

7. Vakulchuk O. M., Dubytskyi D. P. Analiz efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva [Analysis of the efficiency of foreign economic activity of the enterprise]. *Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy. Seriya: "Ekonomika"* [Bulletin of the Academy of Customs Service of Ukraine. Series: "Economics"]. Dnipropetrovsk, Akademiia mytnoi sluzhby Ukrainy. 2012, no. 2 (48), pp. 75–82.
8. Morhun H. V. Concept of strategic management of export-import activity of the enterprise [Kontseptsiya stratehichnoho upravlinnya eksportno-importnoyi diyal'nosti pidpriemstva] Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu [Bulletin of the Khmelnytsky National University]. 2014, no. 2, pp. 71–77.
9. Shkurupii O. V. Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva [Foreign economic activity of the enterprise]. Kyiv, Tsentр uchbovoi literatury, 2012. 114 p.

Поступила (received) 17.12.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Мінеєв Владислав Сергійович (Mineev Vladyslav Serhiyovych) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: vlad6796@gmail.com.

УДК 664.143:339.13

DOI: 10.20998/2227-6890.2019.01.20

V. M. GAVVA, A. O. MOISEEV

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

У даній статті розглянута проблема розвитку кондитерської промисловості в Україні. Проаналізовано ринок солодощів та виявлено характерні проблеми, так само проведено аналіз підприємств, зайнятих в цій сфері. Основною проблемою на даний момент є збут виробленої продукції як усередині країни, так і за кордон. Великий вплив робить зростання курсу валют через нього дорожчає покупка какао основного продукту для виготовлення шоколадних виробів. Так само не відстають і зарубіжні виробники кондитерських виробів вони так само підлаштовуються на купівельну спроможність громадян і завозить максимально дешеву продукцію, що погіршує становище для вітчизняних кондитерів. На підставі проведеного аналізу зроблені висновки про те, що підприємства в боротьбі за частку ринку здешевлюють свою продукцію шляхом заміни якісних компонентів на дешевші, що призводить до відмови виробництва преміальної продукції. Здешевлення продукції призводить до деградації асортименту і впливає на конкурентну здатність на європейських ринках. Слідуючи з усього цього запропоновані заходи щодо поліпшення ситуації на ринку кондитерських виробів. У зв'язку з асоціацією з ЄС, слід збільшити експорт продукції за кордон, для збільшення експорту підприємствам варто витратити гроші на поліпшення іміджу компанії на іноземному ринку, адже там це грає велику роль, варто збільшити якість продукції, що продається за кордон. Важливим фактором грає роль інвестицій в аналіз наукових досягнень і попиту серед населення. Ще одним фактором щодо збільшення продажів може стати виробництво трендової продукції як наприклад протеїнових батончиків. У сукупності всі ці фактори і обумовлюють актуальність статті і на підставі даного аналізу можна виявити слабкі і сильні сторони підприємств і шляхи вирішення проблем зі збутом виробленої продукції.

Ключові слова: аналіз ринку, шляхи збуту, планування виробництва, рентабельність продукції.

V. N. GAVVA, A. O. MOISEEV

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ В УКРАИНЕ

В данной статье рассмотрена проблема развития кондитерской промышленности в Украине. Проанализирован рынок сладостей и выявлены характерные проблемы, так же проведен анализ предприятий, занятых в этой сфере. Основной проблемой на данный момент является сбыт произведенной продукции как внутри страны, так и за границу. Большое влияние оказывает рост курса валют из-за него дорожает покупка какао основного продукта для изготовления шоколадных изделий. Так же не отстают и зарубежные производители кондитерских изделий они так же подстраиваются на покупательскую способность граждан и завозят максимально дешевую продукцию, что усугубляет положение для отечественных кондитеров. На основании проведенного анализа сделаны выводы о том, что предприятия в борьбе за долю рынка удешевляют свою продукцию путем замены качественных компонентов на более дешевые, что приводит к отказу производства премиальной продукции. Удешевление продукции приводит к деградации ассортимента и влияет на конкурентно способность на европейских рынках. Следуя из всего этого предложены мероприятия по улучшению ситуации на рынке кондитерских изделий. В связи с ассоциацией с ЕС, следует увеличить экспорт продукции за границу, для увеличения экспорта предприятиям стоит тратить деньги на улучшения имиджа компании на иностранном рынке, ведь там это играет большую роль, стоит увеличить качество продукции, продаваемое за рубеж. Немаловажным фактором играет роль инвестиций в анализ научных достижений и спроса среди населения. Еще одним фактором по увеличению продаж может стать производство трендовой продукции как например протеиновых батончиков. В совокупности все эти факторы и обуславливают актуальность статьи и на основании данного анализа можно выявить слабые и сильные стороны предприятий и пути решения проблем с сбытом производимой продукции.

Ключевые слова: анализ рынка, пути сбыта, планирование производства, рентабельность продукции.

V. N. GAVVA, A. O. MOISEEV

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE CONFECTIONERY INDUSTRY IN UKRAINE

This article discusses the problem of the development of the confectionery industry in Ukraine. The sweets market has been analyzed and characteristic problems have been identified, as well as an analysis of enterprises engaged in this field. The main problem at the moment is the sale of manufactured products both domestically and abroad. The growth of the exchange rate has a great influence because of it the purchase of cocoa is the

© V. M. Gavva, A. O. Moiseev, 2019

main product for the manufacture of chocolate products. Foreign confectionery manufacturers are also not lagging behind, they also adapt to the purchasing power of citizens and deliver the cheapest possible products, which aggravates the situation for domestic confectioners. Based on the analysis, it was concluded that enterprises in the struggle for market share reduce the cost of their products by replacing high-quality components with cheaper ones, which leads to a failure in the production of premium products. Cheaper production leads to the degradation of the range and affects competitive ability in European markets. Following from all this, proposed measures to improve the situation on the confectionery market. In connection with the association with the EU, it is necessary to increase exports of goods abroad, to increase exports, enterprises should spend money on improving the company's image in a foreign market, because there it plays a big role, it is worth increasing the quality of products sold abroad. An important factor is the role of investment in the analysis of scientific achievements and demand among the population. Another factor to increase sales may be the production of trend products such as protein bars. Taken together, all these factors determine the relevance of the article, and based on this analysis, it is possible to identify the strengths and weaknesses of enterprises and ways to solve problems with the marketing of their products.

Keywords: market analysis, sales routes, production planning, product profitability.

Постанова проблеми. В Україні кондитерська промисловість є однією з найбільш розвинутих галузей але кондитерський ринок України сильно змінився в умовах економічної кризи: ключові гравці здали свої позиції, а покупці вже по-іншому підходять до вибору солодошів.

Крупні виробники все більше програють маленьким підприємствам тому що вони зосереджені на виробництві найбільш дешевої продукції. А у даному становищі в Україні це є привабливою стратегією.

Серед компаній спостерігається сильна внутрішня конкуренція. Виробники кондитерських виробів в Україні активно борються за місцевий ринок. Це пов'язано з тим, що експорт з 2013 року сильно скоротився.

У галузі налічується близько 750 компаній. Великим виробникам з часткою ринку в 10 % доводиться боротися за увагу покупця з невеликими місцевими операторами і торговими мережами з власними пекарнями.

Причина такої активності в тому, що українці - ласуни. Країна входить в десятку любителів солодошів в світі і споживає близько 15 кг кондитерських виробів на людину щорічно. У той же час як в США – всього лише 10 кг.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженням ринку кондитерських виробів України та рішенням організаційно-економічних проблем функціонування на ньому підприємств кондитерської промисловості присвячені публікації А. О. Заїнковського [1], Н. І. Климаш [2], М. П. Сичевського [3] та ін. Однак, зважаючи на реальний стан виробництва в Україні, сьогодні невирішеними залишаються проблеми, пов'язані тільки з успішним розвитком економіки.

Мета статті. Основною метою статті є проведення аналізу ринку кондитерської промисловості, аналізу підприємств зайнятих у цій сфері, визначення проблем зі збутом продукції та подальшого розвитку в умовах кризи.

Виклад основного матеріалу. Кондитерський ринок України сильно змінився в умовах економічної кризи: ключові гравці здали свої позиції, а покупці вже по-іншому підходять до вибору солодошів.

Згідно зі статистикою, 6 кг шоколаду в рік з'їдає житель Західної або Центральної Європи. Аналіз ринку кондитерських виробів в Україні [5], демонструє, що українці споживають шоколад та інші солодоші в кілька разів менше – близько 1,3–1,4 кг.

В Україні виробляється і споживається весь спектр кондитерської продукції, проте найбільшу перевагу віддається «м'яким» солодошам з борошна.

Борошняна кондитерська продукція займає перше місце за рівнем споживання – 6 кг на душу населення в рік, шоколадні цукерки займають друге місце – 2,5 кг на душу населення в рік, інша кондитерська продукція – 6,5 кг на душу населення в рік.

Так, обсяг споживання найбільш популярних в Україні борошняних кондитерських виробів в Нідерландах складає 12,9 кг на душу населення в рік, що в 2 рази перевищує показник по Україні. У Швейцарії середньорічне споживання шоколадних виробів складає 10,5 кг на душу населення, що в 5 разів більше ніж в Україні. Лідером цукрових кондитерських виробів є Швеція із середньорічним споживанням 7,77 кг на душу населення. Частка кондитерської галузі в структурі реалізованої продукції харчової промисловості України становить 15 %, з них основна питома вага припадає на борошняні кондитерські вироби нетривалого зберігання – 40,5 %, решта припадає на цукристі і шоколадні вироби.

Однак цифри свідчать не про відсутність популярності солодошів в Україні [6], а про важку економічну ситуацію: в 2014-2015 роках відбувся різкий спад доходів населення. Намітилися мінімальні поліпшення в 2016 році. Ринок кондитерських виробів України в 2015 році був на 0,1 % менше, ніж в 2016. Кондитерські вироби стали однією з основних статей економії витрат. Спад споживання вплинув на обсяги виробництва кондитерських виробів.

За даними Держ. служби статистики України [4]. Маємо змогу проаналізувати обсяги виробництва кондитерської продукції по роках (рис. 1).

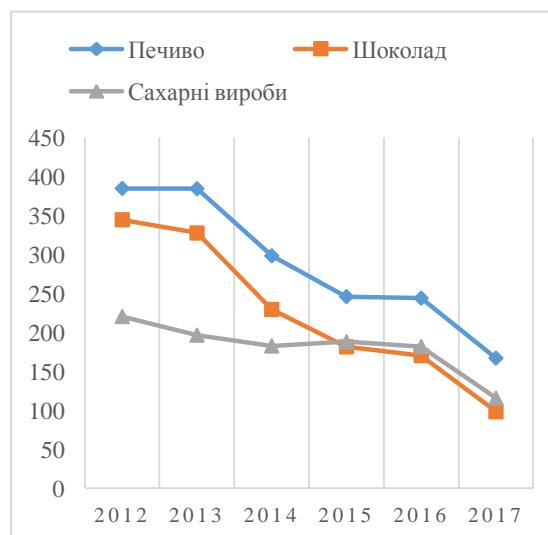


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва кондитерської продукції, тис. тон.

За цими даними можна побачити що з кожним роком обсяги випуску продукції стрімко падають. Ця проблема викликана тим що на сході України продовжують вестись бойові дії поперед з усіма зростають податки на комунальні послуги, гривня слабшає і народ не в змозі купувати ті об'єми продукції котрі були раніше.

Таким чином маємо змогу виділити головні проблеми ринку кондитерської галузі в Україні на 2018 рік:

- збільшення собівартості продукції;
- зниження загальної купівельної здатності;
- падіння обсягів виробництва у всіх сегментах;
- серйозне скорочення споживання продуктів категорії «преміум»;

Падіння гривні сильно вплинуло на вартість імпортової сировини для виробництва борошняних кондитерських виробів і спровокував перехід споживачів на дешеві продукти: крекери, пряники, вафлі. Виробляти дешеві продукти з дорогої сировини не вигідно. Тому зростання попиту на солодоці бюджетного сегмента привів до зміни технології виробництва деяких популярних виробів. Замість якісного імпортного сировини кондитери почали використовувати вітчизняне, або недорогі субститути.

Також ще одним фактором проблем розвитку є те що ринок солодоців поповнюється імпортними виробниками які зосередились на імпорту дешевої продукції, так наприклад маємо змогу бачити на (рис. 2). що доля імпорту у відсотках з 2016 року потрохи зростає.

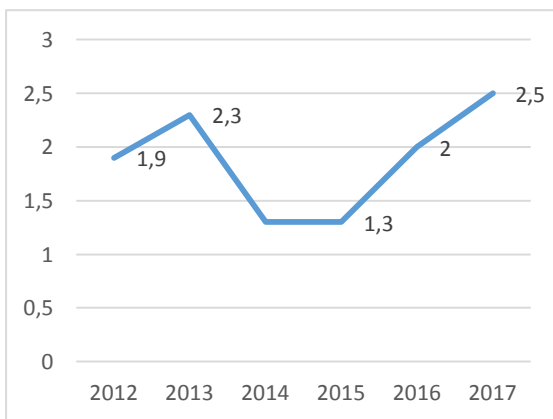


Рис. 2. Динаміка частки імпорту кондитерських виробів у %

Це є однією з загроз розвиненню галузі тому що їде переповнення ринку солодоців що впливає на збут продукції українськими виробниками.

Найбільше українцям до душі польські, турецькі, німецькі та голландські солодоці. Більшість експортерів – країни-сусіди. Тому їх товари радують не тільки якістю, але і прийнятною ціною. Сумарно в 2016 році було імпортовано більше 30 тис. тон кондитер них виробів а у 2017 році більше 35 тис. тон.

У 2016 році Україна поставила іноземним партнерам 77,5 тис. тон продукції, загальною вартістю 104,5 тис. доларів. Що стосується географії експорту, найбільш відданими покупцями українських солодоців стали Молдова, Казахстан, Туркменістан і Азербайджан. Раніше в цьому списку фігурувала

Росія, але з політичних причин цей ринок для українських кондитерів закритися. Ще чотири роки тому, на РФ припадало до 40 % експорту в цьому сегменті.

Схожа ситуація була і з Білоруссю, яка ввела нові бар'єри нетарифного регулювання та закрила доступ наших товарів на свій ринок. Зокрема, мова йде про введеної в серпні 2015 року обов'язкової санітарно-гігієнічної експертизи імпортової продукції, яку тепер повинні проходити всі українські товари.

Таким чином, проблеми розвитку кондитерської галузі, існуючі на сьогоднішній день, можна поділити на чотири групи [11]: фінансові проблеми; зниження купівельної спроможності населення; проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави; проблеми, пов'язані з ринками збуту.

Серед шляхів рішення проблеми підприємства вирішили збільшити експорт продукції.

Українські компанії стимулює відсутність мит на солодоці в Європейському Союзі. Лідери українського ринку [9], [10], [12]: «Roshen», «NESTLE» і «ABK» активно використовують можливість і виводять новинки кондитерських виробів на зарубіжні ринки. У 2017 році експорт кондитерських виробів зріс на 11% в порівнянні з 2016 роком. Українські солодоці активно купують в Казахстані, Азербайджані, Молдові і в Туркменістані. В ЄС великим попитом користується продукція в Литві і Польщі. Відзначаються темпи зростання експорту 120 % (країни колишнього СНД) і 60 % (ЄС). Збільшуватися збут продукції в Америку, Монголію, а також Ірак. Згідно даних Держстату, за січень-серпень 2017 року експорт склав 297,2 млн. доларів.

Ще близько 100 млн. доларів принесли продажу на зовнішніх ринках какао і продуктів з нього. За різними оцінками, Україна в змозі наростити експорт в країни ЄС до \$ 450 млн. З огляду на темпи зростання поставок на зовнішні ринки, такі прогнози здаються цілком реалістичними. Причому реалізуються вони вже в найближчі роки.

У зв'язку з виходом на ринки ЄС [7], варто зробити наступні заходи для збільшення експорту продукції:

- інвестування у формування репутації компанії і чистоти торгової марки;
- приєднання кондитерських компаній до участі в діяльності Міжнародної організації справедливої торгівлі, що передбачає закупівлю какао і шоколаду за справедливими цінами з третіх країн, виробництво яких сертифіковано організацією не тільки за дотриманням стандартів якості, але і стандартів екологічної безпеки;
- акцентування на походження інгредієнтів, з яких зроблена продукція, відповідність їх стандартам безпеки і якості;
- виведення на ринок протеїнової продукції;
- інвестування в проведення наукових досліджень, поширення і впровадження їх результатів;
- активізація виробництва шляхом вдосконалення законодавчої бази.

Розробка продукції для споживачів пенсійного

віку обумовлена тим, що за даними ООН, кількість людей похилого віку до 2050 р виросте в 3 рази. На думку аналітиків, кондитерським компаніям уже сьогодні слід приділити увагу цій категорії споживачів.

Експерти акцентують увагу, що останнім часом на кондитерському ринку все більшої популярності набувають енергетичні батончики і батончики з високим вмістом рослинного білка. Невеликі кондитерські компанії [8], можуть зайняти ніші в ще не освоєних секторах кондитерського ринку. Наприклад, виробництво солодоців для людей, що стежать за здоровим харчуванням, або тих, кому необхідні спеціалізовані продукти. Необхідність проведення та оголошення результатів наукових досліджень обумовлено попитом і зацікавленістю споживачів, які вимагають все більш частого підтвердження корисних властивостей кондитерських виробів. Виходячи з цього, дослідження стають обов'язковою складовою діяльності великих кондитерських компаній.

Висновки. Ринок кондитерських виробів в Україні є ринком, який переживає спад збуту продукції в Україні але вже знаходить варіанти збуту за кордоном, причому поряд із витисненням великими компаніями менш потужних постійно з'являються нові підприємства, які створюють конкурентне середовище.

Це свідчить про достатньо високу конкурентоспроможність вітчизняної кондитерської галузі та її спроможність збільшити експортні поставки на європейський ринок і витримати конкурентний тиск з боку імпорту на внутрішньому ринку.

Проте політична ситуація в країні, економічні труднощі викликають ряд проблем у кондитерській галузі, які умовно можна поділити на чотири групи:

- фінансові проблеми;
- зниження купівельної спроможності населення;
- проблеми, пов'язані з внутрішньою політикою держави;
- проблеми, пов'язані з ринками збуту.

Тому слід проводити модернізацію виробництва, використовувати інноваційні технології, як це було зроблено на провідних вітчизняних кондитерських фабриках, встановлювати найсучасніші виробничі лінії, підвищувати технологічність та наукоємність виробництва за умов вдосконалення законодавчої бази України.

Серед ідей щодо поліпшення стану кондитерської промисловості варто виділити основні:

- збільшення експорту продукції за кордон;
- вдосконалення якості продукції задля підвищення конкурентоспроможності;
- інвестування у формування репутації компанії і чистоти торгової марки;
- виведення на ринок протеїнової продукції;
- активізація виробництва шляхом вдосконалення законодавчої бази.

Впровадження запропонованих заходів дозволить істотно покращити стан кондитерської галузі України.

Список літератури

1. Заїчківський А. О. Підприємства харчової промисловості на ринку продовольчих товарів України. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2009. № 31. С. 18–21.
2. Климаш Н. І. Застосування методики трендового аналізу для визначення імовірності розвитку кризових явищ на підприємстві. *Облік і фінанси*. 2014. № 2. С. 138–143.
3. Сичевський М. П. *Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України*. : дис... д-ра екон. наук: 08.07.01; НАН України. К., 2005. 468 с.
4. *Державна статистика України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 24.11.2018).
5. *Аналіз ринку кондитерських виробів у 2016 році*. URL: https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz_runka_muchnyh_konditerskih_izdeliy_2016.html (дата звернення: 24.11.2018).
6. *Індекси промислової продукції за видами діяльності за 2013–2017 роки*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/ipv2013_u_bez.html (дата звернення: 24.11.2018).
7. *Перспективи виробництва кондитерських виробів*. URL: <http://naukarus.com/perspektivy-proizvodstva-konditerskih-izdeliy-proizvodimyh-na-osnove-halvichnyh-mass.html> (дата звернення: 24.11.2018).
8. *Стан та розвиток кондитерської промисловості у Чернігівській області*. URL: http://confcontact.com/2010alyans/ek6-dudla_kuch.php (дата звернення: 24.11.2018).
9. *Україна ринок кондитерських виробів за 2017 рік*. URL: <https://ukrprod.dp.ua/2017/11/10/ukraina-rynok-konditerskih-izdelij-2017-god.html> (дата звернення: 24.11.2018).
10. *Офіційний сайт підприємства "Roshen"*. URL: <https://www.roshen.com/en> (дата звернення: 24.11.2018).
11. *Офіційний сайт підприємства "ASK"*. URL: <https://ack.ua> (дата звернення: 24.11.2018).
12. *Офіційний сайт підприємства "NESTLE"*. URL: <https://www.nestle.ua> (дата звернення: 24.11.2018).

References (transliterated)

1. Zainchkovsky A.O. Pidpryyemstva kharchovoyi promyslovosti na rynku prodovol'chychk tovariv Ukrainy [Entrepreneurship of the kharchovoi prom to the market of food products in Ukraine]. *Naukovi pratsi Natsional'noho universytetu kharchovykh tekhnolohiy* [Scientific works of the National University of Food Technologies]. 2009, no. 31, pp. 18–21.
2. Klimash N. I. Zastosuvannya metodyky trendovoho analizu dlya vyznachennya imovirnosti rozvytku kryzovykh yavyshech na pidpryyemstvi [Application of the method of trend analysis to determine the likelihood of the development of crisis phenomena in the enterprise]. *Oblik i finansy* [Accounting and finance]. 2014, no. 2, pp. 138–143.
3. Sichevskogo M. P. *Udoskonalennya orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu rozvytku kharchovoyi promyslovosti Ukrainy: dis. ... d-ra econ. nauk* 08.07.01 [Improvement of organizational and economic mechanism of food industry development in Ukraine. Dr. eng. sci. diss.]. Kyiv, 2005. 468 p.
4. *Derzhavna statystyka Ukrainy* [The statistics of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 24.11.2018).
5. *Analiz rynku kondyters'kykh vyrobiv u 2016 rotsi* [Analysis of the confectionery market in 2016]. Available at: https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz_runka_muchnyh_konditerskih_izdeliy_2016.html (accessed 24.11.2018).
6. *Indeksi promyslovoyi produktsiyi za vydamy diyal'nosti za 2013–2017 roky* [Indices of industrial production by type of activity for 2013–2017 years]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/ipv2013_u_bez.html (accessed 24.11.2018).
7. *Perspektivy vyrobnystva kondyters'kykh vyrobiv* [Prospects for confectionery production]. Available at: <http://naukarus.com/perspektivy-proizvodstva-konditerskih-izdeliy-proizvodimyh-na-osnove-halvichnyh-mass.html> (accessed 24.11.2018).
8. *Stan ta rozvytok kondyters'koyi promyslovosti u Chernihiv's'kiy oblasti* [Condition and development of the confectionery industry in the Chernihiv region]. Available at: http://confcontact.com/2010alyans/ek6-dudla_kuch.php (accessed 24.11.2018).
9. *Ukrayina rynek kondyters'kykh vyrobiv za 2017 rik* [Ukraine

- confectionery market for 2017]. Available at: <https://ukrprod.dp.ua/2017/11/10/ukraina-rynok-konditerskix-izdelij-2017-god.html> (accessed 24.11.2018).
10. *Ofitsiyyny sayt pidpryyemstva "Roshen"* [The "Roshen" corporate official website] Available at: <https://www.roshen.com/en> (accessed 24.11.2018).
11. *Ofitsiyyny sayt pidpryyemstva "ASK"* [Official site of "ASK" company]. Available at: <https://ack.ua> (accessed 24.11.2018).
12. *Ofitsiyyny sayt pidpryyemstva "NESTLE"* [Official site of the "NESTLE" company]. Available at: <https://www.nestle.ua> (accessed 24.11.2018).

Надійшла (received) 05.12.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Гавва Володимир Миколайович (Гавва Владимир Николаевич, Gavva Volodimir Mikolaevich) – кандидат економічних наук, професор кафедри економіки та маркетингу, Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3071-8884>; e-mail: u1timesoft@yandex.ua.

Моїсєєв Артем Олегович (Моисеев Артём Олегович, Moisieiev Artem Olegovich) – Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», магістрант; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5505-2535>; e-mail: u1timesoft@yandex.ua.

УДК 658.589

DOI: 10.20998/2227-6890.2019.01.21

М. П. ГОРБУНОВ, І. В. БЕРЕЗА

РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПЛАТФОРМ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ І ПЕРСПЕКТИВИ АДАПТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

Стаття аналізує можливості використання потенціалу технологічних платформ для інноваційного розвитку України, висвітлено досвід європейських країн у створенні таких платформ. За визначенням Європейської дослідницької консультативної ради технологічні платформи є однією з ініціатив, спрямованих на зміцнення інноваційного потенціалу Європи та забезпечення ефективності інвестицій у наукові дослідження. Під технологічною платформою розуміють комунікативний інструмент, спрямований на мобілізацію зусиль зацікавлених сторін інноваційного розвитку регіону за конкретним галузевим напрямом, є добровільним, самофінансованим, самокерованим об'єднанням підприємств та організацій. Технологічна платформа має представляти міжсекторальні напрями та пріоритети, а не окремі ізолювані технології. Водночас технологічні платформи і є одним із інструментів такої взаємодії, як сучасна модель для інтеграції всіх учасників інноваційного процесу, спрямована на реалізацію національних пріоритетів науково-технологічного розвитку, посилення науково-виробничих зв'язків та інтенсифікації розроблення, виробництва та впровадження наукомісткої конкурентоспроможної продукції. Також розглянуто механізми та інструменти інноваційного розвитку європейських країн відповідно до першої технологічної платформи ЄС - ACARE. Досліджено вплив технологічних платформ на реалізацію інноваційного потенціалу та передумови їх використання в Україні. Доведено необхідність у такому інструменті, проаналізовано вітчизняний досвід створення технологічних платформ та перешкоди й перспективи їх розвитку. На основі адаптації європейського досвіду проаналізовано особливості функціонування першої Української національної технологічної платформи "Агропродовольча", досліджено її роль у зміцненні коопераційних зв'язків міжнародному рівні. Запропоновано створення технологічних платформ «Утилізація відходів та екологія» і Міжнародної технологічної платформи «Енергоефективність та ресурсозбереження».

Ключові слова: Технологічні платформи, інноваційний розвиток, інноваційне середовище.

Н. П. ГОРБУНОВ, И. В. БЕРЕЗА

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ УКРАИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АДАПТАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА

Статья анализирует возможности использования потенциала технологических платформ для инновационного развития Украины, освещен опыт европейских стран в создании таких платформ. По определению Европейского исследовательского консультативного совета технологические платформы являются одной из инициатив, направленных на укрепление инновационного потенциала Европы и обеспечения эффективности инвестиций в научные исследования. Под технологической платформой понимают коммуникативный инструмент, направленный на мобилизацию усилий заинтересованных сторон инновационного развития региона по конкретному отраслевому направлению, является добровольным, самофинансируемым, самоуправляемым объединением предприятий и организаций. Технологическая платформа должна представлять межсекторальные направления и приоритеты, а не отдельные изолированные технологии. В то же время технологические платформы и являются одним из инструментов такого взаимодействия, как современная модель для интеграции всех участников инновационного процесса, направленная на реализацию национальных приоритетов научно-технологического развития, усиления научно-производственных связей и интенсификации разработки, производства и внедрения наукоемкой конкурентоспособной продукции. Также рассмотрены механизмы и инструменты инновационного развития европейских стран в соответствии с первой технологической платформы ЕС - ACARE. Исследовано влияние технологических платформ на реализацию инновационного потенциала и предпосылки их использования в Украине. Доказана необходимость в таком инструменте, проанализирован отечественный опыт создания технологических платформ, препятствия и перспективы их развития. На основе адаптации европейского опыта проанализированы особенности функционирования первой Украинской национальной технологической платформы "Агропродовольственная", исследована ее роль в укреплении кооперационных связей на международном уровне. Предложено создание технологических платформ «Утилизация отходов и экология» и Международной технологической платформы «Энергоэффективность и ресурсозбережение».

Ключевые слова: Технологические платформы, инновационное развитие, инновационная среда.

© М. П. Горбунов, І. В. Береза, 2019