

from: <http://avesta.tj/2017/09/08/assotsiatsii-vodopol'zovatelej-v-tadzhikistane-problem-bolshechem-vozmozhnostej> [in Russian].

14. Otsenka deiatel'nosti Assotsyatsyi vodopol'zovatelei yuzhnykh oblastei Kyrhyzskoi Respubliki.

[Valuation of activity of water-users Association in Tajikistan: there are bigger problems than possibilities]. Retrieved from <http://www.osce.org/ru/bishkek/76143?download=true> [in Russian].

УДК 631.1.027:001.895 (477.72)

## МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ РОЗВИТКУ АПВ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**БІЛЯЄВА І.М.** – кандидат с.-г. наук, ст. н. с.

**ПІЛЯРСЬКА О.О.** – кандидат с.-г. наук,

**КЛУБУК В.В.** – кандидат історичних наук,

Інститут зрошувального землеробства НААН

**СІНЕЛЬНИК Л.М.**

ННЦ «Інститут землеробства НААН»

*Iryna Biliaeva* – <http://orcid.org/orcid.org/0000-0003-0688-4209>

*Olena Piliarska* – <http://orcid.org/orcid.org/0000-0001-8649-0618>

*Vitalii Klubuk* – <http://orcid.org/orcid.org/0000-0002-7933-4526>

**Постановка проблеми.** В останні роки Інститут зрошувального землеробства НААН на ринку об'єктів інтелектуальної власності агропромислового виробництва (АПВ) активно досягає іміджу конкурентоспроможної установи. В установі щорічно створюється більше 60 наукових розробок, які дедалі частіше використовуються сільськогосподарськими господарствами різних напрямів спеціалізації, форм власності та об'ємів виробничої потужності. На сьогодні розробки Інституту стали науковою основою концепції розвитку водних меліорацій, стабілізації та відродження зрошення на півдні України. Щоб забезпечити ефективне впровадження їх у виробництво необхідна маркетингова діяльність, спрямована на зниження бар'єрів сприйняття та впровадження інноваційних продуктів, забезпечення довгострокових зв'язків з реальними і потенційними споживачами на основах довіри і взаємовигоди, сприяння впровадженню нових методів ефективного господарювання. Згідно ПНД 44 «Інноваційний розвиток» (підпрограма 3) Інститутом передбачено виконання дослідження 44.00.03.21.П «Розробити науково-організаційні підходи та ринково-орієнтований інструментарій випробовування, експериментального виробництва та консалтингового супроводу трансферу інноваційних технологій і продукції в агропромисловому комплексі Херсонської області».

Побудова сучасного конкурентоспроможного аграрного сектору можлива тільки за широкого впровадження на державному рівні інноваційних та інвестиційних проектів, заохочення спрямування фінансових, технологічних та організаційних ресурсів на їх освоєння. Найбільш ефективні результати в агровиробництві демонструють господарства, які на постійній основі використовують у виробничому процесі сучасні досягнення різних галузей науки [1]. Державні механізми управління економікою повинні забезпечувати впровадження інновацій, спрямованих на high-tech виробництво або покращення ресурсної бази (сприяння екологізації і

енергозбереженню виробництва, збільшенню людського капіталу) [2, 3].

Впровадження наукових розробок науководослідних установ України є важливим інструментом розвитку як вітчизняної науки, так і економіки в цілому. Ігнорування інновацій гальмує реалізацію кожної перспективної програми соціального та економічного розвитку [4].

Інститут зрошувального землеробства НААН є Центром наукового забезпечення агропромислового розвитку Херсонської області (ЦНЗ АПВ). До складу ЦНЗ АПВ Херсонської області входять 10 різнопрофільних установ академії та Міністерства аграрної політики і продовольства, а також 2 навчальні заклади. В Інституті, як головній науководослідній установі ЦНЗ, функціонує відділ науковоінноваційної діяльності, трансферу технологій та інтелектуальної власності, в якому за допомогою комплексних цільових інноваційних програм виконуються процеси трансферу знань та інновацій у сільськогосподарське виробництво Херсонської області і південного регіону України в цілому.

**Стан вивчення проблеми.** За скоординованої роботи всіх наукових підрозділів, в Інституті створені інноваційні проекти: «Інноваційні вітчизняні сорти пшениці селекції Інституту зрошувального землеробства НААН для виробництва зерна на зрошуваних землях півдня України»; «Впровадження у сільське господарство новітніх перспективних херсонських сортів люцерни для біологічного землеробства», «Насінництво нових високотехнологічних сортів помідору промислового типу для умов півдня України», «Херсонські гібриди кукурудзи для зрошувального землеробства», «Кращі сорти сої для біологічного землеробства з підвищеною адаптаційною здатністю та високим вмістом білка та олії», «Картопляний насінницький комплекс з використанням двоврожайної культури на основі оздоровленого біотехнологічними методами вихідного матеріалу», «Створення автономних баз вирощування і переробки бавовника», «Система

зрошення науково-дослідницьких полігонів в Інституті зрошуваного землеробства НААН» та інші.

Наукові розробки українських вчених є конкурентоспроможними, але в умовах скорочення фінансування бюджетних наукових установ, поступають іноземним за обсягами реклами. За останніми даними Державної служби статистики України, кількість робіт, що виконувались науковими установами України протягом 2015 року, становила 41,1 тис., з яких більше двох третин упродовжено у виробництво або мали інші форми широкого застосування. Із загальної кількості робіт 9,9% спрямовано на створення нових видів виробів, 41,9% яких – нові види техніки; 7,5% – на створення нових технологій, 45,4% яких – ресурсозберігаючі; 2,2% – на створення нових видів матеріалів; 5,8% – нових сортів рослин, порід тварин, а також 16,5% – зі створення нових методів і теорій, більше половини яких були використані у подальшій роботі. У розрахунку на 1000 працівників середньооблікової кількості виконавців наукових досліджень і розробок загальна кількість виконуваних протягом звітного року наукових робіт становила 467 од (у 2014 р. – 450) [5].

Впровадження наукових розробок є складною багатоплановою задачею, у вирішенні якої використовуються різні методи. Одним з універсальних методів просування продукції до споживача, формування іміджу автора розробки є презентація під час науково-популяризаційних заходів таких, як: виставка-ярмарка, семінар, конференція тощо. До ефективних інструментів поширення інформації належить застосування на цих заходах різних видів реклами, стимулювання збуту, персональних продажів, зв'язків з громадськістю тощо. На таких презентаціях збирається велика цільова аудиторія, багато майбутніх споживачів, потенційних фінансистів. Дієвою є і рекламна діяльність в мережі інтернет (новини офіційного сайту, рекламні сайти, сторінки в соціальних мережах).

Виставка-ярмарка створює можливість ефективного інформаційного обміну між науковцями і майбутніми споживачами наукової продукції [6]. Під час презентації, ділової бесіди або дискусії науковець отримує можливість зацікавити споживача не лише рекламованою продукцією чи послугами, але і своїм професійним рівнем, діловими, творчими особистісними якостями. Доступність стендової інформації, розповсюдження рекламних інформаційних матеріалів (брошур, проспектів тощо) під час виставки дозволяє розширити коло зацікавлених осіб. В залежності від рівня виставки можна налагодити ефективні ділові зв'язки з управлінцями, експертами і фахівцями як окремих територій України, так і країн ближнього та далекого зарубіжжя. Наприклад, у м. Києві на території НК «Експоцентр України» щороку в червні відбувається головна агропромислова виставка України і Східної Європи «Агро», яка збирає понад 45-50 тис. відвідувачів. Така аудиторія, як і понад 1000 учасників з 15 країн світу, при зацікавленні представленою продукцією забезпечує ефективний вихід на український аграрний ринок.

У науково-практичних заходах з питань стратегічного розвитку АПВ Херсонської області (семінари, наради, конференції, дні поля тощо) значна

увага приділяється залученню до стендових демонстрацій фахівців-консультантів Інституту зрошуваного землеробства НААН з різних наукових відділів і лабораторій, часто безпосередньо авторів представлених наукових розробок. Сьогодні в установі працює 83 науковці, з яких кандидатів – 31, докторів наук – 7, здобувачів і аспірантів – 30 чоловік, 2 члени-кореспонденти НААН. Їх активна участь сприяє зростанню рівня науково-консультативних послуг, дозволяє ефективніше налагоджувати взаємовигідний інформаційний обмін з провідними вченими інших науково-дослідних установ, експертами сільськогосподарської галузі, потенційними інвесторами, фінансистами, різнопрофільними представниками державних органів влади, виробниками сільськогосподарської продукції та засобів виробництва, переробниками, торгівельними організаціями тощо.

Вагомим рушійним ефектом у просуванні продукції чи послуг є роздача рекламних зразків. Під час презентації біля інформаційних стендів презентатор роздає кулькові ручки, календарі, сумки й кепки з логотипами Інституту, які, окрім цього, містять інформацію про установу, її виробничу діяльність, послуги і види продукції, у т.ч. друкований банк даних завершених наукових розробок (інновацій) Інституту, що рекомендуються для освоєння в ґрунтово-кліматичних умовах південного регіону (в першу чергу, це селекційні сорти, гібриди та новітні технології вирощування у галузі агропромислового виробництва). За нашими спостереженнями, ефективність консультацій при використанні таких наочних засобів зростає: різко збільшується кількість телефонних та інтернет-звернень до маркетингового відділу від фермерів, зацікавлених у придбанні продукції Інституту. Широко використовуються друковані методичні вказівки з вирощування картоплі, зернових та овочів у визначених сівозмінах, вказівки з маркетингового забезпечення діяльності господарств АПВ південного регіону. Значний інтерес агровиробників викликають рекомендації з комплексу маркетингових заходів для просування інновацій для господарств півдня України.

На виставках-ярмарках, конференціях, семінарах та колективних зустрічах, окрім друкованих, з кожним роком все більше використовуються електронні (фільм, презентації, фотографії), презентаційні матеріали, а також зразки сортів картоплі, насіння зернових, зернобобових, кормових культур. З метою ефективної консультативної діяльності використовуються неособисті контакти: інтернет, радіо, телебачення – для відповідей на раніше поставлені запитання.

Останніми роками інформаційно-консультативна діяльність та консалтинговий супровід трансферу інноваційних технологій і продукції Інституту зрошуваного землеробства НААН в агропромисловому комплексі Південного регіону значно зріс. У 2016 році в установі проведено: 9 семінарів, конференцій, нарад; 3 «дні поля», 5 «круглих столів», 23 виставки, аукціони та ярмарки. Надано близько 3,6 тис. консультацій, видано 8 рекомендацій, 2500 інформаційних листків, 256 статей у газетах і журналах, 16 виступів на радіо, 19 – на телебаченні. Проведено навчання 2,7 тис. фахівців АПК. Організовано функціонування 9

демонстраційних полігонів, з них 4 при дорогах загальнодержавного значення. Навіть порівняно з узагальненими за 2014-2015 рр. ці показники значно збільшилися (табл.1.).

Інститут зрошуваного землеробства НААН успішно використовує виставки, як механізм просування своєї продукції до споживача і закріплення за установою іміджу виробника якісної наукоємної продукції. Протягом останніх років Інститут нагороджено Золотими медалями щорічних конкурсів агропромислової виставки «Агро». За результатами загальнодержавного рейтингу підприємств України у сфері зовнішньоекономічної діяльності 2016 року Інститут нагороджено Міжнародним сертифікатом «Експортер року» та медаллю «Import Export Award». Від Асамблеї ділових кіл установа отримала Національну нагороду «Золотий символ якості».

**Таблиця.1. Інформаційно-консультативна діяльність та консалтинговий супровід трансферу інноваційних технологій і продукції в агропромисловому комплексі Південного регіону (2014-2016 рр.)**

Маркетингові заходи	2016 р.	2014-2015 рр.
Семінари, конференції, наради	9	10
«Дні поля»	3	6
«Круглі столи»	5	5
Виставки, аукциони, ярмарки	23	16
Консультації	3600	1200
Рекомендації (друковані)	8	29
Інформаційні листки	2500	1760
Статті у газетах, журналах	256	179
Виступи на радіо	16	11
Виступи на телебаченні	19	47
Демонстраційні полігони	9	11
Навчання фахівців АПК	2700 чол.	4000 чол.

Одним з дієвих засобів просування продукції і послуг є соціальні медіа [7]. На сторінці Інституту зрошуваного землеробства НААН у соціальній інтернет-мережі Facebook ([www.fb.com/izz.herson](http://www.fb.com/izz.herson)) за участі у виставках-ярмарках дедалі частіше в оперативному режимі оновлюється інформація про захід, викладаються фото- і відеозвіти з місця його проведення. Інтерактивність, оперативність подання інформації, її доступність дозволяють зацікавлювати підписників сторінки та іншу інтернет-аудиторію, формуючи ефективний і довготривалий дистанційний зв'язок через спілкування за допомогою електронних повідомлень, коментарів та репостів контенту.

Facebook одразу реєструє активність користувачів на сторінці (лайк, репост, коментар). Тому інтернет-презентації дозволяють швидко оцінювати ефективність реклами продукції чи послуг, представлених на виставці, і за необхідності внести в них необхідні корективи. Соціальна мережа дозволяє залучати необмежену кількість аудиторії: як безпосередніх учасників та гостей виставки, так і звичайних користувачів інтернету, що зацікавилися поданою інформацією за рахунок репостів від

інших користувачів. Крім того, на даний час створюється інтернет-магазин продукції і послуг Інституту зрошуваного землеробства НААН.

Зазвичай оцінкою ефективності участі у виставці є кількість укладених контрактів, об'єм проданих товарів, кількість відвідувачів і учасників виставки, зацікавлених товаром та ін. Протягом 2010-2015 рр. в Інституті було укладено 330 ліцензійних угод на суму 1684,0 тис. грн. та 156 господарських договорів на суму – 3195,0 тис. грн. За результатами маркетингової діяльності в сфері комерціалізації наукових продуктів та наукоміської продукції у 2016 р. заключено 29 ліцензійних угод і отримано 506,64 тис. грн.; 40 господарських договори й отримано 3696,4 тис. грн.; а також одержано 3584,84 тис. грн. за реалізацію наукоміської продукції.

За рік до бази даних потенційних споживачів і партнерів Інституту було внесено більше 400 суб'єктів господарювання. Проведено структурування бази даних за сегментами ринку: насінневі господарства Херсонської, Миколаївської, Одеської, Запорізької областей, великі і середні агровиробники, фермерські господарства Херсонської та Миколаївської областей, виробники засобів захисту рослин, виробники сільгосптехніки (в т.ч. дощувальної) та представництва іноземних компаній в Україні.

У 2016 році для реклами інновацій використувувалася "Електронна база даних об'єктів права інтелектуальної власності, створених в Інституті зрошуваного землеробства НААН для трансферу їх в агропромислову", яка складається зі 133 об'єктів, у тому числі: 65 сортів рослин, 23 творів науки, 45 винаходів та корисних моделей.

**Висновки.** Залучення інноваційних розробок в АПК сприяє збільшенню ефективності агропромисловості. Ефективними заходами з підвищення популярності інновацій державних наукових установ України є виставки-ярмарки, дні поля, семінари, конференції тощо, а також презентація наукоємної продукції через мережу інтернет.

Своєчасно і оперативно спланована й організована участь в рекламній сфері дозволяє ефективно доводити до відома споживача переваги продукції чи послуг, які надаються. Формує зацікавленість клієнта до наукових розробок установи, створює позитивний імідж на ринку. Забезпечує трансфер знань та інновацій в агропромислове виробництво.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Ринейська Л. С. Інтеграція освіти, науки і виробництва як основа міжнародної інноваційної економіки / Електронний архів Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка – Режим доступу: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/4350>.
2. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України: монографія / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Х. : Константа, 2006. – 271 с.
3. Данилович-Кропивницька М. Л. Підвищення конкурентоспроможності економіки України в парадигмі продуктивності / Електронний науковий архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка» / Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11943/1/101.pdf>.

4. Сайт наукового товариства Івана Кушніра / Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=31046>.

5. Статистичний збірник підготовлений фахівцями відділу статистики науки та інновацій департаменту статистики послуг Державної служби статистики України в 2016 році. – С. 102.

6. Тетерин Ю. Н. Выставки сельскохозяйственной продукции как механизм продвижения продукции АПК / Ю. Н. Тетерин // Вестник НГИЭИ – 2011. – №1(2). – С. 54-65.

7. Соколенко В. А. Интернет як маркетинговий інструмент і джерело зростання бізнесу / В. А. Соколенко, А. В. Поляк // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 62. – С. 149-158.

#### REFERENCES:

1. Ryneys'ka, L.S. Intehratsiya osvity, nauky i vyrobnytstva yak osnova mizhnarodnoyi innovatsiynoyi ekonomiky [Integration of education, science and production as the basis of the international innovation economy]. *Elektronnyy arkhiv Poltavs'koho natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni V.H. Korolenka – Electronic archive of V.Gorolenko Poltava National Pedagogical University*. Retrieved from: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/4350> [in Ukrainian].

2. Heyets', V.M., & Semynozhenko, V.P. (2006). *Innovatsiyni perspektyvy Ukrainy [Innovative prospects of Ukraine]*. Kharkiv: Konstanta [in Ukrainian].

3. Danylovych-Kropyvnyts'ka, M.L. Pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ekonomiky

Ukrayiny v paradyhmi produktyvnosti [Increasing the Competitiveness of Ukraine's Economy in the Performance Paradigm]. *Elektronnyy naukovyy arkhiv Naukovo-tekhnichnoyi biblioteky Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnika» – Electronic Scientific Archive of the Scientific and Technical Library of the National University "Lviv Polytechnic"* Retrieved from: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11943/1/101.pdf> [in Ukrainian].

4. Sayt naukovohto tovarystva Ivana Kushnira [Site of the scientific society of Ivan Kushnir]. Retrieved from: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=31046> [in Ukrainian].

5. The statistical collection is prepared by experts of the Department of Statistics of Science and Innovations of the Department of Statistics of the State Statistics Service of Ukraine in 2016 [in Ukrainian].

6. Teterin, Ju.N. (2011). Vystavki sel'skohozjajstvennoj produkcii kak mehanizm prodvizhenija produkcii APK [Exhibitions of agricultural products as a mechanism for promoting agricultural products]. *Vestnik NGIJeI – Bulletin of the NNIII, 1(2)*, 54-65 [in Russian].

7. Sokolenko, V.A., & Polyak, A.V. (2011). Internet yak marketynhovyy instrument i dzhereho zrostannya biznesu [Internet as a marketing tool and a source of business growth]. *Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI" : zb. nauk. pr.: Aktual'ni problemy upravlinnya ta finansovo-hospodars'koyi diyal'nosti pidpnyemstva – Bulletin of the National Technical University "KhPI": a collection of scientific works: Actual problems of management and financial and economic activity of the enterprise.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 62, 149-158 [in Ukrainian].

УДК 631.51:633.11.2:631.6 (477.72)

## ПРОДУКТИВНІСТЬ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ ЗА РІЗНИХ СПОСОБІВ ОБРОБІТКУ ҐРУНТУ НА ЗРОШЕННІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

МАЛЯРЧУК М.П. – доктор с.-г. наук, с.н.с.

ГРІБІНЮК К.С.

Асканійської ДСДС ІЗЗ НААН

Mykola Maliarchuk – <http://orcid.org/orcid.org/0000-0002-0150-6121>

**Постановка проблеми.** Пшениця – найважливіша продовольча культура. До хімічного складу зерна входять всі необхідні для харчування елементи: білки, вуглеводи, жири, вітаміни, ферменти і мінеральні речовини. Виробництво зерна здавна було провідною галуззю сільського господарства в Україні. У зерновому балансі найвищу питому вагу займає пшениця озима, яка найбільш повно використовує біокліматичний потенціал регіонів і є основним джерелом грошових надходжень товаровиробників. До того ж пшениця озима – основна зернова культура зони Степу України. Тут вона розміщується на площі 3-4 млн. га, що складає 50-55% усіх її посівів, а виробництво зерна досягає 13,0 млн. тонн, або майже 60% від загальнодержавного.

Однією з найважливіших ланок у технологіях вирощування культур на зрошуваних землях є

механічний обробіток ґрунту, водночас протягом останніх років стало очевидним, що традиційні системи обробітку, які базувалися на оранці, не мають достатньої ґрунтозахисної здатності. Враховуючи те, що питома вага обробітку ґрунту в технологіях вирощування сільськогосподарських культур досягає 40% енергетичних і 25% трудових витрат [1], розробка мінімізованих систем основного обробітку ґрунту і сівби в попередньо необроблений ґрунту, в інтенсивних сівозмінах на зрошенні, є актуальним питанням, яке вимагає поглиблених досліджень.

**Стан вивчення питання.** За експериментальними даними наукових установ України та близького і далекого зарубіжжя у сучасному землеробстві змінилися підходи до формування систем землеробства та їх складових відповідно до розмірів і