

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК РИНКУ ІННОВАЦІЙ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Шквиря Н.О., асистент,
Таврійський державний агротехнологічний університет

Постановка проблеми. Сучасний етап функціонування сільського господарства у більшості розвинутих країн світу характеризується переходом до інноваційної моделі розвитку, суть якої полягає у системній інтеграції науково-технічної сфери галузі, з однієї сторони, і власне сільськогосподарського виробництва, з іншої. Мета такої інтеграції – підвищення ефективності виробництва на основі техніко-технологічного і організаційно-управлінського оновлення за рахунок інноваційної діяльності [2].

Розбудова інноваційного ринку, як необхідний стратегічний напрям розвитку сільського господарства потребує зведення усіх його елементів у єдину інтегровану систему з прозорими та прийнятними для всіх учасників процесу вхідними та вихідними параметрами. Невпорядковані інтереси, що склалися зараз у інноваційній сфері в Україні, зокрема її аграрному секторі, значно перешкоджають розвитку ринку інновацій та використанню нових наукових знань і, як результат, зменшують прибутки сільськогосподарських підприємств. Отже, аграрній сфері потрібен регульований ринок інновацій, який забезпечує створення та впровадження конкурентоспроможних інноваційних продуктів [4].

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженню проблем інноваційної діяльності та формування ринку інновацій присвячені роботи С.А. Володіна, М.Ф. Кропивко, М.В. Зубця, О.І. Дація, П.М. Музики, П.Т. Саблука та інших. Але багато питань щодо організаційної структури та механізму функціонування ринку інновацій недостатньо досліджено і не висвітлено в науковій літературі, хоч вони являють значний інтерес для аграрної економічної науки і виробничої практики.

Ціль роботи: полягає в визначенні основних теоретичних положень щодо розвитку ринку інновацій та обґрунтуванні його організаційної структури і функцій.

Виклад основного матеріалу. Ринок інновацій, як складова частина системи економічних відносин, поряд з особливостями, які визначаються специфічними властивостями товару, зберігає основні положення ринку і підпорядковується загальним законам.

Ринок інновацій – це система економічних відносин між споживачами (товаровиробниками) інноваційної продукції або інноваційних послуг і суб'єктами пропозиції (власниками інноваційної продукції, інформаційно – консультативних і впроваджувальних послуг) з приводу їх виробництва, придбання і використання.

Суб'єктами ринку інновацій є виробники інноваційної продукції, інформаційні, консалтингові і інші формування які надають послуги по впровадженню. Сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм та форм власності, які є споживачами інноваційної продукції виступають в якості об'єкту ринку інновацій. Товаром на ринку інновацій є інноваційні продукція і інноваційна послуга (інформація, консультація, навчання) [2].

Як товар інноваційні продукція може бути реалізована тільки при наявності на неї відповідного попиту. Інноваційна продукція повинна задовольняти потреби конкретного ринку, відповідати рівню сучасних потреб, бути доступною як за ціною так і за сприйняттям.

Ринок інновацій повинен виконувати наступні функції:

- забезпечення – задовольняє потреби учасників в реалізації і придбанні інноваційної продукції;
- регулювання – оптимально формує попит і пропозицію на інноваційну продукцію і інноваційні послуги, забезпечуючи їх раціональний розподіл між суб'єктами інноваційної діяльності і встановлюючи рівень цін на них;
- інформування – є посередником при розповсюдженні інформації між учасниками інноваційного процесу;

- стимулювання – сприяє створенню конкурентоспроможного інноваційного продукту, розширенню переліку інноваційних послуг і засобів їх здійснення.

Ринок інновацій сільського господарства формують наукові і освітні організації, комерційні підприємства, творчі колективи, окремі вчені і винахідники. Покупцями інноваційного продукту виступають сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм та форм власності.

Головним завданням ринку інновацій є просування інноваційної продукції з метою задоволення потреб сільськогосподарських товаровиробників здатної забезпечити і отримати ними додаткового економічного, технологічного, соціального і екологічного ефектів.

Як система, ринок інновацій має свою організаційну структуру і механізм функціонування. В організаційному плані ринок інновацій розвивається за трьома основними напрямками: ринок наукової праці, ринок науково-технічної інформації і наукової продукції (рис. 1).

Ринок наукової праці – це система навчальних, економічних, правових і інформаційних сфер, відносин і взаємозв'язків, спрямована на підготовку, підбір і забезпечення кадрами наукових, науково-виробничих и впроваджувальних структур.

Ринок наукових кадрів передбачає організацію двох зустрічних пропозицій – відомості про вакансії і пропозиції. Здобувач робочого місця може розмістити у встановленій формі відомості про себе и побажання умов. Інформація може розміщуватися у різних інформаційних джерелах (журнали, Інтернет, газети) або заноситися в банк даних наукових кадрів. Роботодавець може сам, за певними для себе критеріями, підібрати співробітника або доручити це зробити співробітникам спеціалізованої служби, яка формує і веде галузевий банк даних наукових кадрів [1].

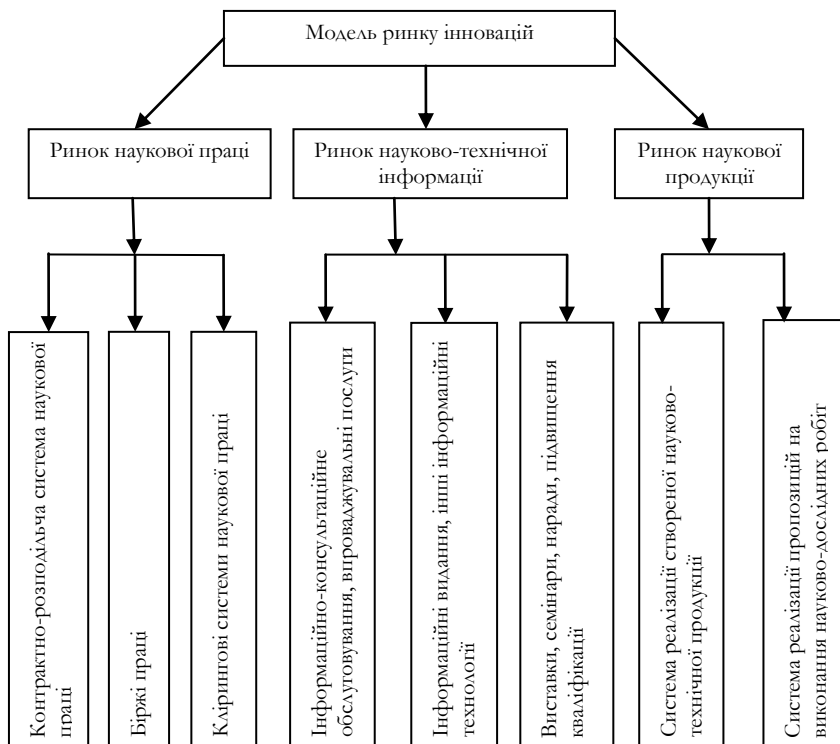


Рис. 1 Модель ринку інновацій

Ринок науково-технічної інформації – це тип економічних взаємозв’язків і відносин між виробниками і споживачами з приводу виробництва, придбання і використання інформації.

Науково-технічна інформація розповсюджується за допомогою телекомунікації і звичайним шляхом через пошту, телефон, факс, консультаційну, бібліотечну, освітню, видавничу, рекламну і іншу діяльність.

В останні роки відбулися суттєві зміни у інформаційному забезпеченні галузі – в більш повній мірі із всієї системи інноваційного забезпечення сільського господарства збереглися виробники наукового продукту, і в дуже зміненій формі, його споживачі. Відбувається становлення нових відносин, на ринку

науково-технічної інформації починають функціонувати нові учасники - дорадчі служби, різноманітні спеціалізовані агентства і посередники. Посередниками виступають різні спеціалізовані консалтингові або інформаційні організації, видання, організатори виставок, семінарів, науково-практичних конференцій.

Ринок науково-технічної інформації ще не достатньо сформований у сільському господарстві і його за рівнем насиченості (за обсягом і структурою) можна віднести до категорії дефіцитного ринку.

Здатність оперативно використовувати науково-технічну інформацію становиться основою ефективної економіки, сама інформація при цьому являється каталізатором інноваційного процесу. Інформація для інформаційних структур є ресурсом і засобом праці і товаром одночасно. Науково-технічна інформація слугує об'єктом додавання праці робітників інформаційних центрів і усіх інших аналогічних формувань. Чим більше центр має інформаційного ресурсу, тим він є потенційно більш затребуваним суб'єктом ринкових відносин. Інформація для них є ресурсом багаторазового використання, до моменту її усунення, появи нової, яка забезпечує більший ефект. Для спеціалізованих інформаційних, дорадчих центрів науково-технічна інформація є у певному розумінні засобом праці, основним джерелом затребуваності і функціонування. Інформаційно-консультаційні послуги у ринкових відносинах є предметом купівлі-продажу і, відповідно, вважаються товаром. Інформаційно-консультаційна послуга – це певний вид товару (який володіє якістю, що характеризує його цільове призначення і властивість, заради якої він споживається), який створений в результаті певної діяльності, мета якої виражається в задоволенні потреб [5].

Таким чином, можна констатувати, що:

- ринок науково-технічної інформації у сільському господарстві знаходиться на стадії формування;
- при входженні у ринкові відносини, раніше діючі структури науково-технічної інформації розформовані, змінили свої функції і не можуть впливати на інформованість. На ринок інформаційних послуг почали активно впроваджуватися інші структури, у тому числі дорадчі служби і інші утворення.

Ринок наукової продукції – це система відносин виробників і споживачів науково-технічної продукції. Дослідження свідчать, що на сьогодні ринок наукової продукції залишається поки досить слабо вивченою проблемою. Науково-технічна продукція, яка є товаром становиться стрижнем ринкових відносин у взаємодії науки і виробництва.

Сільськогосподарське виробництво, як замовник і споживач науково-технічної продукції у реальній дійсності, цікавиться практичним застосуванням не розробок, а конкретних інноваційних продуктів. Як товар інноваційна продукція може бути реалізована тільки при наявності на неї відповідного попиту. Інноваційна продукція повинна задовольняти умовам конкретного ринку, відповідати рівню сучасних вимог, бути доступною як за ціною так і за сприйняттям [1].

Основними принципами формування ринку наукової продукції є:

1. Наявність попиту на інноваційну продукцію – за цим організаційним принципом відбувається формування планів виробництва інноваційної продукції, організація інноваційних формувань, їх розмір, підбір виконавців

2. Різноманітність пропозицій і конкурентоздатність – наприклад, умови виробництва рослинницької продукції в різних кліматичних, економічних умовах не можуть бути задоволені однаковими інноваційними пропозиціями а потребують розробки різноманітних підходів. Споживач має можливість вибрати свій найкращий науковий варіант рішення проблеми, а різні фінансові, інвестиційні можливості припускають також вибір найбільш придатних виконавців, між якими повинна мати місце конкуренція.

3. Перші два принципи дають можливість повного і якісного задоволення попиту на інноваційну продукцію і це є третій принцип ринкових відносин. Він потребує відповідальності за надану інноваційну послугу, придбану інноваційну продукцію

4. Правої, соціальної захищеності і мотивованості. Формування ринку інновацій в Україні спирається на матеріальну, законодавчу і нормативну базу. Збереження патентного права, інтелектуальної власності повинно бути умовою ринкових відносин. Будь яка ринкова дія передбачає взаємну зацікавленість и повинна бути мотивована.

Висновки. Дослідження показали, що побудова ринку інновацій у сільському господарстві є необхідною умовою побудови загального ринкового середовища в аграрній сфері, концентрації інновацій в аграрному виробництві, забезпечує просування інноваційної продукції на ринок.

Таким чином, ринок інновацій для сільського господарства виступаючі сегментом аграрного ринку, забезпечує взаємні економічні інтереси наукових організацій, розробників інновацій і виробників наукоємної продукції, різних впроваджувальних формувань і сільськогосподарських підприємств в ефективному просуванні інновацій в сільськогосподарське виробництво.

Список літератури.

1. Володін С.А. Науково – інноваційна консалтингова структура УААН / С.А. Володін // Вісник аграрної науки. – 2004. - № 8. – С. 9013.
2. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України/ О. І. Дацій. — К. : ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2004. — 428с.
3. Зубець М.В. Про стратегію утвердження інноваційної моделі розвитку аграрної економіки / М.В. Зубець, С.А. Володін // Економіка АПК. – 2004. - № 12. – С. 23
4. Інноваційна складова економічного розвитку / [Безчасний А. К., Мельник В. П., Білоцерківець О. Г., Шовкун І. А., Онишко С. В.]. — К.: НАН України; Інститут економіки., 2000. — 262с.
5. Кропивко М.Ф. Організаційні форми впровадження інновацій в агропромислове виробництво з використанням потенціалу аграрної науки / М.Ф. Кропивко, Т.С. Орлова // Економіка АПК, 2007. - № 7. – С. 11 – 18

Анотація. В статті розглянуто теоретичні аспекти щодо розвитку ринку інновацій. Обґрунтовано організаційну структуру та визначено функції ринку інновацій.

Summary. In article theoretical aspects concerning development of the market of innovations are considered. It is proved organizational structure and functions of the market of innovations are defined.

