

органической продукции, проанализированы основные исследования и публикации, в которых затронуты решения проблем производства органической продукции. Приведены результаты проведенного мониторинга экологического состояния регионов Украины и установлено наличие в них предприятий по производству органической продукции. Проанализирована динамика развития органического агропромышленного производства в Украине.

N.O. Mazanko, N.N. Beyduk, Y.Y. Voloshko. The development of an organic agroindustrial production in Ukraine.

It has been given the analysis of a modern state and perspective of the market development of an ecologically pure products in Ukraine and in the world. The legislative and normative acts in relation to manufacturing the organic production were studied. It was analysed basic researches and publications were the solution of problems of manufacturing the organic production is shown. The results of monitoring the ecological state of regions in Ukraine are given and it was determined the presence of enterprise which manufacture an organic production there and the dynamics of a development of the organic agroindustrial production in Ukraine was analysed.

УДК 636.4:68.01.14

Саглю О.Ф., кандидат біологічних наук
Інститут свинарства і агропромислового виробництва НААН

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ І МЕНЕДЖМЕНТУ

Показана необхідність формування механізмів взаємодії науки, бізнесу і суспільного виробництва на основі ефективного використання інноваційних розробок та їх трансферу. Наголошується також на функціональних обов'язках відповідних структур у наукових закладах з метою посилення інноваційно-маркетингової та консалтингової діяльності. Особливу увагу звернуто на залучення комерційного партнера (венчурної компанії) до апробації у виробництво тієї чи іншої новаційної продукції.

В умовах орієнтації економіки України на інноваційний шлях розвитку першочергового значення набуває формування механізмів взаємодії науки, освіти, бізнесу і суспільного виробництва. На початковому етапі функціонування України у рамках СОТ аграрна наука стоїть на шляху структурної перебудови інтегрованої з науково-дослідною мережею НААН інноваційної структури [1].

Слід зазначити також, що ефективне господарювання, як відомо, потребує переведення виробництва на високі технології, що вимагає як наявності підготовки висококваліфікованих кадрів, так і використання сучасних новаційних розробок. На жаль поки що, наука і освіта не стали основними пріоритетами соціально-економічної політики держави, яка виділяє на освіту лише 4% від ВВП, тоді як у країнах Європи цей показник становить 10-15% [2]. Що ж до самої науки, то тут стан ще гірший. Рівень її фінансування в Україні у 100 (!) разів нижчий, порівняно зі США, і втричі – вчетверо – в порівнянні, відповідно, з провідними країнами Європи і Росії. Неспроста, лише за останні 5-6 років за межі нашої країни виїхало 720 докторів і кандидатів наук [3].

Зважаючи на таке скрутне становище сьогодні, як ніколи, слід прискорити процес впровадження досягнень аграрної науки у виробничу сферу.

Перед науковими закладами вже сьогодні поставлена задача по структурному реформуванню своїх підрозділів для інтеграційних процесів, які зумовлені ринковими відносинами та співпрацею держави у світовій організації торгівлі. Тому в нових економічних умовах для вирішення цього питання наукові заклади, використовуючи модель інноваційного провайдера об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) повинні мати відповідний відділ (лабораторію) інноваційного консалтингу (комплекс управлінських послуг з пошуку, розробки та впровадження оптимальних організаційних, маркетингових і технологічних рішень, пов'язаних зі творенням, виробництвом та доведенням до кінцевого споживача нової продукції), який бере на себе функцію провайдера (від англ. to provide – надання, забезпечення, постачання) ОІВ, а саме формування інноваційного портфеля замовлень на наукові розробки (новації), створення умов для підвищення їх споживчих властивостей та конкурентоспроможності на споживчому ринку ОІВ, створення можливостей для венчурного інвестування (форма організації ризикових підприємств у наукоємному бізнесі), науково-фінансових проектів, створення системи капіталізації та комерціалізації ОІВ, розроблених продуцентами (виробниками продукту інтелектуальної власності (ПІВ), наукової установи.

Нагальним питанням стало розуміння того, що продукт, який виробляється у науковому закладі, є об'єктом власності наукового закладу та його продуцентів і те, що він повинен стати в ринкових відносинах товаром, на який є попит і, за який споживачі мають сплачувати кошти. Розуміючи незворотність цих змін та виходячи з нових економічних відносин, в науковому закладі повинні бути проведені організаційно-структурні зміни.

До цього спонукає нас і ряд відповідних документів, зокрема: Наказ УААН за № 71 від 30.06.2009 р. „Про упорядкування штатних розписів підрозділу (відділ, лабораторія) з питань інтелектуальної власності і маркетингу інновацій науково-дослідних установ УААН”.

Відповідний науковий підрозділ функціонує і в нашому інституті, а саме: лабораторія наукових досліджень з питань інтелектуальної власності і маркетингу інновацій (лаб. НД з питань ІВ і МІ). У попередні два роки в структурі лабораторії був і сектор інноваційного розвитку та інформатики, а також передбачалось створення й сектору маркетингового та бізнес планування.

Співробітниками секторів планувалось виконання робіт по моніторингу інноваційних розробок, підготовка пропозицій щодо їх впровадження у виробничу практику, проведення НДР з питань кон'юнктурно-цінової ситуації, проведення аналітичних досліджень економічної ефективності виробництва свинини та прогнозування його розвитку на відповідні наступні періоди, а також здійснення робіт по бізнес плануванню з попереднім визначенням економічної ефективності тих чи інших новацій.

Станом на 1.04.2011 р. у підрозділі працювало 10 чол. В результаті ж проведеної оптимізації чисельності в штаті лабораторії нині 5 працівників.

Безпосередньо за лабораторією залишаються функції виконання НДР відповідної тематики, питання патентознавства, науково-технічної інформації, координації робіт по науково-технічному співробітництву із зарубіжними країнами, державна реєстрація та облік НДР, виставкова діяльність, бібліотечні послуги, трансфер ОІВ, реалізація НІ, дорадчі і друкарсько-видавничі послуги.

Звичайно, названий напрямок роботи, неможливо виконати без співпраці з науковцями інших підрозділів. Згідно вимог сьогоднішнього дня, відносини між науковими підрозділами інституту взаємопов'язуються шляхом бізнес-планово-договірних зобов'язань. Діяльність наукових підрозділів регулюється заступниками директора, як менеджерами цього процесу. Так, до продуцентів наукової продукції (інтелектуальної власності) відносяться наукові підрозділи (лабораторії), менеджером яких є заступник директора по науковій роботі.

Роботу лабораторії НД з питань ІВ і МІ, яка виконує задачу по трансферу продукту ІВ (перетворення новацій в інновацію), курирує заступник директора по науковому забезпеченню виробничих процесів.

Зав. лабораторії інноваційного консалтингу (лабораторія НД з питань ІВ і МІ) в своїй діяльності опирається на фахівців з питань інтелектуальної власності, патентно-кон'юнктурних досліджень, спеціалістів по маркетинговому і бізнес плануванню, а також будує свою роботу у тісній взаємодії із керівниками і спеціалістами інших наукових підрозділів інституту.

У діяльності лабораторії пріоритетного значення набувають роботи по створенню банкуданих попиту і пропозицій ОІВ та їх моніторинг, проведенню аналізу конкурентної ситуації на ринку, забезпеченню відповідної реклами для стимулювання реалізації новацій, активній участі у виставкових заходах, юридичному супроводу укладання договорів, формування попиту замовлень на прикладні розробки, дослідженню цінових аспектів на ту чи іншу наукову розробку, дотриманню кошторису витрат, запланованих на виконання програми, підготовці споживчого попиту і кон'юнктури як вітчизняного, так і світового ринку по видам діяльності інституту, організації школи кадрів, дорадчих послугах. Успішне виконання цих завдань залежить від своєчасної ретельної розробки відповідних бізнес-планів між продуцентами новацій і лабораторією консалтингового супроводу, які в свою чергу повинні носити форму і суть договірних відносин.

Як відомо, в сучасних умовах, актуальним стає питання довіри бізнесу (капіталу) до вітчизняних наукових розробок. Саме тому для висвітлення економічно-технічних переваг слід проводити апробації ОІВ. Але, як свідчить вітчизняна практика, на даний період не кожен науковий заклад має кошти для вирішення фінансових питань. Тому на черзі стоїть потреба у прийнятті рішення по залученню *комерційного* партнера, так звану *венчурну компанію*, яка була б готова взяти на себе фінансові ризики по апробації у виробництві тієї чи іншої новаційної продукції (див рис.).

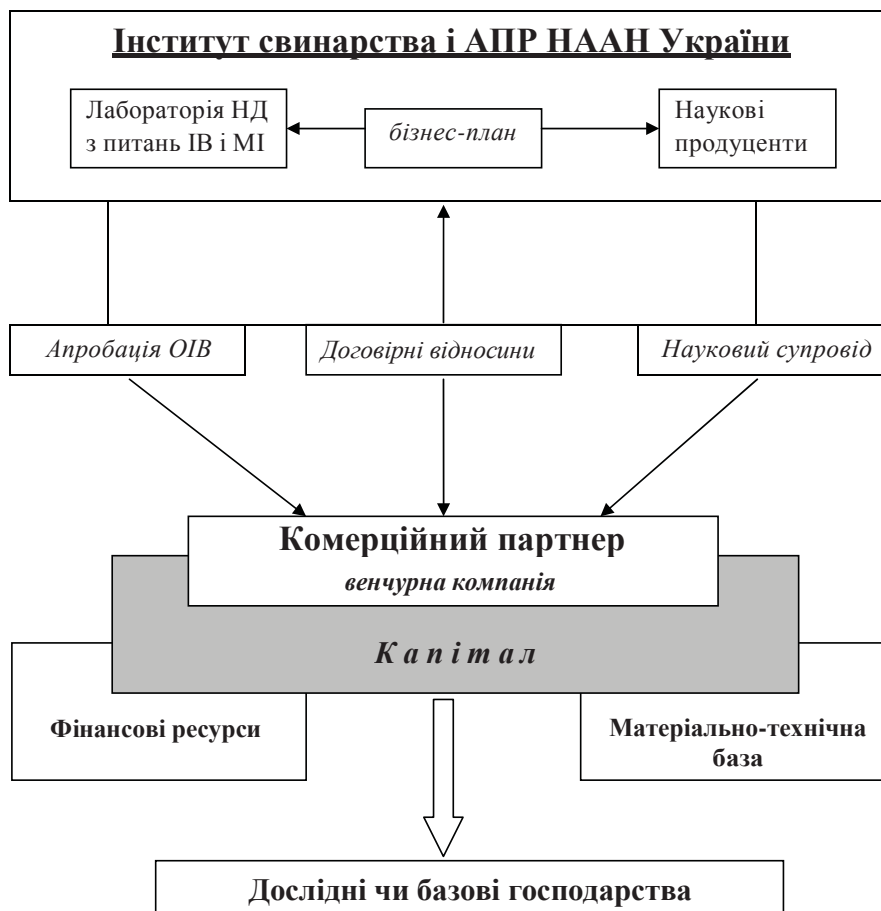


Рис. Схема апробації новаційного продукту через комерційного партнера

Проводити апробацію новацій на базі випадкового підприємства, як це нерідко було до ринкових відносин, унеможлиблює той факт, що продукт інноваційної власності в умовах ринку стає комерційним продуктом, який потребує захищеності від конкурентного середовища, і лише в такому разі ОІВ буде мати свою реальну ціну, що в умовах ринку стає важливим фактором для продуцента. Тому одним із шляхів трансформації новації як продукту інноваційної власності в інновацію лежить через „точкову” технологію інноваційного провайдингу, інакше кажучи через капіталізацію його з допомогою венчурної компанії на базі підпорядкованого науковому закладові дослідного чи, певним чином „узаконеного”, базового підприємства з науковим супроводом самих продуцентів.

Апробація новацій в таких умовах дасть можливість вирішити ще декілька питань, зокрема: питання маркетингу, збереження інформації виробництва того чи іншого продукту, питання дорадчих послуг через проведення відповідних навчань для споживачів ОІВ. Отже, такий підхід прояснить економічну складову даного продукту у виробничій сфері і, в свою чергу, визначить орієнтири інноваційного консалтингу для знаходження ринкової ціни на даний продукт об'єкта інтелектуальної власності.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Зубець М.В., Тивончук С.О. Наукові основи розвитку агропромислового виробництва на інноваційних засадах (теорія, методологія, практика) / М.В.Зубець, С.О.Тивончук. – К. : Аграрна наука, 2006. – 467 с.
2. Ніколенко С.М. До питання формування комплексної законодавчої бази у сфері освіти // Демократичні процеси та демократична освіта – основи розквіту соборності в Україні. Матеріали всеукраїнської наук.-практ.конф. – Полтава, 2005. – С. 3-11.
3. Федоренко І.П. Сучасний стан та перспективи розвитку науки та нових технологій // Творчість та освіта у вимірах ХХІ століття. Матеріали VIII Міжнарод.наук.-практ.конф. – К.:”Екмо”, 2005. – С. 85-86.

Сагло О.Ф. Шляхи щодо вдосконалення інноваційного маркетингу і менеджменту.

Показана необхідність формування механізмів взаємодіяння науки, бізнесу і суспільного виробництва на основі ефективного використання інноваційних розробок, а також їх трансферу. Ставиться ударення і на функціональних обов'язках відповідуючих структур в наукових установах з метою посилення інноваційно-консалтингової діяльності. Особливу увагу приділено привертанню комерційного партнера (венчурної компанії) к апробації в виробництві той или иной інноваційної продукції.

A.F. Saglo. The ways in reference to the improvement of an innovative marketing and management.

It is shown the necessity of a formation of interaction mechanisms of science, business and social production on the basis of the effective using of innovative elaborations and also their transfer. It is put the emphasis also on functional obligations of appropriate structures in science institutions with aim to intensify the innovative and consulting activity. It was spared a particular attention to the involvement of commercial partner (Hungary company) to the approbation in manufacturing that or another innovative production.