2. Куцеконь Л.О. Підвищення економічної ефективності виробництва в бурякоцукровому підкомплексі на інноваційних засадах / Л.О. Куцеконь // Науковий вісник НУБіП України : [зб. наук. праць]. – 2010. – Вип. 154. – Т. 1.– С. 120-124.

3. Найда А.В. Методичні підходи щодо оцінки економічної ефективності розвитку підприємств цукробурякового підкомплексу / А.В. Найда // Науковий журнал: Економіка харчової промисловості. – 2011. – Вип. № 2. – С. 24-27.

4. Статистичний збірник: Сільське господарство Полтавської області. – Полтава: Головне управління статистики в Полтавській області, 2011. – С. 155-158.

5. Статистичний щорічник Полтавщини. – Полтава: Головне управління статистики в Полтавській області, 2011. – С. 70-76.

УДК: 631.1.027:65.012.12:633.11

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОГО СОРТУ ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ У ВИРОБНИЦТВО

Гладіліна Т.В., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

У статті зосереджено увагу на маркетингових дослідженнях, існуючої в Україні мережі науково-дослідних установ по селекції та насінництву озимої пшениці(на матеріалах селекційного центру ПДАА), яка в результаті активізації комерційної діяльності може повною мірою задовольнити потреби в оригінальному, елітному та репродукційному насінні озимої пшениці вітчизняних товаровиробників.

This article is concerned with marketing research of new advanced wheat cultivars. Paper shows actual problems of formation of partnerships between producers of new varieties and their consumers. It should be noted, that introduction of perspective cultivars winter wheat has an important role for agriculture. It is pointed out, that agriculture is basis of economic and social development of country. It is stressed that intensification of commercial activity can fully satisfy the needs in the original seeds. The importance that marketing services in breeding institutions should conduct monitoring of the market and identify customer needs.

Постановка проблеми. Досягнення вітчизняної аграрної науки на інноваційних засадах вимагає системного підходу до практичної реалізації трансферу інтелектуальних інноваційних технологій , що в свою чергу потребує науково обґрунтованого організаційного, методологічного і методичного інформаційно-маркетингового супроводження [2].

Нові сорти сільськогосподарських культур є інноваційним продуктом, результатом науково-дослідної розробки, а також об’єктом матеріальної і інтелектуальної власності. Обґрунтування економічної ефективності наукових розробок є однією із складових маркетингу й основним елементом системи комерціалізації результатів наукових досліджень.

Погляди на значення сорту, створеного у процесі селекції, як товар відображено в численних наукових працях [4, 5]. Вчені всього світу висловлюють одностайну думку, що сорт відіграє значну позитивну роль у підвищенні врожайності сільськогосподарських культур. До 2020 року питома вага приросту врожаю, одержаного за рахунок нового покоління сортів, буде становити від 70 до 80 відсотків, або в 2-3 рази вище досягнутого рівня на теперішній час[4]. Новостворені сорти повинні стати джерелом інвестування новітніх досліджень селекційних установ через їх комерціалізацію. Одним із

шляхів комерційної реалізації наукової продукції є швидке розмноження нового сорту, через систему насінництва, та укладення ліцензійних договорів на вирощування та реалізацію елітного і репродукційного насіння. Фінансування деяких наукових програм на 50% залежить від ліцензійних надходжень [6].

Таким чином, на сьогоднішній день перед селекційними установами гостро постала проблема активізації маркетингової та моніторингової діяльності для підвищення ефективності їх функціонування. Для цього доцільно створити відділ маркетингу, який виконуватиме весь комплекс маркетингових заходів.

Н сучасному етапі розвитку українського ринку сортів рослин єдиним інформаційно-маркетинговим джерелом по сортам-новинкам , а також сортовому асортименту для насіннєвих установ і товаровиробників сільськогосподарської продукції є Державний реєстр сортів рослин, який на 2011 рік нараховує 225 сортів озимої пшениці [3].

На сьогоднішній день розмноження сортів, які входять до Державного реєстру, йде дуже повільно і під елітними та товарними посівами було задіяно лише половина вищезгаданих сортів озимої пшениці.

Таким чином, пропозиція нових сортів, як товару, може надходити на ринок як безпосередньо від його виробників – селекціонерів, утворюючи первинний ринок сортів рослин, так і від різного роду підтримувачів , власників та виробників насіння і садивного матеріалу. Тому, основною умовою успішного функціонування в ринкових умовах селекційних установ і реалізації наукової продукції, як їхнього товару, є орієнтація на платоспроможний попит [4].

Існуюча в Україні мережа науково-дослідних установ по селекції та насінництву озимої пшениці може повною мірою задовольнити потреби в оригінальному, елітному та репродукційному насінні вітчизняних товаровиробників, але для цього треба активізувати комерційну діяльність селекційних та насіннєвих установ, створивши служби маркетингу, які проведуть моніторинг ринку, визначать потреби потенційних споживачів, організують широку рекламу власної продукції [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку української селекції та насінництва, формування ринку сортів рослин в сучасних умовах, а також шляхи підвищення ефективності функціонування селекційних та насіннєвих установ, обґрунтовано вітчизняними науковцями - О.М. Шпичаком ,О.В. Захарчуком [4], Л.М. Худолійєм, Н.М.Перепелицею [5], В.С. Білоуською , М.І Беленковою, Т.Ю Білоусько, В.М Тимчуком [2], І.П Пазійєм, Г.М Бабарикою., Н. Ю. Єгоровою [7], І.А.Ажаман [1] та іншими.

Проте, в сучасних умовах залишається невирішеними ряд питань, пов’язаних з комерційною діяльністю селекційних та насіннєвих установ, підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних сортів і гібридів зернових колосових культур, удосконалення селекційного процесу, покращення економічного стану виробників насіння в ринкових умовах.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження можливих напрямків маркетингової системи впровадження новостворених сортів озимої пшениці у виробництво в селекційному центрі ПДАА.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційною науковою установою можна вважати селекційний центр Полтавської державної аграрної академії. Основні напрямки його наукової роботи є розробка інноваційних методів оптимізації селекційного процесу на основі еколого-генетичного підходу та використанні цих методів у створенні нових сортів озимої пшениці стійких до біотичних і абіотичних факторів середовища, високопродуктивних, з високою якістю зерна, придатних для вирощування в умовах Лівобережного Лісостепу України. За останній період в селекційному центрі ПДАА створено 15 сортів озимої пшениці, 7 з яких занесені до Державного реєстру сортів рослин України, а 8 сортів проходять Державне сортовипробування.

Ефективність ведення селекційного процесу в Полтавській державній аграрній академії можна прослідити за даними обласної насіннєвої інспекції по паспортизованим насіннєвим господарствам у 2010 році, в той час коли спостерігались дуже складні умови перезимівлі озимої пшениці (табл.1).

Таблиця 1

Середня урожайність високоадаптованих сортів озимої пшениці наукових установ України (по паспортизованим господарствам), пропонованих для поширення в умовах Полтавської області, (2010 р.)

Установа	Показники		
	Площа посіву, га	Середня урожайність, (*по сортах наукових установ*), ц/га	Валовий збір, ц
Інститут фізіології рослин і генетики НААУ	4160,8	26,1	107010
Селекційно-генетичний інститут – Національний центр насіннєзнавства та сортовивчення УААН	1486,8	30,6	45496
Інститут рослинництва ім. В.Я. Юр'єва	530,0	25,0	13250
Полтавська державна аграрна академія	584,0	36,6	21374
Селекції Кочубей О.В.	213,4	26,9	5741
Всеросійський Науково-дослідного інституту зернових культур ім. І.Г. Каліненко	134,0	19,0	2546
Краснодарський Науково-дослідний інститут сільського господарства ім. П.П. Лук'яненка	94,0	31,3	2942

Джерело: статистичні дані обласної насіннєвої інспекції

Аналіз урожайності показав, що по сортах озимої пшениці різних наукових установ у 2010 році сама висока врожайність відмічена по сортах озимої пшениці селекції Полтавської державної аграрної академії – 36,6 ц/га. Таким чином, сорти озимої пшениці, які витримали екстремальні умови перезимівлі і сформували достатньо стабільний врожай можна кваліфікувати як високоадаптивні сорти для широкого використання в умовах Полтавської області.

В якості другого прикладу ми наведемо результати урожайності нових створених в академії ПДАА сортів, які проходили випробування по кліматичним зонам України, в порівнянні з умовним стандартом. Як свідчать результати кваліфікаційної експертизи рівень урожайності по всіх закладах експертизи по сорту Сагайдак від 25,1 ц/га до 91,3 ц/га, по сорту Вільшана від 16,6 ц/га до 91,8 ц/га відповідно. За результатами кваліфікаційної експертизи та на підставі рішення експертної ради Державної служби, сорти були внесені в 2010 році в Державний реєстр сортів рослин України. Слід зазначити, що найвищий рівень врожайності, по випробуваних сортах Сагайдак- 63,0 ц/га та Вільшана 63,5 ц/га, спостерігався у Лісостепу України, тобто в тому регіоні, де відбувається основне виробництво озимої пшениці.

Відомо, що ринковий успіх нового сорту визначається не лише системою його характеристик, а й виробництвом достатньої кількості насіння високої якості. В цьому відношенні насіннєва робота, яку проводять науковці Полтавської аграрної академії в напрямі підтримки сортової чистоти і якості насіннєвого матеріалу є першоосновою в насінництві сортів озимої пшениці селекції ПДАА. Слід зазначити, що нові сорти озимої пшениці, які створюються селекційним центром ПДАА, мають попит у споживачів як в Полтавській області, так за її межами. Так, в Полтавському регіоні, площі товарних і насіннєвих посівів озимої пшениці, які зайняті сортами селекції Полтавської державної аграрної академії, складають на 2011рік: 8,1% та 11,9% відповідно, а під врожай 2012 року заплановано 9% та 12% від загальної площі посівів. Таким чином, спостерігається позитивна динаміка збільшення площ під сортами Полтавської селекції на 2,5 % щорічно.

Дослідження показали, що за 2006-2009 роки впроваджені у виробництво по всьому Полтавському регіону, перспективні сорти Левада і Диканька. Тільки по цих сортах заключені з насіннєвими господарствами 71 ліцензійна угода і реалізовано в першій рік використання сортів 516,9 т елітного і оригінального насіння.

В 2010-2011рр. Державне сортовипробування пройшли ще два нові сорти - Сагайдак і Вільшана, по яким підписано 39 ліцензійних угод з насіннєвими господарствам, відповідно об’єм реалізації оригінального і елітного насіння склав 139,4 т, з валовим збором зерна за перший рік використання - 2101,5 т.

Таким чином, селекційний центр ПДАА з 2006 по 2011 роки склав з насіннєвими господарствами України 110 ліцензійних договорів і відповідно отримав роялті від цих господарств на суму 80,602 тис. грн., а від реалізації прав власності установа – оригінатор отримав (ПДАА) роялті в сумі 235,248 тис. грн. (табл.2).

Одним з джерел поповнення бюджету селекційного центру ПДАА повинні бути надходження від сплати роялті за ліцензійними угодами. Але в

умовах законодавчої бази, що склалася в Україні, форма ліцензійної угоди не передбачає сплату штрафних санкцій. В результаті чого, селекційний центр ПДАА, як і інші селекційні установи, недоотримує грошові кошти.

Проаналізувавши селекційну та виробничу діяльність селекційного центру ПДАА, ми пропонуємо схему організації селекційної діяльності з маркетинговим супровідом для швидкого впровадження перспективних новостворених сортів озимої пшениці у виробництво та отримання комерційної вигоди, тобто збільшення роялті від реалізації новоствореного сорту, яке практично замикає цикл і робить усю систему самовідтворюваною (рис.1).

Рис. 1. Маркетинговий супровід організації ведення селекційного процесу озимої пшениці

Для популяризації сорту та швидкого впровадження його у виробництво в селекційному центрі ПДАА здійснюються такі маркетингові заходи:

- співпраця з насіннєвими комерційними структурами (за умовами передачі прав на розмноження сорту від установи - оригінатора відповідно ліцензійних угод);
- проведення науково-практичних конференцій, семінарів, виставок, виступи по телебаченню, радіо, публікації в газетах, дні поля ;
- створення сайтів та рекламних буклетів з реєстром та описом нових сортів озимої пшениці;
- електронні журнали.

Досвід функціонування селекційного центру ПДАА свідчить про потенціальну можливість отримання коштів на розвиток і реалізацію науково-дослідних програм в результаті комерціалізації селекційної діяльності , який отримав роялті у сумі 315,85 тис. грн. за 2006-2011 роки (табл.2).

Таблиця 2

Результати виробництва насіння озимої пшениці селекційним центром ПДАА

Роки	Вироблено оригінального та елітного насіння, т	Виручка від реалізації оригінального насіння , тис.грн.	Роялті, отримане від реалізації насіння, тис.грн	Роялті, отримане від реалізації прав власності, тис.грн
2006	48,59	74,232	4,454	20,130
2007	106,18	239,34	14,360	52,195
2008	129,58	316,559	18,994	25,706
2009	101,72	231,159	13,870	83,355
2010	79,65	259,898	15,594	30,632
2011	122,08	198,924	13,330	23,230
Разом	587,80	1320,112	80,602	235,248

Джерело: статистичні дані селекційного центру ПДАА , 2006-2001рр.

В умовах недостатньої кількості земельних площ селекційний центр ПДАА щорічно реалізує тільки оригінальне насіння, тобто розсадники другого року розмноження або супереліту. Запропонована структура реалізації насіння не є економічно ефективною, тому що нові сорти повинні бути доведені до елітного насіння. Виходячи з цього, ми вважаємо, що паралельно з існуванням селекційних установ, повинні бути створені комерційні насіннєві структури, які б доводили новостворені сорти озимої пшениці до елітного і репродуктивного насіння і займалися їх реалізацією насіннєвим господарствам.

Позитивним прикладом є співпраця селекційного центру ПДАА та комерційною структурою селекційно-виробничим центром «Яровіт», яка сприяє швидкому впровадженню нових сортів у виробництво. Селекційно-виробничий центр має виробничу програму та паспорт - патент на ведення насінництва сортів ПДАА. За останні два роки 2010-2011 виробничий центр реалізував більше 2000 т насіння сортів польових культур селекції ПДАА.

Селекційно – виробничий центр «Яровіт» надає такі послуги: підбір насіннєвого матеріалу, що відповідає грунтово - кліматичним особливостям ре-

гіону замовника; консультації з технології вирощування озимої пшениці; організація обміну досвідом між фахівцями аграрних підприємств України та західної Європи.

Отже, сільськогосподарські товаровиробники, які співпрацюють з селекційним центром ПДАА, пересвідчились, що впровадження нових перспективних сортів у виробництво, наукові рекомендації та науковий супровід стали товаром на ринку і впливають на стале підвищення виробництва зерна озимої пшениці.

Висновки. До основних принципів формування маркетингової діяльності в селекційній та насіннєвій системах слід віднести: удосконалення селекційного процесу в створенні нових сортів; виробничо-збутова діяльність, спрямована на досягнення прибутку; моніторинг витрат, цін, попиту, прибутків; застосування єдиної і взаємопов'язаної стратегії та тактики активного пристосування до вимог потенційних покупців; постійне вивчення кон'юнктури ринку, з урахуванням виробничих і збутових можливостей товаровиробників насіння; поліпшення якості насіннєвої продукції за рахунок впровадження нових перспективних сортів, удосконалення шляхів збуту та стимулювання споживачів. Розвиток взаємовигідних зв'язків між учасниками сортового та насіннєвого ринків потребує створення та впровадження ефективної маркетингової системи, яка повинна базуватися на позиціях товару на ринку, вивченні маркетингових засобів селекційно-виробничих центрів, селекційних та комерційних установ - суб'єктів сучасного сортового та насіннєвого ринкового середовища.

Література:

1. Ажаман І.А. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку насіння озимих зернових культур // Економіка АПК, 2004. – №5. – С.126 – 131.

2.Білоусько В.С., Беленкова М.І., Білоусько Т.Ю., Тимчук В.М. Проблеми трансферу інтелектуального капіталу в системі об'єктів права інтелектуальної власності і нематеріальних активів/ Білоусько В.С., Беленкова М.І., Білоусько Т.Ю., Тимчук В.М. //Вісник ЦНЗ АПВ Харківської області. -2011.- № 10.-С.348-361

3.Електронний ресурс http://www.propozitsiya.com

4. Захарчук О.В.Сорт рослин як основа інноваційного розвитку рослинництва /Захарчук О.В.// Агронком.- 2009.- №5-8.-С.17-22

5. Перепелиця Н. М. Реалізація інноваційного потенціалу наукових установ / Н. М. Перепелиця // Економіка АПК. – 2003. - №6. - С. 54-57.

6.ПерепелицяН. М. Інноваційна діяльність наукових установ та економічна оцінка її результатів / Н. М. Перепелиця // Економіка АПК. – 2004. - №6. - С.90-94.

7.Пазій І.П., Бабарика Г.М., Єгорова Н. Ю. Формування структури та сегментація ринку насіння зернових колосових культур як складових в системі маркетингової діяльності/За ред. Пазій І.П., Бабарика Г.М., Єгорової Н. Ю. // Селекція і насінництво. – Х.:, 2003. – № 87. – С. 158–167.