

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

КОРОБКА ВАЛЕНТИНА МИКОЛАЇВНА

УДК 658.589:334.012.42

**УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис

Робота виконана у Національному університеті біоресурсів і природокористування України Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник доктор економічних наук, професор
Витвицька Ольга Данилівна,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
завідувач кафедри менеджменту
інноваційної діяльності

Офіційні опоненти: доктор економічних наук,
старший науковий співробітник,
член-кореспондент НААН
Володін Сергій Анатолійович,
Закрите акціонерне товариство
«Інститут інноваційного провайдингу»,
генеральний директор

кандидат економічних наук, доцент
Косенко Олександра Петрівна,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
доцент кафедри економіки та маркетингу

Захист відбудеться «06» липня 2016 року о 13 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.004.01 у Національному університеті біоресурсів і природокористування України за адресою: 03041, м. Київ, вул. Генерала Родимцева, 19, навчальний корпус № 1, кімната 97

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного університету біоресурсів і природокористування України за адресою: 03041, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 13, навчальний корпус № 4, кімната 41а

Автореферат розісланий «03» червня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Т. І. Балановська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Інноваційний розвиток аграрного сектору України стає більш залежним від ефективного використання нововведень у зв'язку з необхідністю підвищення його конкурентоспроможності, орієнтації виробництва на європейські стандарти. Однак, значна кількість як фундаментальних, так і прикладних досліджень залишається лише на стадії розробки. Причиною цього може бути не лише відсутність коштів, але і нескоординований процес управління комерціалізацією інноваційної продукції та технологій. Як наслідок, постає завдання пошуку і використання аграрним виробництвом інноваційних рішень щодо підвищення його конкурентоспроможності, проте виконання його неможливе без формування ефективної інноваційної системи накопичення знань та успішного впровадження інноваційної продукції аграрного сектору. Тому активне використання у виробництві прогресивних високотехнологічних процесів, розробок і випуск нових видів конкурентоспроможної продукції дозволить забезпечити планомірний розвиток аграрного виробництва, що відповідатиме стратегічним завданням і цілям аграрного сектору.

Теоретичні та методичні засади розвитку і функціонування інноваційної діяльності сформовано у наукових працях класиків економічної теорії, зокрема: Дж. Даннінга, П. Друкера, А. Лундвалла, М. Портера, Б. Санто, Р. Солоу, М. Туган-Барановського, Й. Шумпетера та ін.

Управлінські аспекти інноваційного розвитку та комерціалізації інноваційної продукції розроблялися у працях: О. Амоші, Л. Антонюка, В. Гейця, В. Гриньова, С. М. Ілляшенко, С. Князя, О. Косенко, О. Кузьміна, П. Орлова, П. Перерви, О. Попової, В. Семиноженка, Л. Федулової, Н. Чухрай та ін.; практичне вирішення проблем впровадження інноваційної продукції аграрного сектору економіки України знайшли відображення в працях О. Витвицької, С. Володіна, О. Гудзинського, О. Дація, О. Єрмакова, М. Кісіля, П. Саблука, О. Шпикуляка, О. Шпичака, Ю. Яковця.

Необхідність удосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, її адаптації до сучасних умов визначили актуальність теми дисертаційного дослідження, його мету, задачі та структурну побудову.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в межах наукової тематики Національного університету біоресурсів і природокористування України за темою «Розробка науково-методологічних основ формування та розвитку системи Екстеншн сервісу в Україні» (номер державної реєстрації 0111U003690), в межах якої здобувачем особисто обґрунтовано стратегічні напрями вдосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Мета та задачі дослідження. Метою дисертаційного дослідження є наукове обґрунтування теоретичних положень і методичних підходів та розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, що сприятиме

формуванню стратегічних напрямів та підвищенню продуктивності аграрного виробництва.

Для досягнення поставленої мети в дисертації було вирішено такі задачі:

- розкрити науковий базис та економічний зміст інноваційної продукції як об'єкта управління для виявлення можливостей її впровадження;
- поглибити розуміння сутності, ключових ознак поняття «комерціалізація інноваційної продукції аграрного сектору» для визначення основних проблем її здійснення в аграрному секторі;
- визначити особливості методичних підходів до оцінки управління комерціалізацією інноваційної продукції в аграрному секторі, що сприятиме науковому обґрунтуванню пріоритетних цільових напрямів її впровадження;
- здійснити аналіз ключових факторів впливу на процес управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору для визначення його ефективності;
- виявити сучасні тенденції організаційно-правових умов комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору для визначення передумов інституційного регулювання її впровадження в ринкових умовах господарювання;
- обґрунтувати стратегічні напрями удосконалення комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору з метою ширшого використання інновацій на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- розробити концептуальні підходи до процесу управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору для прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- обґрунтувати пропозиції щодо оцінки ефективності управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору для підвищення його конкурентоспроможності в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є процес управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Методи дослідження. Теоретичною і методичною основою дослідження є комплексний підхід, системно-структурний аналіз та діалектичний метод наукового пізнання, фундаментальні наукові праці та розробки вітчизняних і зарубіжних вчених з питань теорії та практики управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору. Для реалізації поставлених у дисертаційній роботі задач було використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення – під час опрацювання наукових праць, законодавчих і нормативно-правових актів; абстрактно-логічний – для узагальнення теоретичних і методичних положень, визначення мети дослідження, сутності понять та категорій; системного підходу – для визначення структурно-функціональних характеристик управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору; експертного оцінювання – для визначення емпіричних даних комерціалізації інновацій; методи економічного аналізу – для визначення рівня комерціалізації інноваційної продукції

аграрного сектору; кореляційно-регресійного аналізу – для встановлення залежності взаємозв'язків між факторами дослідження; PEST-аналіз – при розробці стратегій і тактичних дій з комерціалізації інноваційної продукції в аграрному секторі.

Інформаційною базою дисертаційного дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти України з питань регулювання інноваційної діяльності, Міністерства аграрної політики та продовольства України, матеріали Державної служби статистики України, аналітичні звіти НААН, НУБіП України, результати власних досліджень автора, електронні та інформаційні портали.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретичному та методичному обґрунтуванні основних положень та розробленні практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору:

вперше обґрунтовано концептуальні підходи до процесу управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, що, на відміну від існуючих, базуються на комплексному поєднанні механізмів регулювання комерціалізації інновацій, активізації інноваційного процесу на всіх рівнях управління, що сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень для стабільного функціонування та розвитку аграрного сектору (С. 12–13);

удосконалено:

– поняття «комерціалізація інноваційної продукції аграрного сектору» з позицій системоутворюючих дій щодо підвищення цінності, вартості, корисності або значимості результатів науково-технічної та інноваційної діяльності й бізнесового процесу прийняття рішень, що сприятиме досягненню цільового результату інновації (С. 6–7);

– методичні підходи до оцінки управління комерціалізацією інноваційної продукції в аграрному секторі з урахуванням факторів інноваційної активності, що дозволяє визначити привабливість її впровадження (С. 8);

– концептуальні засади організаційно-правових умов комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, що полягають у визначенні ролі організаційних, фінансових, інституційних інновацій у формуванні економічно взаємовигідних зв'язків агропромислових формувань та забезпечення інтересів суспільства (С. 10);

– підходи до визначення впливу ключових факторів на процес управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору для побудови узагальнюючих індикаторів одночасно кількох різних властивостей досліджуваного об'єкта при зіставленні нових показників, що дає змогу визначити доцільність та ефективність їх використання (С. 11–12);

дістали подальшого розвитку:

– наукові засади інноваційної продукції як об'єкта управління, де обґрунтовано підхід до визначення інновацій як найприйнятнішого для прикладного використання, що враховує науково-технічний та соціально-економічний аспекти і пояснюється визначальною роллю інноваційного розвитку у вирішенні соціально-економічних та господарських завдань підприємств і галузей (С. 6);

– пропозиції щодо вибору стратегічних напрямів комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, що сприятимуть підвищенню використання рівня його потенціалу та зростанню ефективності його функціонування (С. 12);

– методичні підходи до оцінки ефективності управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, які враховують не тільки фінансові та інвестиційні чинники комерціалізації, але й можливі варіанти стратегії комерціалізації інновацій, що забезпечить супровід ефективного використання інновацій в аграрному секторі (С. 14).

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні обґрунтованих пропозицій щодо подальшого ефективного розвитку аграрного сектору шляхом впровадження системи управління комерціалізацією інноваційної продукції галузі.

Основні положення та результати дисертаційної роботи щодо підвищення ефективності комерціалізації інноваційної продукції знайшли схвалення і впроваджені у практичну діяльність ЗАТ «Інститут інноваційного провайдингу» Національної академії аграрних наук України (акт впровадження від 05.03.2015 р.).

Наукові розробки щодо створення умов для впровадження інноваційної продукції шляхом реалізації цілей за критерієм адекватності ринковим умовам використовуються Українською лабораторією якості і безпеки продукції АПК Національного університету біоресурсів і природокористування України (акт впровадження від 14.04.2015 р.).

Практичною реалізацією пропозицій щодо вибору стратегічних напрямів комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору є розробка планів, програм розвитку Макарівської державної районної адміністрації Київської області (акт впровадження від 17.03.2015 р.).

Окремі теоретичні та методичні підходи використовуються в навчальному процесі Інституту банківської справи Міністерства освіти і науки України при викладанні дисциплін «Економіка підприємств», «Мікроекономіка», «Маркетинг», «Менеджмент», «Інвестиційна діяльність» (акт впровадження від 12.02.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є самостійно виконаною науковою роботою, в якій викладено авторський підхід до обґрунтування теоретичних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій щодо процесу управління комерціалізацією інноваційної продукції як передумови ефективного розвитку аграрного сектору. Наукові результати, які наводяться в дисертаційній роботі, одержано автором особисто і викладено в опублікованих працях.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження апробовано на: Міжнародному круглому столі «Організація бізнес-шкіл в дорадництві для успішного впровадження інновацій» (м. Київ, 2012 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми наук про життя та природокористування» (м. Київ, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційне дорадництво на шляху євроінтеграції» (м. Київ, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи економічного зростання: теоретичні та практичні аспекти» (м. Одеса,

2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Формування інноваційної економіки: світовий досвід та вітчизняні реалії» (м. Херсон, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Прогнозування соціально-економічного розвитку національної економіки» (м. Дніпропетровськ, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами в умовах глобалізації та інтернаціоналізації: теорія, практика» (м. Одеса, 2015 р.).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційної роботи опубліковано у 15 наукових працях, обсягом 6,01 друк. арк., з яких 3 статті в наукових фахових виданнях України, обсягом 1,5 друк. арк., 2 статті у наукових фахових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз даних, обсягом 0,94 друк. арк., 3 статті в інших наукових виданнях, обсягом 1,57 друк. арк., 7 тез наукових доповідей, обсягом 2 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 180 найменувань, додатків. Основна частина дисертації викладена на 165 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 23 таблиці, 29 рисунків і 21 додаток.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено мету, задачі, об'єкт, предмет, зазначено методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення, ступінь апробації одержаних результатів, окреслено особистий внесок здобувача у вирішенні поставлених задач.

У першому розділі **«Теоретико-методичні засади управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору»** досліджено еволюцію теоретичних поглядів на інноваційну продукцію як економічну категорію та об'єкт управління, розглянуто передумови і сутність процесу комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору й основні проблеми його здійснення, обґрунтовано методичні підходи до оцінки управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

В ході проведеного аналізу підходів до визначення економічного змісту категорії «інновація» найчастіше розглядається як результат науково-технічної діяльності, що базується на фундаментальних і прикладних дослідженнях і може виступати у формі патенту (винаходу) і впроваджений у виробництво у вигляді продукції, технології, процесу чи характеристики розвитку суб'єкта господарської діяльності. Використання інновації у вигляді інноваційної продукції як об'єкта управління в практичній діяльності суб'єктів господарювання дозволяє отримувати інноваційну продукцію, яка є кінцевою ланкою в процесі інноваційної діяльності.

Обґрунтовано, що найприйнятнішим для прикладного використання є динамічний підхід до визначення інновацій, який враховує науково-технічний та економічний аспекти. Визначено «інновацію-процес» як впровадження нових виробів, технологій замість морально застарілих для вирішення соціально-економічних, господарських завдань як на підприємствах чи в галузях, так і в національному господарстві в цілому. Їх стратегія спрямована на отримання переваг перед конкурентами шляхом створення нововведення, яке стане унікальним у галузі.

Високотехнологічні (як результат науково-технічного прогресу) та інноваційні товари у певному контексті відображають різні аспекти одного явища – відповідно технологічний та ринковий.

На основі визначення наукових підходів вітчизняних і зарубіжних учених сформовано поняття «комерціалізація інноваційної продукції аграрного сектору», під яким розуміють діяльність, спрямовану на підвищення вартості, корисності результатів науково-технічної й інноваційної діяльності та бізнесового процесу прийняття рішень для досягнення цільового результату інновації, задоволення суспільних потреб та отримання соціально-економічних вигід від використання та поширення інноваційної продукції аграрного сектору в сучасних умовах.

Встановлено, що управління комерціалізацією інноваційної продукції є складним, структурованим процесом, реалізація якого базується на визначенні підходів і механізмів управління комерціалізацією інноваційної продукції. Управлінські рішення в інноваціях зумовлено різноманітністю управлінської діяльності в ланцюжку: ідея — наукові дослідження — розробки — проектування — виробництво — реалізація інновацій. Інноваційна ж діяльність полягає в діях суб'єктів на певній стадії інноваційного процесу.

Пропонується розглядати систему комерціалізації продукції інноваційної діяльності через призму її складових (рис.1).

Запропоновано методичний підхід до оцінки управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, що включає в себе відбір комерціалізації технологій або технологій для комерціалізації (винаходів, корисних моделей, ноу-хау тощо), технічних рішень та інноваційних ідей і передбачає поділ науково-технічних розробок за комплексним критерієм. Для оцінки цього критерію можуть бути використані різні методи комплексної оцінки властивостей об'єкта або на основі проведення технологічного аудиту, адаптованого до сучасних змін. Характеристику параметрів інноваційної привабливості пропонується здійснювати на основі визначення корисності інновацій, яка спрямована на виявлення технічних і соціально-економічних переваг та ідентифікацію її параметрів, які вирішуються даною інновацією на основі технологічного аудиту. Відзначено, що основними підходами до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору слід вважати стратегічний, функціональний, процесний, системний, ринковий та маркетингові підходи.

У другому розділі **«Сучасні тенденції розвитку управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору»** досліджено вітчизняний ринок інноваційної продукції, організаційно-правові умови комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, тенденції їх розвитку, визначено оцінку впливу факторів на залучення коштів від реалізації інноваційної продукції аграрного сектору.

Можливість створювати та ефективно використовувати інтелектуальні ресурси значною мірою визначає економічну потужність країни. Нині рівень інноваційної активності в Україні, порівняно зі світовими показниками, є недостатнім і не відповідає її потенціалу та можливостям. Згідно з Глобальним інноваційним індексом, Україна у 2014 р. підвищила свої позиції в рейтингу країн,

зайнявши 63 місце проти 71 у минулому році, покращивши свої позиції за трьома підіндексами: «Інституції», «Результати наукових досліджень» і «Творчість». Незважаючи на зменшення обсягів фінансування інноваційної діяльності та соціально-економічну кризу, результативність цієї діяльності зростає.

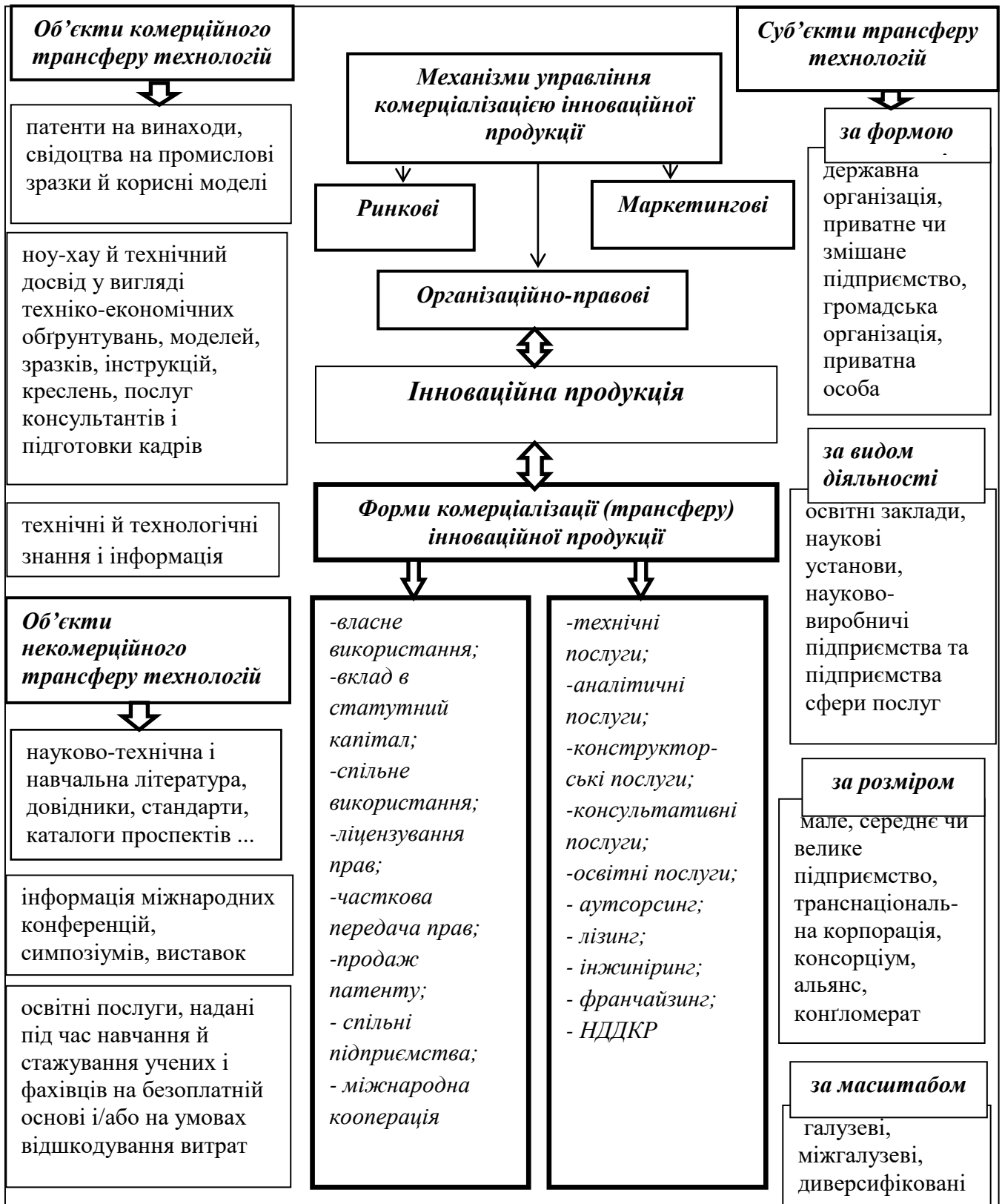


Рис. 1. Складові системи комерціалізації інноваційної продукції в аграрному секторі

У роботі досліджено процеси формування інтелектуального капіталу, який включає: інфраструктурний капітал (управлінські процеси, структуру виробництва); інноваційний капітал (характеризує здатність до оновлення, впровадження нових технологій, організаційних рішень); фінансовий капітал (вартість інтелектуальних процесів).

Аналіз вітчизняного ринку інноваційної продукції аграрного сектору характеризує найбільшу частку надходжень від передавання технологій по пріоритетному напрямі «Технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу», за яким передано 905 технологій з обсягом надходжень 26536,82 тис. грн, або 74,6 % загального обсягу надходжень від передавання технологій. Усі технології реалізовані на внутрішньому ринку, з яких 845 технологій вартістю 22904,70 тис. грн є новими для України, зокрема 790 технологій вартістю 22632,00 тис. грн передані НААН (рис. 2).

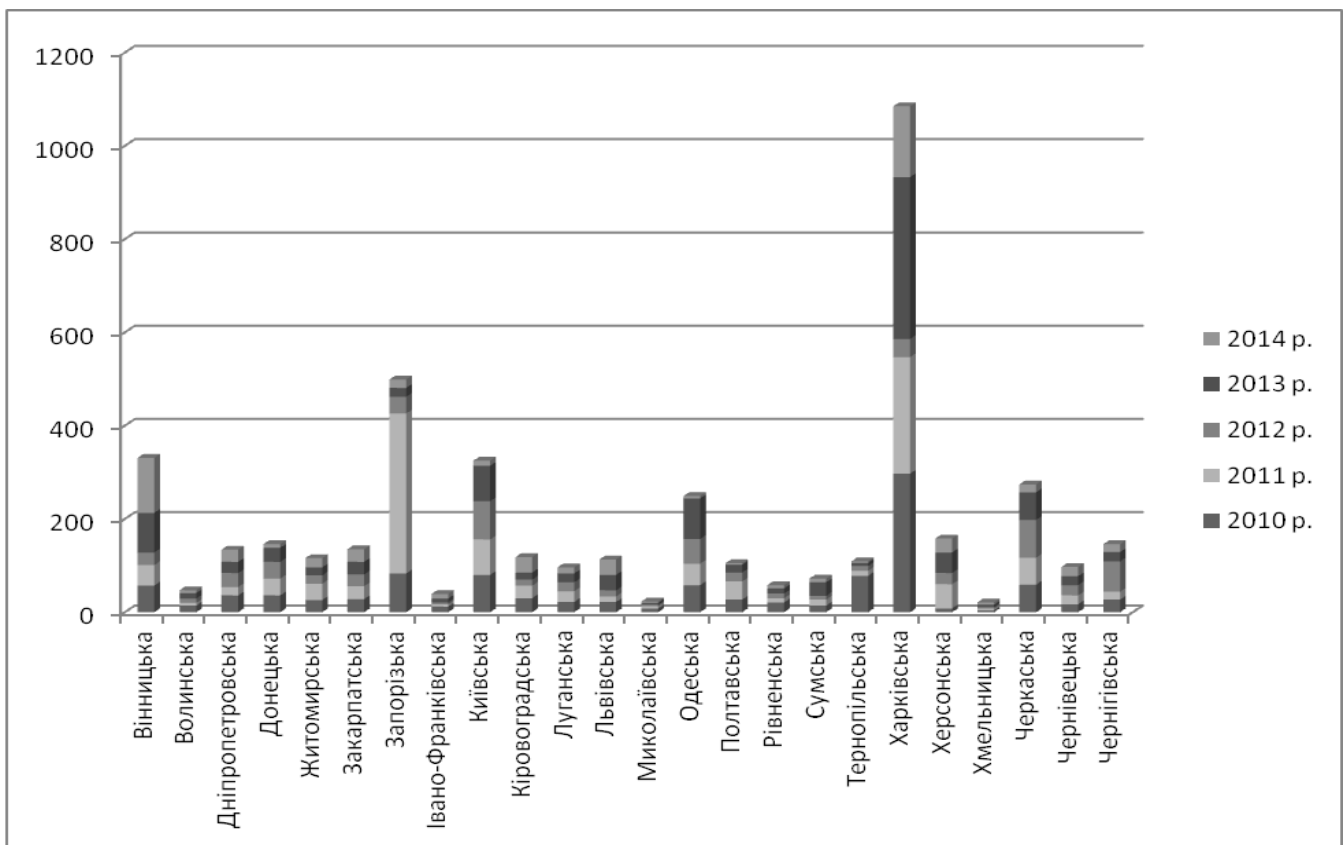


Рис. 2. Динаміка впровадження інновацій в агроформуваннях України, од.
Примітка. Сформовано за даними НААН

Кількість робіт, що виконувались науковими організаціями України протягом 2014р. становила 43,0 тис., з яких більше двох третин упроваджено у виробництво або мали інші форми широкого застосування. Із загальної кількості робіт 10,8 % спрямовано на створення нових видів виробів, 38,8 % яких – нові види техніки; 7,5 % – на створення нових технологій, 44,6 % яких – ресурсозберігаючі; 2,5 % – на створення нових видів матеріалів; 5,0 % – нових сортів рослин, порід тварин, а також 17,3 % – зі створення нових методів і теорій, більше половини яких було

використано у подальшій роботі.

Технології передавалися за всіма стратегічними пріоритетними напрямками інноваційної діяльності. Трансфер технологій за рахунок бюджетних коштів у 2014 році зріс: передано 1137 технологій, що на 232 одиниці (25,6 %) більше, ніж у попередньому році. Передавання технологій здійснювалось як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. На внутрішній ринок передано 1128 одиниць на суму 34339,73 тис. грн, або 96,5 % від загального обсягу надходжень, а на зовнішній ринок – 9 технологій з обсягом надходжень 1244,98 тис. грн. В результаті було залучено 245 383,6 тис. грн до спеціального фонду від впровадження інновацій в аграрному виробництві (рис.3).



Рис. 3. Залучено коштів до спеціального фонду НААН, тис. грн
Примітка. Сформовано за даними НААН

Існують проблеми організаційно-економічного, фінансового і правового порядку, які гальмують ефективний розвиток трансферу технологій. Відповідно до загальноприйнятої практики, продаж і купівля виключних прав на запатентовану технологію або дозвіл на її використання, здійснюється в рамках правових відносин між власником виключних прав і фізичною чи юридичною особою, яка купує ці права або дозвіл.

Однак успішна комерціалізація досягнень науки, як показує досвід передових країн, можлива лише за прямої взаємодії наукових установ і ринку та за участю держави. Усі реформи, проведені за останні роки в структурах управління наукою, пов'язані безпосередньо з пошуком шляхів раціонального використання фінансових ресурсів, стимулювання результативності вкладень в науку, ефективних знань і

доведення цих знань до виробництва та якнайшвидшої появи наукомісткої продукції на основі використання новітніх технологій.

Обґрунтовано, що ефективність інноваційної діяльності залежить від ефективної співпраці науковців і виробників, їх заінтересованості в кінцевому результаті з урахуванням реалій інноваційної економіки, створення збалансованого організаційного простору, що припускає наявність розвинених структур, інтегрованих у виробництво, науку і освіту для забезпечення комерціалізації інноваційної продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Організаційне забезпечення комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору

Аспекти організаційного забезпечення	Механізм прийняття рішень
Забезпеченість науковим потенціалом	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток фундаментальних і прикладних досліджень; • Розвиток інноваційних структур; • Наявність бізнес-структур
Об'єднання науки та виробництва	<ul style="list-style-type: none"> • Створення і розвиток інноваційних структур, які орієнтуються на потреби виробництва і ринку (спін-офф-фірми, агротехнологічні платформи)
Підтримка державою інноваційних пропозицій	<ul style="list-style-type: none"> • Державна підтримка обміну кадрів; • Наукові інститути діючих фірм і державні наукові, освітні установи; • Створення кластерної мережі для державно-приватного співробітництва; • Державні програми кластерних пропозицій, направлених на вдосконалення і підвищення надійності та гнучкості інноваційної діяльності
Оцінка результативних інноваційних розробок для комерціалізації	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток механізмів інноваційного посередництва між державою, наукою, освітою, бізнесом з організації трансферу технологій

Виявлено, що у формуванні та функціонуванні ринкової інфраструктури трансферу технологій важливу роль відіграє і держава, насамперед, через зниження трансакційних витрат, податкових пільг для суб'єктів взаємодії в ході передавання технологій, діяльності некомерційних організацій, малого та середнього бізнесу.

Для визначення оцінки факторів впливу на отримання коштів від реалізації інноваційної продукції розроблено багатофакторну модель центрів наукового забезпечення агропромислових виробництв областей України (формула (1)):

$$Y_1 = -658,26 - 24,24x_1 + 38,56x_2 + 20,64x_3, \quad (1)$$

де Y – залучено коштів до спецфонду, тис. грн;

- x_1 – кількість агроформувань, в яких здійснювалось упровадження інновацій, од;
 x_2 – апробовано розробок, од;
 x_3 – кількість укладених договорів, од.

Коефіцієнт множинної кореляції, який дорівнює 0,84, характеризує високу тісноту впливу означених факторів на результат. Коефіцієнт детермінації 0,72 – вказує на адекватність побудови моделі. З одержаного рівняння регресії слід зазначити, що із трьох факторів, які увійшли в модель, два позитивно впливають на результативну ознаку.

На основі розрахованої моделі визначено параметри розрахункової величини. Шляхом порівняння фактичної і розрахункової величин визначено коефіцієнти залучення коштів до спецфонду (табл.2).

Таблиця 2

Рівень грошових надходжень від комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору в центрах наукового забезпечення агропромислових виробництв областей України

Групи центрів за рівнем грошових надходжень від комерціалізації інноваційної продукції, тис. грн, коефіцієнтах	Кількість центрів в групі	У середньому по групі центрів		
		Фактична величина грошових надходжень від комерціалізації інноваційної продукції, тис. грн	Розрахункова величина грошових надходжень від комерціалізації інноваційної продукції, тис. грн	Коефіцієнт грошових надходжень від комерціалізації інноваційної продукції
I. до 0,58	11	115,72	475,65	0,19
II. 0,59 – 1,16	7	738,28	1018,57	0,85
III. 1,17 – 1,74	5	1173	1284,94	1,39
IV. Понад 1,75	1	1429	1314,06	2,32
В середньому	24	864	1023,31	1,19

За результатами дослідження визначено, що із збільшенням апробації розробок на 1 одиницю залучається коштів до спецфонду – 38,56 тис. грн, а із збільшенням кількості укладених договорів на 1 одиницю залучається коштів до спецфонду – 20,64 тис. грн. Встановлено, що існує різний розмах варіації залучення коштів до спецфонду, який коливається від 0 в науковому центрі агропромислового виробництва Донецької області – до 2,32 у центрі наукового забезпечення агропромислового виробництва Житомирської області, що дає можливість зробити висновок про ефективність впровадження інновацій.

У третьому розділі «Вдосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору» запропоновано стратегічні пріоритетні напрями комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, сформульовано концептуальні підходи до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, обґрунтовано пропозиції щодо комплексного оцінювання ефективності управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Реалізація стратегії активної інноваційної політики передбачає посилення структурних зрушень в економіці на користь високотехнологічних виробництв, енергоефективних технологій, розвитку імпортозаміщення тощо.

Для досягнення лідируючої позиції у групі країн «помірні інноватори» потрібно відрегулювати рамкові умови інноваційної діяльності, щодо оптимального забезпечення ринкових і регуляторних важелів впливу держави на інноваційний розвиток.

Враховуючи європейський підхід до вибору стратегічних напрямів комерціалізації інновацій і наукових розробок, який полягає у створенні сприятливих умов через систему стимулюючих інструментів для різних учасників процесу створення і комерціалізації результатів наукових досліджень, переорієнтації системи продукування інновацій на ринковий попит і споживача, запропоновано нормативні положення з комерціалізації інноваційної продукції, основна мета яких полягатиме у стимулюванні комерційного використання технологій, результатів наукових досліджень, отриманих за рахунок (або з використанням) бюджетних коштів, стартапів, механізмів партнерства у науково-технічній сфері.

Державна політика у сфері управління інноваційною діяльністю та трансфером технологій повинна бути спрямована на стимулювання інноваційної активності, організаційну модернізацію науково-технологічної сфери та формування мотивації суб'єктів господарювання до інновацій, вдосконалення системи державного регулювання сфери комерціалізації технологій, створення умов для ефективного розвитку інноваційної інфраструктури та інфраструктури трансферу технологій в аграрному секторі.

Досліджено на основі PEST-аналізу тенденції, які впливають на комерціалізацію інноваційної продукції аграрного сектору. Моніторинг відповідної інформації, системний аналіз усіх факторів, розробка на основі аналізу проектів адекватних рішень дозволять перетворити їх у конкретні пропозиції для аграрного виробництва. Визначено, що комерціалізація на практичному рівні має відбуватися з використанням потенціалу галузевої інноваційної інфраструктури, яка на сучасному етапі розвитку є недостатньо розвинута для забезпечення зростаючих потреб аграрного сектору.

Запропоновано концептуальні підходи до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, які мають власну структуру та особливості й полягають в наявності стратегій комерціалізації інноваційної продукції на всіх рівнях управління; прагненні кожного суб'єкта комерціалізації інноваційної продукції до отримання вигоди на всіх етапах реалізації інновацій та ін. (рис. 3).

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ					
ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ					
Системність аналізу ринкового попиту на інновації	Динамічність структурних змін виробничого процесу	Плановість розробки інновацій	Комплексність стратегічного розвитку інноваційної діяльності аграрного сектору		
ЦІЛЬ УПРАВЛІННЯ					
<i>Забезпечення ефективного розвитку аграрного сектору на основі комерціалізації інновацій</i>					
ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ					
Стратегічний	Функціональний	Проектний	Системний	Маркетинговий	Ринковий
ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ					
Прогнозування інновації	Формування ідей інновації	Координація інноваційного циклу	Організація інноваційної діяльності	Активізація інноваційного процесу	Оцінка ефективності реалізації інновацій
РІВНІ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ					
<i>МЕГАРІВЕНЬ</i>	<i>МАКРОРІВЕНЬ</i>	<i>МЕЗОРІВЕНЬ</i>	<i>МІКРОРІВЕНЬ</i>		
Глобальний рівень управління комерціалізацією інноваційної продукції	Загальнодержавний рівень управління комерціалізацією інноваційної продукції	Регіональний (галузевий) рівень управління комерціалізацією інноваційної продукції	Локальний (базовий) рівень управління комерціалізацією інноваційної продукції		
СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ					
Головним представником нині є Європейський Союз , який ініціює створення єдиного ринку в галузі наукових досліджень і інновацій	Держава як гарант законодавчого регулювання інноваційної діяльності та головна інституція, що забезпечує реальність їх здійснення	Представницькі органи, місцеві органи виконавчої влади , у межах компетенції трансферу чи комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору	Суб'єкти господарювання різних організаційно-правових форм, а саме структури , які здійснюють продаж чи впровадження інноваційної продукції аграрного сектору		
ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА КОЖНИМ ЕТАПОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ					

Рис. 3. Концептуальні підходи до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору

Комерціалізація інноваційної продукції аграрного сектору має ряд відмінностей, пов'язаних із визначенням маркетингових інструментів просування її на ринку, особливостей застосування маркетингових підходів, диференціації сегментів ринку і т. д. До альтернативних стратегій комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору можна віднести:

Стратегія 1. Становлення агротехнологічної платформи, пошук нових каналів збуту інноваційної продукції.

Стратегія 2. Косалтинговий супровід трансферу.

Стратегія 3. Стратегія мінімізації витрат.

Кожна з стратегій комерціалізації інноваційної продукції характеризується наявністю різних форм її комерціалізації.

Проведена економічна оцінка ефективності комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, їх фінансування: обґрунтована на базі системи показників економічної ефективності з врахуванням методу дисконтування, що відображають характеристики інноваційного оновлення аграрного виробництва.

При використанні наявних стратегій для ринкового потенціалу прийнятими оцінками комерційного ефекту інновацій будуть показники: обсяг реалізації (O_p), ціна (C) і витрати на виробництво нової продукції (B_n), дисконтований період окупності ($D_{ок}$), то в стратегіях інноваційного потенціалу ефект комерціалізації залежатиме від процесу формування скорочення витрат на науково-дослідні дослідження (E_n), на розробку і проектування (E_k), розробку дослідного зразка (E_d), виробництво (E_b), маркетинг (E_m), перепроjektування (E_p) та скорочення інноваційного циклу (E_c).

Поділ показників оцінювання комерційного ефекту інновацій на інноваційний та ринковий потенціал, дозволяє комплексно оцінити можливості комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору.

Оцінювання ефективності впровадження інноваційних розробок повинне стати об'єктом безперервної управлінської діяльності на всіх етапах інноваційного процесу. Ефективне функціонування системи впровадження інноваційних розробок передбачає, що кожен його організаційно-економічний елемент відповідає вимогам успішної комерціалізації інновацій. Найбільш ефективними є впровадженні технології адаптивного ґрунтоохоронного землеробства та технології виробництва, збереження і переробки високоякісної рослинницької продукції.

Прискорення темпів інноваційної діяльності та підвищення її ефективності мають характеризуватися, передусім, створенням ефективною інноваційною системою для оптимізації усіх етапів інноваційного циклу від генерації знань до їх впровадження у виробництво з активізацією структурної перебудови економіки.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і запропоновано практичні підходи щодо удосконалення системи управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору як одного з факторів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва.

Одержані результати дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

1. На основі опрацювання зарубіжних та вітчизняних наукових публікацій визначено, що основним інструментом в умовах інтеграційних процесів, який забезпечує лідерство на ринку, є інноваційна продукція. Сформовано теоретичний інструментарій, що дозволяє розглядати інноваційну продукцію як об'єкт управління для удосконалення існуючих, створення нових технологій та за їх допомогою більш ефективно використовувати наявні ресурси, вирішувати соціально-економічні, виробничі завдання в аграрному секторі.

2. Поглиблено теоретичні аспекти управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору на основі системного підходу. Дослідження проблем здійснення комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору дало змогу встановити, що існує значний розрив між створенням інновацій (отриманням охоронних документів на право інтелектуальної власності) та впровадженням інновацій в аграрній сфері. Такий стан справ викликає необхідність активізувати подальшу комерціалізацію результатів інтелектуальної діяльності.

3. Системне дослідження методичних підходів, інструментів до управління комерціалізацією інноваційної продукції в аграрному секторі дозволило встановити їх недоліки при оцінці комерціалізації інноваційної продукції. Запропонований методичний підхід передбачає відбір комерціалізації технологій або технологій для комерціалізації. Обґрунтування пріоритетно-цільових напрямів пропонується здійснювати на основі визначення корисності інновацій, яка спрямована на виявлення технічних і соціально-економічних переваг, які повністю або частково вирішуються даною інновацією на основі технологічного аудиту.

4. Визначення ключових факторів впливу на процес управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору дозволило удосконалити їх класифікацію. Це дало можливість об'єктивно визначати групи факторів, що мають позитивний та негативний вплив на процеси інноваційної діяльності та визначати їх рівень з подальшим його врахуванням при управлінні комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору. За результатами дослідження встановлено, що із збільшенням апробації розробок на 1 одиницю залучається коштів до спецфонду – 38,56 тис. грн, а із збільшенням кількості укладених договорів на 1 одиницю залучається коштів до спецфонду – 20,64 тис. грн, тобто із трьох факторів, які увійшли в модель, два позитивно впливають на результативну ознаку.

5. Розроблено концептуальні засади організаційно-правових умов комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, які полягають у визначенні ролі організаційних, фінансових, інституційних інновацій у формуванні інноваційних структур, що сприятиме раціональним напрямам їх розвитку. Визначено, що ефективність інноваційної діяльності залежить від ефективної співпраці науковців і виробників, їх заінтересованості в кінцевому результаті з урахуванням реалій інноваційної економіки, створення збалансованого організаційного простору та припускає наявність розвинених структур, інтегрованих у виробництво, науку та освіту. На технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу припадає 74,6 % загального обсягу надходжень від передавання технологій.

6. В ході дослідження доповнено стратегії комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, що сприятимуть ширшому використанню його потенціалу, прискоренню розвитку аграрного сектору і зростанню ефективності його функціонування. Запропоновано створення сприятливих умов для комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору через систему стимулюючих інструментів для різних учасників процесу створення і комерціалізації результатів наукових досліджень, стартапів, нормативні положення з комерціалізації інноваційної продукції.

7. Запропоновано концептуальні підходи до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, що базуються на функціонально-результативній складовій процесу управління, які полягають в прагненні кожного суб'єкта комерціалізації інноваційної продукції на всіх рівнях управління до максимізації корисності на кожному етапі здійснення комерціалізації інновацій.

8. Розроблено пропозиції щодо комплексного оцінювання ефективності комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору з метою підвищення ефективності його конкурентоспроможності, які враховують не тільки фінансові та інвестиційні чинники комерціалізації, але й можливий варіант стратегії її впровадження, також зменшення витрат на розробку, виробництво, маркетинг та скорочення інноваційного циклу з метою підвищення його конкурентоспроможності в сучасних умовах. Індекс інноваційної ефективності характеризує наявність сприятливих умов для результативності комерціалізації інновацій. За цим показником у 2014 році Україні належить 14 місце серед 143 досліджуваних країн. В аграрному секторі найбільш ефективними є впровадженні технології адаптивного ґрунтоохоронного землеробства та технології виробництва, збереження і переробки високоякісної рослинницької продукції.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Коробка В. М. Розвиток інноваційної діяльності в аграрній сфері / В. М. Коробка // Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. – 2013. – Вип. 8. – С. 284–288.
2. Коробка В. М. Організаційне забезпечення комерціалізації інновацій / В. М. Коробка // Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. – 2015. – Вип. 12. – С. 260–265.
3. Коробка В. М. Економіко-математична залежність факторів впливу на освоєння інноваційної продукції: [електронний ресурс] / В. М. Коробка // Ефективна економіка. – 2015. – № 5. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=5&y=2015>.

Статті у наукових фахових виданнях України,

які входять до міжнародних наукометричних баз даних:

4. Коробка В. М. Обумовленість аграрних господарських систем до інноваційного розвитку / Є. А. Бузовський, **В. М. Коробка** // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія:

Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2013. – Вип. 181. – Ч. 4. – С. 72–76. *(Здобувачем обґрунтовано принципи створення сприятливого середовища для запровадження інноваційної діяльності в аграрних господарських системах).*

5. Коробка В. М. Інтелектуальний капітал в інноваційному розвитку підприємств / В. М. Коробка // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2014. – Вип. 200. – Ч. 2. – С.146–150.

Статті в інших наукових виданнях:

6. Коробка В. М. Державне управління інноваційною діяльністю: досвід Франції / О. Д. Витвицька, **В. М. Коробка** // Інноваційні технології в сільському господарстві Франції: [колективна монографія]. – К.: «Аграр Медіа Груп», 2013. – С. 4–9. *(Здобувачем обґрунтовано роль державної підтримки розвитку високих технологій у Франції в зміцненні позицій країни на глобальному рівні).*

7. Коробка В. М. Інтелектуальний ресурс як чинник інноваційного розвитку соціально-культурного підприємства / О. Д. Витвицька, **В. М. Коробка** // Науковий журнал «Економіка і менеджмент культури». – 2014. – № 1. – С. 4–8. *(Здобувачем обґрунтовано роль інтелектуальної складової в інноваційному розвитку підприємств).*

8. Коробка В. М. Передумови формування інноваційного підприємницького середовища в аграрному секторі / В. М. Коробка // Науково-практичний журнал Київського інституту банківської справи «Економіка: теорія та практика». – 2014. – № 2 (4). – С. 38–42.

Тези наукових доповідей:

9. Коробка В. М. Світовий досвід функціонування національних інноваційних систем / В. М. Коробка // Біоресурси планети та безпека навколишнього середовища: проблеми та перспективи: Міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 4–7 листопада 2013 р.: тези доповіді. – К., 2013. – С.71–73.

10. Коробка В. М. Розвиток інноваційної сфери: загальні тенденції і проблеми / В. М. Коробка // Організація бізнес шкіл в дорадництві для успішного впровадження інновацій: Міжнародний круглий стіл «ІнтерАгро-2014», м. Київ, 10 лютого 2012 р.: тези доповіді. – К., 2012. – С. 277–279.

11. Коробка В. М. Організація інноваційної діяльності: європейські виміри / В. М. Коробка // Інноваційне дорадництво на шляху євроінтеграції: Міжнародна науково-практична конференція «ІнтерАгро-2014», м. Київ, 30 жовтня 2014 р.: тези доповіді. – К., 2014. – С. 60–62.

12. Коробка В. М. Організаційно-економічні аспекти розвитку аграрного сектору / В. М. Коробка // Формування інноваційної економіки: світовий досвід та вітчизняні реалії: Міжнародна науково-практична конференція, м. Херсон, 12–13 грудня 2014 р.: тези доповіді. – Херсон, 2014. – С. 194–195.

13. Коробка В. М. Передумови створення сприятливого клімату комерціалізації інноваційної продукції / В. М. Коробка // Перспективи економічного зростання: теоретичні та практичні аспекти: Міжнародна науково-практична

конференція, м. Одеса, 19–20 грудня 2014 р.: тези доповіді. – Одеса, 2014. – С. 56–57.

14. Коробка В. М. Інфраструктурні складові підтримки інновацій та бізнесу / В. М. Коробка // Прогнозування соціально-економічного розвитку національної економіки: Міжнародна науково-практична конференція, м. Дніпропетровськ, 26–27 грудня 2014 р.: тези доповіді. – Дніпропетровськ, 2014. – С. 94–97.

15. Коробка В. М. Стратегічні орієнтири розвитку аграрного сектору / В. М. Коробка // Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти: Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 15–16 травня 2015 р.: тези доповіді. – Одеса, 2015. – С. 64–65.

АНОТАЦІЯ

Коробка В. М. Управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, 2016.

У дисертації розкрито роль інноваційної продукції як економічної категорії та об'єкта управління в аграрному секторі, розглянуто передумови і сутність процесу комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору й основні проблеми його здійснення, обґрунтовано методичні підходи до оцінки управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Досліджено вітчизняний ринок інноваційної продукції, організаційно-правові умови комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, визначено оцінку впливу факторів на отримання коштів від реалізації інноваційної продукції аграрного сектору.

Запропоновано стратегічні пріоритетні напрями комерціалізації інноваційної продукції аграрного сектору, сформульовано концептуальні підходи до управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору, обґрунтовано пропозиції щодо комплексного оцінювання ефективності управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору.

Ключові слова: інноваційна продукція, комерціалізація, аграрний сектор, ефективність управління комерціалізацією інноваційної продукції, системний підхід, інноваційна стратегія.

АННОТАЦИЯ

Коробка В. М. Управление комерциализацией инновационной продукции аграрного сектора. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, 2016.

В диссертации раскрыта роль инновационной продукции как экономической категории и объекта управления в аграрном секторе национального хозяйства, рассмотрены предпосылки к процессу коммерциализации инновационной продукции аграрного сектора, его сущность, а также основные проблемы осуществления, обоснованы методические подходы к оценке управления коммерциализацией инновационной продукции аграрного сектора.

На основе определения научных подходов отечественных и зарубежных ученых сформулировано понятие «коммерциализация инновационной продукции аграрного сектора», под которым понимают деятельность, направленную на повышение стоимости, полезности результатов научно-технической и инновационной деятельности и бизнес-процесса принятия решений для достижения целевого результата инновации, удовлетворения общественных потребностей и получения социально-экономических выгод от ее использования путем производства и распространения инновационной продукции аграрного сектора в современных условиях рынка.

Установлено, что управление коммерциализацией инновационной продукции является сложным, структурированным процессом, реализация которого основывается на определении подходов и механизмов управления коммерциализацией инновационной продукции, определении предмета коммерциализации, субъектов процесса управления коммерциализацией инновационной продукции.

Характеристику параметров потенциальной инновационной привлекательности предлагается осуществлять по определению полезности инноваций, которая направлена на выявление технических и социально-экономических преимуществ, которые полностью (или почти полностью) решаются данной инновацией на основе технологического аудита.

Исследован отечественный рынок инновационной продукции, организационно-правовые условия коммерциализации инновационной продукции аграрного сектора, определена оценка влияния факторов на привлечение средств от реализации инновационной продукции аграрного сектора.

Определено, что коммерциализация на практическом уровне должна осуществляться с использованием потенциала отраслевой инновационной инфраструктуры. В современных рыночных условиях мотивационным механизмом активизации инновационной деятельности является получение положительных экономических результатов от внедрения инноваций и коммерциализации результатов инновационной деятельности.

Возможность создавать и эффективно использовать интеллектуальные ресурсы в значительной степени определяет экономическую мощь страны. На современном этапе уровень инновационной активности в Украине, по сравнению с тенденциями мировых показателей, является недостаточным и не способствует раскрытию ее потенциала, а также расширению ее перспектив развития. В работе исследован процесс формирования интеллектуального капитала, который включает: инфраструктурный капитал (управленческие процессы, структуру производства); инновационный капитал (характеризует способность к обновлению, внедрение

новых технологий, организационных решений); финансовый капитал (стоимость интеллектуальных процессов).

Реализация стратегии активной инновационной политики предполагает усиление структурных сдвигов в экономике в пользу высокотехнологичных производств, энергоэффективных технологий, развития импортозамещения, повышению общего уровня жизни населения и т. п. Для достижения лидирующей позиции Украины в группе стран «умеренные инноваторы» необходимо отрегулировать рамочные условия ведения инновационной деятельности относительно оптимального обеспечения рыночных и регуляторных рычагов влияния государства на инновационное развитие национального хозяйства, и, в частности, аграрного сектора экономики, важность которого сложно переоценить.

Предложены стратегические приоритетные направления коммерциализации инновационной продукции аграрного сектора, сформулированы концептуальные и ситуационные подходы к управлению коммерциализацией инновационной продукции аграрного сектора, обоснованы предложения по комплексной оценке эффективности управления коммерциализацией инновационной продукции аграрного сектора.

Ключевые слова: инновационная продукция, коммерциализация, аграрный сектор, эффективность управления коммерциализацией инновационной продукции, системный подход, инновационная стратегия.

ANNOTATION

Korobka V. M. Management of innovative products commercialization in the agricultural sector. – The manuscript.

Dissertation for obtaining of the scientific degree of candidate of Economics, specialty 08.00.03 – Economics and Management of National Economy – The National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, 2016.

The thesis reveals the role of innovative products as an economic category and as a subject of management in the agricultural sector, the background and the nature of the process of innovative products commercialization of the agricultural sector have been examined, as well as basic problems of its implementation, the methodical approach to the appreciation of management of innovative products commercialization of agricultural sector has been reasonably stated.

The domestic market of innovative products has been investigated, the organizational and legal conditions for the commercialization of innovative products of the agricultural sector have been analyzed, as well as the influence of different factors on funds raising from the sale of innovative products of agricultural sector.

Strategic priority areas of commercialization of innovative products of the agricultural sector have been proposed, the conceptual approaches to the management of the commercialization of innovative products of the agricultural sector have been formulated, and proposals for a comprehensive evaluation of the effectiveness of management commercialization of innovative products agricultural sector have been justified.

Keywords: innovative products, commercialization, agricultural sector, management efficiency of the innovative products commercialization, system approach, innovative strategy.