нововведень та інші чинники, що характеризують ринкові ситуації. На підставі результатів дослідження розробляється аналітична модель розвитку.

У разі необхідності здійснюється і внутрішній маркетинг, який націлений на збір даних і комплексний аналіз інформації про науковий потенціал розробника інновацій (сильні та слабкі сторони), вивчають завдання наукової організації чи підрозділу, структурні особливості, організаційні форми управління, системи інформаційного забезпечення. На основі такого дослідження може бути створена аналітична модель, що узагальнює діяльність наукової організації. [3]

Важлива структурна складова маркетингу в науково-дослідних підрозділах чи венчурних підприємствах – це фінансовий маркетинг. Він передбачає збір та аналіз інформації про потенційних інвесторів, необхідні витрати для організації досліджень, проведення фінансової оцінки проектів, пропозиції оптимальних варіантів розподілу витрат; визначення ступеня ризику з урахуванням можливих втрат і прибутків; альтернативні фінансові джерела; ціноутворення та проведення розрахунків ефективності НДДКР.

В умовах глобалізації технології вже не є основною рушійною силою зростання капіталу. Факторами, що прискорюють або уповільнюють процес міграції капіталу, стають зміна пріоритетів та їхня взаємодія із пропонованими послугами. Капітал залишає економічно застарілі ділові моделі і рухається до нових, які найкраще відповідають вимогам клієнтів та примножують капітал виробника. Розуміння пріоритетів клієнтів охоплює набагато більше питань, ніж просто розуміння потреб. Потреби враховуються в разі надання послуг та виготовлення продукції, яку і купують клієнти. Більшість ринкових досліджень фокусуються на потребах.

Принцип ефективної маркетингової стратегії характеризує крива "попит-час", яка враховує різні стадії життєвого циклу інновації, що відображено на рис. 1.

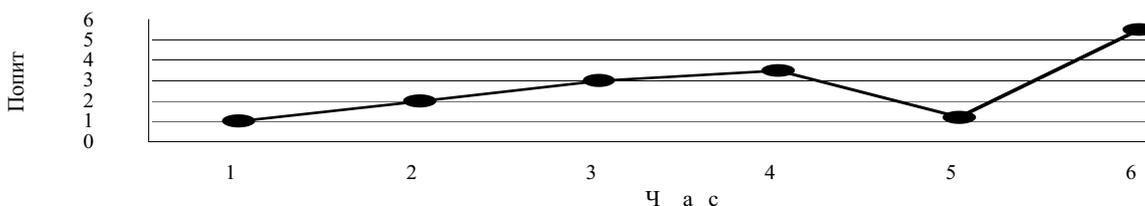


Рис. 1. Зміна попиту на інновацію

Точка 1 відповідає моменту виходу нової продукції на ринок. Попит невизначений, оскільки це радикальна інновація. Відрізок 1-2 характеризує вихід продукції на ринок. Саме час здійснювати експедиційний маркетинг, урахувавши побажання клієнтів і усунувши недоліки.

З допомогою рекламної компанії попит починає зростати і обсяги продажу товару розширюються. Відрізок 3-4 відображає насичення ринку продукцією і збільшення її обсягів. Відрізок 4-5 відповідає фазі спаду на продукцію. Відрізок 5-6 вказує на те, що якщо застосувати метод підтримання ринкового сегмента з допомогою зниження цін, довгострокових контрактів на збут продукції та інших, то ще можна утриматись на ринку.

Крім того, досліджуючи сформовані потреби споживачів, потрібно враховувати їхні побажання і проводити модернізацію товару – поліпшувальна інновація, з допомогою якої нова продукція починає відновлювати ринки. Те, що насправді потрібно клієнтам, – результат їхньої складної системи прийняття рішень. Чинники, які впливають на потреби (регулювання, процес виробництва тощо), проходять крізь призму загальної системи прийняття рішень споживачами. Отже, пізнання системи прийняття рішень та вибору пріоритетів є стратегічним розумінням споживачів. Такі умови забезпечуватимуть зростання затребуваності економікою результатів наукової та інноваційної діяльності.

**Висновки.** Зміна напрямків запровадження інноваційного процесу в сторону споживача сприятиме підвищенню орієнтованості вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу, концентрації фінансових ресурсів на пріоритетах інноваційного розвитку вітчизняної економіки. Особливе значення зміни напрямків інноваційного процесу матиме для об'єктивізації оцінки ефективності і якості результатів виконання науково-дослідних та інноваційних проектів, оскільки їх оцінювати буде не держава взагалі, а конкретні замовники і користувачі.

Таким чином ринок інновацій, який формується в Україні, має стати об'єктом підвищеної уваги суб'єктів господарювання. Для цього їм необхідно використовувати принципи маркетингових досліджень, основний серед яких заключається в тому, щоб не тільки пристосовуватись до вимог ринку та бажань покупців, а й активно на них впливати.

#### Список використаних джерел

1. Волков О.І. Інноваційний розвиток промисловості України. О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.: Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: КНТ, 2006. – 648 с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Статистичний збірник. Відповідальний за випуск І.В. Калачева. – К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України”, 2009. – [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Покотилова В.І. Управління інноваційною діяльністю в аграрному виробництві: монографія / В.І. Покотилова. – ННЦІАЕ, 2008. – 304 с.
4. Пріоритетні завдання науки. – Українська академія аграрних наук. –2006-2009. – Web-admin: Igor Shevchenko
5. Стратегія інноваційного розвитку України в умовах глобалізаційних викликів. – <http://www.in.gov.ua>

**Аннотація.** В условиях глобализации рыночные механизмы создают широкие возможности для быстрого передвижения между странами новых знаний, идей, технологий и информации, а также оборудования, машин, высококвалифицированных специалистов. Конкурентные позиции той или иной страны определяются не столько их способностью создавать новые знания и технологии, а преимуществами в опережении возможных конкурентов относительно внедрения инноваций в производство и предложения произведенной на их основании инновационной продукции потребителям.

**Ключевые слова:** эффект, инновации, инвестиции, маркетинг, наука, продукция, приоритеты, спрос, преимущества, рынки, потребители.

**Annotation.** In the conditions of globalization market mechanisms create wide possibilities for a rapid movement between the countries of new knowledge, ideas, technologies and information, and also equipment, machines, highly skilled specialists. Competition positions of that or other country are determined not so much by their ability to create new knowledge and technologies, and by advantages in passing of possible competitors in relation to applying of innovations in industry and suggestion of mine-out on their basis innovative products to the consumers.

**Keywords:** effect, innovations, investments, marketing, science, products, priorities, demand, advantages, markets, consumers.