

Ладика В. І., доктор
сільськогосподарських наук,
професор, академік НААНУ,
головний редактор

Салогуб А. М., доктор
сільськогосподарських наук,
заступник головного редактора

Данько Ю. І., кандидат
економічних наук,
відповідальний редактор

Фотіна Т. І., доктор
ветеринарних наук, професор,

Подгаєцький А. А., доктор
сільськогосподарських наук,
професор

Соколов М. О., доктор
економічних наук, професор

Тарельник В. Б., доктор
технічних наук, професор

Редакційна колегія серії

Михайлова Л. І., доктор
економічних наук, професор,
редактор;

Мішенін Є. В., доктор
економічних наук, професор,
заступник редактора;

Борисова В. А., доктор
економічних наук, професор;

Славкова О. П., доктор
економічних наук, доцент;

Красноруцький О. О., доктор
економічних наук, доцент;

Олійник О. В., доктор
економічних наук, професор;

Соколов М. О., доктор
економічних наук, професор;

Еранкін О. О., доктор
економічних наук, доцент;

Чупис А. В., доктор
економічних наук, професор;

Жмайлов В. М., кандидат
економічних наук, доцент

Маслак О. М., кандидат
економічних наук, доцент,

ВІСНИК СУМСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Виходить 12 разів на рік

Серія "Економіка і менеджмент"

Випуск 6 (57), 2013

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

Монастирський Г. Л. Інституційне забезпечення інтеграції сільських населених пунктів в умовах підготовки до адміністративно-територіальної реформи	3
В'юненко О. Б. Проблеми створення систем упереджуючого управління та моніторингу регіональної економіки	8
Денисенко С. О. Теоретичні основи організації інформаційного забезпечення підприємницької діяльності	15
Лук'янова О. Ю. Методичні підходи до розробки бізнес-процесів підприємства у вітчизняних умовах	19
Пересадько Г. О., Саверченко Н. И. Маркетинговые исследования нейромаркетинга как инновационного механизма манипулирования потребителем	22

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ АГРОГОСПОДАРЮВАННЯ

Виганяйло С. М., Курило А. О., Зоренко О. І. Дослідження економетричних методів у плануванні діяльності підприємств птахівництва	25
Лихіцький В. В. Теоретичні аспекти управління виробничо-господарською діяльністю сільськогосподарських підприємств в системі менеджменту	30
Кучер Л. Ю. Концепція багатофункціональності як методологічне підґрунтя об'єктивної необхідності формування прибутковості виробництва молока	33
Усюк Т. В. Розвиток земельних відносин у сільському підприємстві: інституційний аналіз	36
Сергеев Ю. Г. Аналіз собівартості сільськогосподарських підприємств Сумської області	40
Лищенко М. О. Недоліки та переваги розвитку ринку сільськогосподарської продукції в Україні та світі	44
Устик Т. В. Ринок як середовище реалізації конкурентних стратегій сільськогосподарських підприємств	52

РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Прокопенко О. В., Школа В. Ю., Касьяненко В. О. Роль лізингу у системі забезпечення інноваційного розвитку підприємства	57
Грабчук І. Ф. Формування інноваційної складової у кормовиробництві	61
Гуторов А. О. Шляхи формування інвестиційних ресурсів агрохолдингів	66
Замлинський В. А. Інноваційний розвиток сучасного аграрного бізнесу: стан та перспективи	71
Якунічева А. Ю. Інноваційна складова дорадчих (інформаційно-консультаційних) послуг	76
Кашук К. М. Наукове забезпечення інноваційної діяльності Житомирської області	81
Смоляров Ю. Г. Ризики в інноваційній діяльності сільськогосподарських підприємств	86
Жмайлов В. М., Блюмська-Данько К. В. Вплив інноваційного маркетингу на формування товарної політики сільськогосподарського підприємства	90

11. Агробізнес: проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку: [Колективна монографія] / За заг. ред. Г.Є. Жуйкова, Я.В. Сухій, В.С. Ніценка. – Книга 2. – Одеса: ТОВ «Лерадрук», 2012. – 656 с.
12. Чан Ким У., Моборн Р. Стратегія голубого океана. 2-е изд. Пер. с англ. / У. Чан Ким, Р. Моборн — М.: Hippo Publishing, 2007. — 272 с.
13. Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.meatmilk.kiev.ua/news/10884>

Определены направления совершенствования оценены возможности внедрения новых механизмов влияния на активизацию сельскохозяйственной деятельности.

Ключевые слова: *инновационная деятельность, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия роста, эффективность инноваций, стратегия голубого океана.*

Identify areas of improvement and possibilities of introducing new mechanisms of activation of agricultural activities.

Keywords: *innovation activity, competitiveness, marketing growth strategy, efficiency of innovations, Blue Ocean Strategy.*

Дата надходження до редакції: 15.04.2013
Рецензент: к.е.н., доцент Данько Ю.І.

УДК 631.152:658.012.011.56

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ДОРАДЧИХ (ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНИХ) ПОСЛУГ

А. Ю. Яқунічева, аспірант*, Таврійський державний агротехнологічний університет
*Науковий керівник – к.е.н., проф. Лобанов М. І.

У статті розглянута сутність дорадчих (інформаційно-консультаційних) послуг, життєвий цикл дорадчої послуги, як інноваційного продукту, який надається в рамках цієї послуги. На основі цього дослідження наведено власне визначення поняття «інноваційний продукт» та зазначені основні особливості з огляду на аграрну сферу застосування. Графічно представлено фази життєвого циклу інноваційного продукту, тобто дорадчої послуги та встановлений чіткий план етапів циклу. Запропоновані принципи дорадчої діяльності.

Ключові слова: *дорадчі послуги, інформаційно-консультаційні послуги, агроконсалтингові послуги, інноваційний продукт, життєвий цикл послуг.*

Постановка проблеми. Одним із видів дорадчих (інформаційно-консультаційних) послуг, що надаються українськими дорадчими службами є навчання, яке за значенням прийнято ототожнювати з екстеншном. Але у багатьох випадках саму дорадчу діяльність ототожнюють з поняттям «екстеншн». В свою чергу поняття «екстеншн» в міжнародній практиці піддалось критиці, та дана дефініція отримала назву «комунікації для інновацій». Тому постає питання визначення сутності дорадчих послуг через вивчення дорадчої послуги як інноваційного продукту.

Аналіз останніх досліджень та постановка завдання. У багатьох визначеннях сільськогосподарського екстеншну наголошується його освітній вимір. Крім того, екстеншн стає професійною комунікаційною інтервенцією, яка викликає добровільні зміни в поведінці заради передбачуваної державної або колективної корисності [1; 10]. Ця інтервенція мала не багато спільного з «допомогою» а, скоріше, стала нав'язуванням технологій або посиленням державного контролю над фермерами. На цих засадах визначення екстеншну в 1980-ті роки було піддано критиці, виникла потреба у перевизначенні, деякі поважні автори в області екстеншну вирішили повністю відмовитися від поняття «екстеншн». Адже поняття «ек-

стеншн» має надто широке значення та неоднозначні конотації, що практично унеможливило точне розуміння його сутності та необхідної концепції. Наприклад, Ван і Ролінг більше не використовують концепцію екстеншну у багатьох своїх роботах, і вони у своїх університетах перейменували сферу науки екстеншну у вивчення «комунікацій для інновацій» [10].

Матеріалами досліджень є наукові праці Л'юїса, Ван і Ролінга [10], М. І. Лобанова [6], Г. В. Ольхової [8], А. В. Бикова [1], Т. А. Бутенко [2], Є. С. Лесних [5], П.М. Музики [7], Р. Я. Корінця, М. П. Гриценко, Ю. М. Берездецького [9] та інших. Проте вивчення сутності дорадчих послуг недостатньо досліджено в їх працях, тож визначення інноваційної складової дорадчих послуг залишається не розкритим питанням.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення інноваційної складової дорадчих послуг через вивчення дорадчої послуги як інноваційного продукту.

Об'єкт та методика дослідження

Об'єктом дослідження є процес надання дорадчих послуг.

Методами досліджень є узагальнення та систематизація, за допомогою даного методу проведені теоретичні узагальнення та сформовані

висновки і пропозиції, термінологічний метод – при обґрунтуванні сутності категорії «інноваційний продукт», аналізу і синтезу – при визначенні місця інновацій у наданні дорадчих послуг, графічний метод – при розгляді життєвого циклу дорадчої послуги та інші загальнонаукові методи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» одним із завдань сільськогосподарського дорадництва для забезпечення інноваційного розвитку галузі поширення та впровадження у виробництво сучасних технологій, новітніх досягнень науки та техніки, доведення наукових розробок у вигляді доступної інформації до конкретних її користувачів, підвищення рівня їх інноваційної культури, сприяння впровадженню досягнень у виробництво [9].

На виконання цього завдання спрямована інноваційна функція дорадчих формувань. Тож існує можливість розглядати дорадчу діяльність як різновид інноваційної діяльності.

Серед іншого дорадча послуга визначається як продукт інтелектуального характеру, вироблений на основі збору, переробки і аналізу інформації та використанні розвитку науково-технічного прогресу з метою поширення знань, практичних навичок селян та забезпечення прибуткової сільськогосподарської діяльності шляхом впровадження науково-технічних і організаційно-економічних інновацій в аграрну сферу. Цей продукт залишається у володінні клієнта після завершення процесу консультування [3; 4].

В умовах ринку науково-технічна інформація перетворюється в інноваційний продукт, упровадження якого має здійснюватися на підприємницьких засадах.

Система інформаційно-консультаційного обслуговування, поєднуючи науку, освіту і виробництво, виступає каталізатором інноваційного розвитку аграрного сектора економіки, сприяє поширенню знань і є необхідною умовою розвитку ринку [2].

Незважаючи на кризовий стан в галузі, вона стала основним каналом впровадження закінчених науково-технічних розробок у виробництво та забезпечує реальний зворотній зв'язок сільгоспвиробників з науковими організаціями [7; 8].

Розглядаючи дорадчі послуги як товар, який має вартість, собівартість, життєвий цикл, попит і пропозицію, постає питання виробництва (надання) дорадчих послуг з найменшими витратами та найбільшим прибутком. Тому можна зазначити, що в Україні є визначені передумови до формування повноцінного ринку інформаційно-консультаційних та науково-впроваджувальних послуг.

Визначення поняття інноваційний продукт, що приводиться у Законі України «Про інноваційну діяльність» - не досконале, і не відображає повною мірою ті аспекти, що існують при його

виробництві та використанні. Так, на нашу думку, економічно-логічне визначення інноваційного продукту таке: «інноваційний продукт» – це результат цілеспрямованої науково-дослідної, проектно-технологічної, експериментальної (апробаційної) діяльності з доведенням наукової розробки (нових товарів чи послуг) через систему випробувань та перевірок до продукту повністю адаптованого до конкретного підприємства та його природно-кліматичних, економічних, технічних, технологічних умов. Ринок інновацій в широкому розумінні слід розглядати, як економічний простір на якому взаємодіють його суб'єкти: сільськогосподарські дорадчі служби різних організаційно-правових форм і видів діяльності та об'єкти на які спрямована діяльність дорадчих формувань (сільськогосподарські товаровиробники, сільське населення, органи управління агропромислового розвитку, органи місцевого самоврядування).

В агропромисловому виробництві, на відміну від багатьох галузей промисловості, існує галузева специфіка, в якій сільськогосподарські виробники стикаються не просто з проблемою застосування нових знань і впровадження інновацій, але і з проблемою адаптації одного і того ж нововведення до різних агрокліматичних умов, масштабів підприємств і технологічних, виробничих особливостей діяльності кожного регіону [5].

Як і будь-який інший продукт, дорадчі послуги мають свій життєвий цикл: стадії проектування і розробок, випуску на ринок, зростання, зрілості, насичення і занепаду. Цей процес має також і тимчасове вимірювання, оскільки деякі послуги застарівають – їх потрібно замінювати, а деякі послуги з'являються – їх варто упроваджувати [6].

Дорадча послуга, як інноваційний продукт проходить через низку етапів створення та реалізації (рис. 1).

Фази життєвого циклу інноваційного продукту, тобто дорадчої послуги мають свою особливість. Специфіка полягає в тому, що такі послуги поділяються на стандартні та унікальні. Стандартні види послуг при чіткій організації процесу, можуть реалізовуватися протягом довготривалого часу значній кількості споживачів, а унікальні інноваційні послуги реалізуються тільки одному клієнту - один раз, тому не мають етапу зростання, зрілості і спаду, тобто відсутня фаза поширення інноваційного продукту.

Впровадження інновацій, що вимагає значних витрат і супроводжується ризиком втрат, перетворюється в підприємницьку діяльність з усіма характерними її ознаками. Дорадчі структури, що забезпечують інноваційний процес, з одного боку, виступають від імені держави, інформуючи і консультуючи виробників, а з іншого, забезпечуючи впровадження, є суб'єктами підприємницької діяльності.

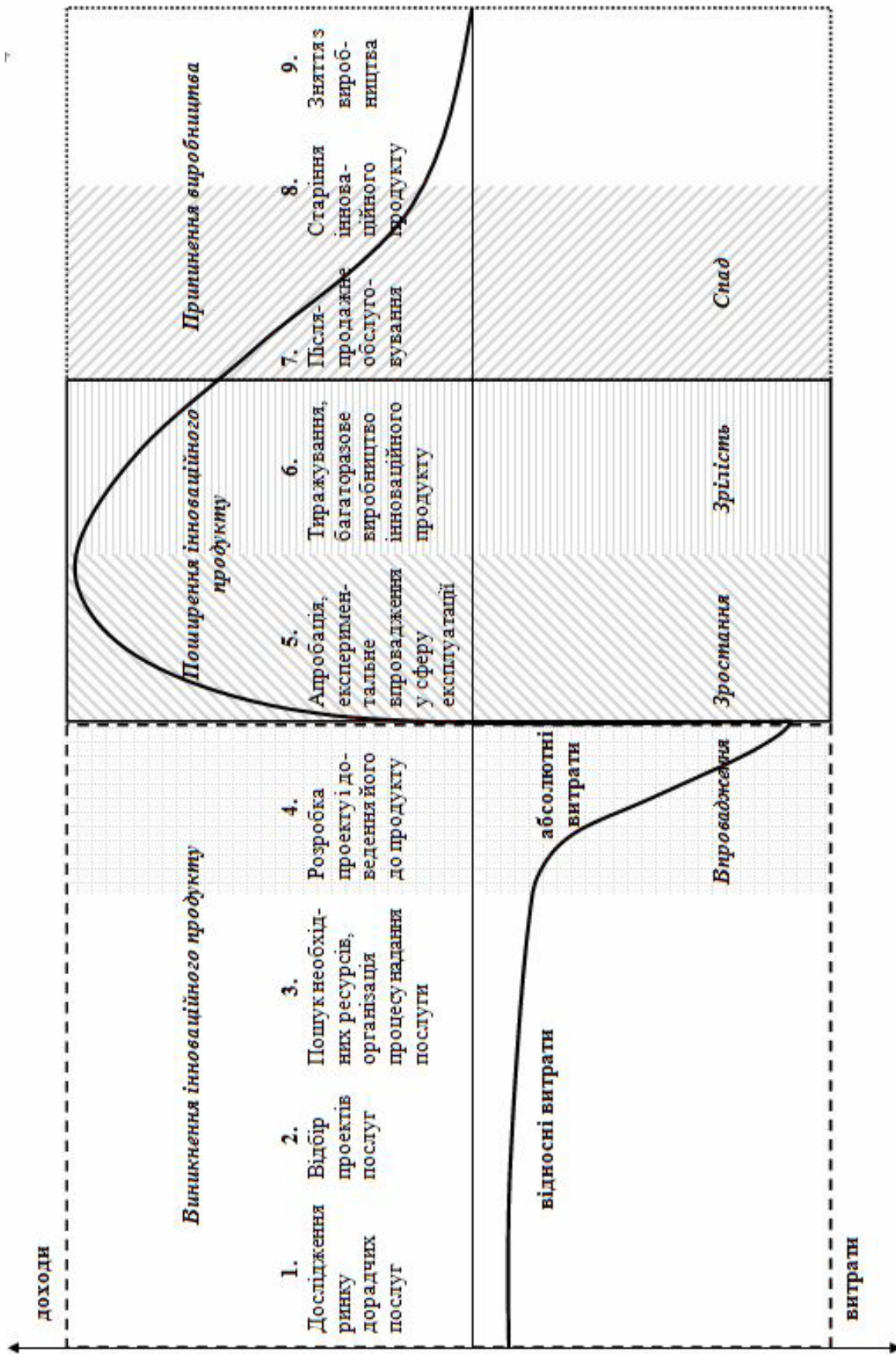
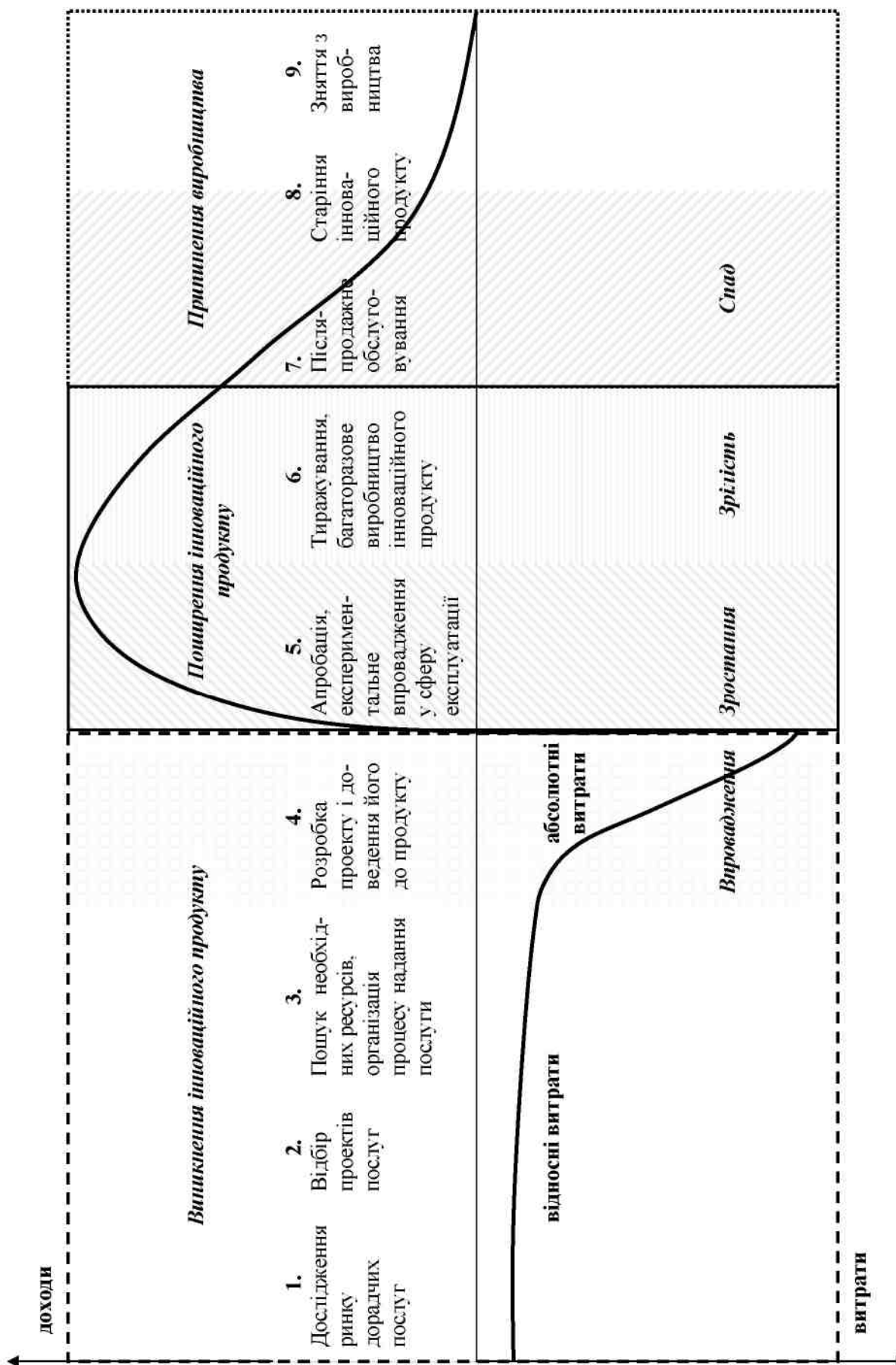


Рис. 1. Життєвий цикл інноваційного продукту (дорадчої послуги)

[Власна розробка автора]



На початку життєвого циклу дорадче формування здійснює дослідження потреб ринку, після чого відбирає кращий проект, відбувається пошук необхідних ресурсів та організація надання послуги, встановлюється контакт з замовником результатом якого є розробка проекту і адаптація його до інноваційного продукту та планування подальшої співпраці. Між початком і завершенням спільної діяльності слід виділити декілька основних фаз: виникнення інноваційного продукту, його поширення та припинення виробництва.

На перших етапах життєвого циклу інноваційного продукту витрати незначні, відносні. З моменту ж розробки інноваційних проекту і плану, аж до моменту експериментального впровадження, витрати починають збільшуватися. Далі витрати проходять момент одиничного (експериментального) впровадження з максимальною кількістю витрат, після цього інноваційний товар починає приносити прибуток.

Реалізація інноваційного продукту повинна забезпечуватися відповідним рівнем якості інноваційної послуги, що має бути комплексним, відстежуватись від першочергового визначення потреб і до повного їх задоволення. Встановлення чіткого плану етапів життєвого циклу інноваційного продукту допомагає консультанту-дораднику та замовнику систематично переходити від операції до операції, які слідує одна за одною та що робить його більш результативним.

Висновки. Різноманітні погляди на взаємо-

зв'язок між комунікацією і змінами знайшли своє відображення у визначенні терміну «екстеншн», здійснили значний вплив на його розвиток, а також еволюцію поняття «екстеншн» у поняття «комунікації для інновацій». Екстеншн, у свою чергу, є поняттям, синонімічним дорадчій діяльності в цілому, та охоплює той її вид, коли дорадча послуга надається споживачу з використанням такого методу дорадчої діяльності, як навчання. Розглядаючи сутність дорадчої послуги та інноваційного продукту прийшли до необхідності запропонувати власне визначення поняття «інноваційний продукт», яке враховувало б повною мірою ті аспекти, що існують при його виробництві та використанні. Визначені особливості сільськогосподарського інноваційного продукту, а також наглядно відображена економікологічна модель життєвого циклу інноваційного продукту (дорадчої послуги).

Дорадча послуга, як товар проходить через низку етапів життєвого циклу інноваційного продукту, що складаються з таких основних фаз: виникнення інноваційного продукту, його поширення та припинення виробництва. Система інформаційно-консультаційного обслуговування, поєднуючи науку, освіту і виробництво, виступає каталізатором інноваційного розвитку аграрного сектора економіки, сприяє поширенню знань, так поняття екстеншну у зв'язку з певною конотацією перетворилось у комунікацію для інновацій.

Список використаної літератури:

1. *Быков А. В.* Развитие консалтинговой деятельности в сельском хозяйстве: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»/ А.В. Быков. – Воронеж, 2009. – 30 с.
2. *Бутенко Т. А.* Формування ринку інформаційно-консультаційних послуг в аграрному секторі економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. эконом. наук: спец. 08.07.02 «Економіка сільського господарства і АПК»/ Т.А. Бутенко. – Харків, 2006. – 25 с.
3. *Доценко Л. В.* Організаційно-економічні засади функціонування дорадчих закладів з обслуговування сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. эконом. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами»/ Л.В. Доценко; Миколаївський державний аграрний університет. – Миколаїв, 2004. – 24 с.
4. *Краснейчук А.О.* Становлення і розвиток консультаційної діяльності в державному управлінні України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управл.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління»/ А.О. Краснейчук; Академія муніципального управління. – Київ, 2008. – 22 с.
5. *Лесных Е. С.* Развитие консалтингового предпринимательства в АПК : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»/ Е.С. Лесных. – Воронеж, 2009. – 37 с.
6. *Лобанов М. І.* Організація інформаційно-консультаційного забезпечення агропромислового виробництва регіону (на матеріалах Запорізької області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. эконом. наук: спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економіки»/ М.І. Лобанов. – Київ, 2000. – 15 с.
7. *Музыка П.М.* Развитие дорадчої служби у соціальному облаштуванні сільських територій / П.М. Музыка // Економіка АПК. – 2005. - № 11. – С. 79 – 82.
8. *Ольховая Г. В.* Управленческое консультирование аграрных формирований и пути его совершенствования: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. эконом. наук: спец. 08.00.04 «Экономика и управление предприятиями (экономика сельского хозяйства и АПК)»/ Г.В. Ольховая. – Симферополь, 2009. – 34 с.
9. Науково-практичний коментар до Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» / Р. Я. Корінець, М. П. Гриценко, Ю. М. Берездецький та ін.; за ред. Р. Я. Корінця. – Л. :

НВФ Українські технології, 2007. – 248 с.

10. Leeuwis C. Communication for rural innovation : rethinking agricultural extension / Cees Leeuwis, AnnevandenBan . - ThirdretitledditionpublishedbyBlackwellPublishingLtd,2004. – 405p.

Рассмотрена сущность информационно-консультационных услуг, жизненный цикл информационно-консультационной услуги, как инновационного продукта, который предоставляется в рамках этой услуги. На основе этого исследования приведено собственное определение понятия «инновационный продукт» и указаны основные его особенности, учитывая аграрную сферу применения. Графически представлены фазы жизненного цикла инновационного продукта, т.е. консультационной услуги и установлен четкий план этапов цикла. Предложены принципы информационно-консультационной деятельности.

Ключевые слова: *совещательные (информационно-консультационные) услуги, агроконсалтинговые услуги, инновационный продукт, жизненный цикл услуг.*

Considered the essence of extension (information and counselling) services, lifecycle of advisory services, as an innovative product that is provided within the service. Based on this research are presented own definition of "innovative product" and to identified main characteristics of agricultural innovation. Graphically represented phases of the life cycle of an innovative product, that is advisory services and established the clear plan phases of the cycle. We proposed principles advisory services.

Key words: *advisory (information and consulting) services, innovative product, the life cycle of a services.*

Дата надходження до редакції: 26.04.2013

Рецензент: д.е.н., професор Синяєва Л.В.

УДК 332.122 (477)

НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

К.М. Кащук, аспірант, Житомирський національний агроекологічний університет

У статті надається характеристика інноваційного потенціалу Житомирської області за останні роки. Для оцінки наукового забезпечення інноваційної діяльності проаналізовано показники структури надходжень для фінансування наукових досліджень, міжнародного співробітництва наукових організацій Житомирської області, а також кількість виконаних та впроваджених результатів наукових та науково-технічних робіт. Встановлено, що сумарний індекс складових елементів науково-технічного потенціалу Житомирської області знижується.

Ключові слова: *інформатизація суспільства, науковий-технічний потенціал, впровадження результатів наукових досліджень.*

Постановка проблеми. Створення умов для оптимального розвитку наукового потенціалу в регіонах стає одним з головних пріоритетів у формуванні системи і механізму управління інноваційним розвитком країни. Проведення аналізу та оцінки наукового потенціалу в Житомирській області на сучасному етапі є актуальним завданням, оскільки підготовка кадрів та направленість їхніх досліджень мають динамічно реагувати на актуальні проблеми розвитку країни та відповідати вимогам інноваційно-орієнтованої економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Загальні питання переходу науки на інноваційні засади, розвитку кадрової складової інноваційного потенціалу, імперативи розробки програм мобільності між наукою на виробництвом, характеристики державного управління впровадження інновацій у виробництво, а також аналіз основних форм співпраці науки та бізнесу у розвинених країнах світу і зв'язок наукового потенціалу із зростанням добробуту в країні досліджено у низці наукових публікацій [4-6].

Разом з тим залишилися не розробленими питання підтримки інноваційного розвитку аграр-

ного виробництва науковою сферою Житомирської області шляхом розробки механізму стимулювання попиту на продукцію наукових установ як засобу забезпечення науковими розробками аграрних підприємств та стимулювання їх інноваційного розвитку. Тому проведення аналізу та оцінки наукового потенціалу в Житомирській області на сучасному етапі є актуальним завданням, оскільки підготовка кадрів та направленість їхніх досліджень мають динамічно реагувати на актуальні проблеми розвитку країни та відповідати вимогам інноваційно-орієнтованої економіки.

Метою дослідження є оцінка динаміки інноваційно-наукового потенціалу Житомирської області з використанням індексу динаміки складових елементів науково-технічного потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Частка наукових організацій Житомирської області у загальній кількості по Україні є незначною і складала у 2011 році лише 0,7% (у 2011 році в Україні науковою діяльністю займалися 1340 організацій). Із загальної кількості наукових організацій області 1 – відноситься до академічного сектора, 5 здійснюють наукову