

Н.М. Щербина, О.М. Юрлакова, молодші наукові співробітники
Інституту овочівництва і баштанництва НААН

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПАКЕТОВАНОГО НАСІННЯ, ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

*Проаналізовано реалізацію інноваційного продукту (паке-
тованого насіння) на базі інституту та вивчено попит і про-
позиції на насіння овочевих культур.*

Ключові слова: інноваційна продукція, попит, пропозиція,
комерційний успіх, насіння.

Вступ. Виробництво насіння овочевих культур в Інститу-
ті овочівництва і баштанництва НААН є однією зі складових у
розвитку овочівництва. Якісне насіння – важлива умова вироб-
ництва, від якої значною мірою залежать результати вирощу-
вання сільськогосподарських рослин, економічна ефективність
їх вирощування; також воно є і одним із факторів підвищення
продовольчої безпеки країни

За сучасних умов завдяки селекції і насінництву можна
утримувати врожайність овочевих і баштанних культур на до-
сить високому рівні та виробляти продукцію, яка б задовольняла
потреби населення у продуктах харчування.

Мета досліджень. Провести маркетинговий аналіз реалі-
зації пакетованого насіння, вивчити попит та пропозицію на на-
укову продукцію в овочівництві.

Методика досліджень. Для досягнення поставленої мети
використовували системно-логічні та логічні методи, методи
наукової інтуїції, морфологічного аналізу, а в рамках синтезу –
систематизації і об'єднання, а також абстрактно-логічний, порі-
вняння, монографічний, метод синтезу і узагальнень, анкету-
вання.

© Щербина Н.М., Юрлакова О.М., 2013.

Результати досліджень. Селекційно-технологічні інновації інституту охоплюють усі області України і займають 76,1 тис. га, що складає 17 % від загальної площі овочевих культур в Україні.

Під капустою – 19,1 тис. га, баштанними – 16,9, томатом – 7,5, цибулею – 6,7, буряком столовим – 4,7, морквою – 3,7, огірком – 3,1, баклажаном – 2, перцем солодким – 1, іншими культурами – 11,4 тис. га.

За ліцензійними угодами інститут працює в 15 областях України з сорока шістьма агроформуваннями. В результаті маркетингової діяльності в 2012 р. укладено 70 ліцензійних угод., за півріччя поточного року – 40.

Інститут, його мережа та координовані установи ведуть насінництво 120 сортів та 12-ма гібридів овочевих рослин. Обсяги виробництва насіння за останні п'ять років зросли більше ніж у 5 разів – з 9,2 т в 2006 р. до 49,3 т в 2012 р.

Попит і пропозиція завжди були та залишаються рушійною силою ринкової економіки, яка визначає кількість вироблених товарів і ціни, за якими їх продають, а також поведінку покупців. Під попитом підрозумівають бажання та можливість людей купувати необхідні їм товари, під пропозицією – бажання та спроможність продавців поставляти на ринок товари для продажу [3].

З метою визначення попиту на пакетоване насіння в Інституті овочівництва і баштанництва НААН проаналізовано реалізацію насіння за маркетинговий 2012-2013 рр. Аналіз свідчить, що через роздрібну мережу реалізовано 70 тис. шт. пакетів насіння овочевих і баштанних культур, що становить 68% від загальної кількості пакетів.

Серед сортів капусти білоголової пізньостиглої майже всі користуються попитом у огородників, але переваги віддають сортам Харківська зимова, якої реалізовано 1084 шт. пакетів та Білосніжка – 1025 шт.

Овочівники-аматори в основному віддають перевагу сортам з високими смаковими та технологічними якостями.

Щодо цибулі ріпчастої, лідери продажу – сорти Амфора, Веселка, Золотистий. Сорти Любчик, Мавка і Варяг маловідомі овочівникам, тільки з цієї причини було реалізовано невелику кількість пакетів – відповідно 517, 507 і 200 шт.

Успіхом користуються сорти гострої цибулі, які мають однорідну округлу форму, із тонкою шийкою, придатні для споживання у свіжому вигляді, переробки та тривалого зберігання.

Пакетованого насіння огірка реалізовано понад 9,1 тис. шт. пакетів. Найбільшим попитом користувалось насіння сортів Джерело, якого було реалізовано 1690 шт. пакетів, Лялюк – 1661 шт. і Гейм – 1047 шт. Серед гібридів попитом користувалися Слобожанський F₁- 862 шт., Еврика F₁ – 700 шт., Сувенір F₁ – 300 шт.

Проаналізувавши попит насіння огірка, дійшли висновку, що населення надає перевагу огіркам корнішонного типу, з ніжним смаком, хрусткими і соковитими плодами без гіркоти.

Серед усього пакетованого насіння найбільше реалізовано насіння томата – понад 12 тис. шт. Переважали сорти Любимий – 1200 шт., Малиновий дзвін – 1172 шт., Чайка – 1092 шт.

Як свідчать маркетингові дослідження, серед томата попитом на ринку користуються сорти салатного призначення, рожево- та оранжевоплідні, для консервування і засолювання, з м'ясистими плодами, ніжним м'якушем, відмінними смаковими якостями, доброю щільністю. Для консервування і засолювання – округлосливоподібні плоди, червоного кольору, рівномірного забарвлення, м'ясисті, зі щільною консистенцією м'якоті, масою плода – до 80 г, з дружним достиганням, приємні на смак.

Лідером серед реалізованого насіння буряку столового є сорти Бордо Харківський – 2063 шт. пакетів, Дій – 1350, Багрянний – 850 шт.

Серед буряку користуються попитом коренеплоди округлої форми, однорідні за розміром, з високими смаковими якостями та високим вмістом бетаніну (до 600 мг %), з м'якушем насичено-темно-червоного кольору.

Серед моркви незмінний лідер останніх років – сорт Нантська Харківська – 2500 шт. і Оленка – 1500шт.

Проаналізувавши ринок насіння моркви, зробили висновок, що користуються попитом ранньостиглі сорти, з насиченим яскраво-оранжевим кольором, високим вмістом цукру та β -каротину, маленькою серцевиною, довжиною 20-24 см.

Отже, за досліджений період виділилися сорти, на які можна робити ставку під час комерціалізації інноваційної продукції. Так, за вимогами ринку, реалізуючи насіння через пакети, в першу чергу необхідно приділити увагу томату. Його лідерами – це сорти Клондайк, Малиновий дзвін, Чайка, Господар, Елеонора. Другу позицію займає пакетоване насіння огірка – незмінні лідери останніх років сорти Джерело і гібрид Слобожанський F₁. Третю сходинку займає капуста білоголова пізньостигла – сорти Харківська зимова, Ярославна та Білосніжка.

Таким чином, необхідно постійно працювати над створенням нових конкурентоспроможних сортів овочевих видів рослин, які матимуть переваги над нині існуючими на ринку. Інституту свою комерційну діяльність слід направити на виробництво насіння найбільш рейтингових овочевих і баштанних культур. Для реклами інноваційної продукції необхідно створювати демонстраційні полігони при наукових установах, проводити науково-практичні конференції, приймати участь у виставках, ярмарках, "днях поля"; виступати на телебаченні і по радіо, надавати консультації; публікувати статті в науково-популярних журналах овочевого напрямку.

Висновки. Ефективний бізнес – це бізнес, побудований на інноваціях. Нині овочівникам потрібно пропонувати якомога більше інноваційних рішень. Для забезпечення сталого економічного розвитку Інституту овочівництва і баштанництва НААН комерційну діяльність необхідно направити на виробництво насіння найбільш рейтингових овочевих і баштанних культур.

Бібліографія.

1. Лайко П.А., Бабієнко М.Ф. та ін. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу // Економіка АПК. – 2007. – № 12. – С. 85-90.

2. Могильна О.М., Плужніков В.О. та ін. Економічне обґрунтування технологій первинного насінництва в овочівництві степової зони України // Овочівництво і баштанництво. – 2088. – № 54. – С. 248-253.

3. Шморгун Л.Г. Еластичність попиту і пропозиції на основні види сільськогосподарської продукції на сучасному аграрному ринку України // Вісник аграрної науки. – 2001. – № 8. – С.70-73.

Н.Н. Щербина., О.Н. Юрлакова

Конкурентоспособность пакетированных семян, как инновационного продукта.

Резюме. Проведен анализ реализации инновационного продукта (пакетированные семена) на базе института, изучен спрос и предложение семян овощных культур.

N.N. Sherbina, O.N. Jurlakova

The competitiveness of the palletized seed, as an innovative product.

Summary. The analysis of realization of innovative product(palletized seed) was conducted on the base of institute, demand and supply of seed of vegetable cultures were studied.