

взаємин, складання і підписання договору поставки, контроль виконання укладених договорів поставки.

Відділ збуту забезпечує: планування збуту, складання графіків відвантаження продукції покупцям, відвантаження продукції, комерційну роботу по збуту товарів у власній збутовій мережі.

Відділ маркетингу виконує наступні функції: дослідження і прогнозування ринку збуту, просування товарів на ринок і реклама, стимулювання збуту, проведення цінової і товарної політики. організація сервісного обслуговування покупців, формування іміджу фірми і фірмового стилю підприємства.

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків здійснює: висновок експортних і імпорتنих операцій, підготовку і підписання контрактів, проведення ділових переговорів з іноземними партнерами як на поставку сировини і матеріалів, так і на збут продукції, митне оформлення вантажів.

Список використаних джерел:

1.[Електронний ресурс]. – Режим доступу - <http://xreferat.ru/53/801-2-gazrabotka-reklamnogo-proekta-kompanii-danon.html>

2 Беляев В.И., Маркетинг/ В.И.Беляев.- М.:Кнорус, 2005, 217с.

Середа В.

Університет державної фіскальної служби України

Науковий керівник: Корж М.А., к.е.н., доцент

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність здійснення інноваційної діяльності на аграрному підприємстві значною мірою залежить від наявності адекватного механізму формування інноваційного потенціалу. При цьому основним методологічним підходом до управління

інноваційним розвитком аграрного підприємства має бути поєднання заходів з удосконалення загального механізму управління підприємства, розробки більш ефективних методів управління інноваційною діяльністю, сучасних способів мотивації інноваційної активності персоналу, його професійного розвитку та мотивації інноваційної праці.

Основним завданням механізму формування інноваційного потенціалу є підвищення конкурентоспроможності продукції і сприяння інноваційному розвитку підприємства. Крім того, ефективне використання такого механізму допомагає виконувати низку інших завдань, із-поміж яких:

- активізація досліджень відповідно до потреб виробництва;

- налагодження системи управління і регулювання інноваційною діяльністю підприємства; пришвидшення розвитку інноваційної діяльності підприємства;

- створення дієвого мотиваційного механізму стимулювання інноваційної діяльності, наукової та інтелектуальної праці;

- модернізація системи професійної підготовки працівників відповідно до потреб підприємства.

Механізм формування інноваційного потенціалу підприємства є досить складним, оскільки об'єднує основні елементи інноваційної системи підприємства, працює відповідно до певних принципів, має конкретну мету і завдання, які досягаються завдяки використанню притаманних йому методів та інструментів. Водночас, такий механізм повинен передбачати аналіз досліджуваного об'єкта, на основі чого здійснюється прогноз майбутнього рівня інноваційного потенціалу підприємства [1, с.205].

Відповідно до вищезазначеного, розглянемо механізм формування інноваційного потенціалу підприємства, який має трирівневу структуру:

Рівень I. Формування завдань і визначення факторів впливу на інноваційний потенціал аграрного підприємства: передбачає формування завдань і визначення факторів впливу на рівень інноваційного потенціалу. На основі теоретичних

напрацювань та практичної реалізації визначено складові першого рівня механізму (методи, принципи, функції, інструменти і важелі, фактори внутрішнього і зовнішнього впливу, а також внутрішню підсистему інноваційного потенціалу), взаємодія та послідовність використання яких забезпечить ефективне ухвалення рішень в сфері формування інноваційного потенціалу підприємства.

Рівень II. Аналіз стану інноваційного потенціалу підприємства: здійснюється аналіз стану інноваційного підприємства об'єкта дослідження. Із цією метою запропоновано використовувати метод інтегрального оцінювання та моделювання, розглянутий раніше на прикладі реального підприємства.

Рівень III. Оцінювання якості і розрахунок ймовірних ризиків інноваційного потенціалу аграрного підприємства: прогнозування інноваційного потенціалу, а також розрахунок ймовірного ризику для якості складових і окремих показників здійснено в три етапи.

На першому етапі оцінюються якісні характеристики інноваційного потенціалу із використанням експертного методу, суть якого полягає в таких аспектах:

- інноваційний потенціал підприємства розглядається у розрізі п'яти складових (фінансова, матеріально-технічна, ринкова, інформаційна і кадрова), в яких виділяються показники, що найповніше їх характеризують і розраховують значення для кожного із досліджуваних підприємств.

- за допомогою анкетування виокремлені показники оцінюються експертами, в якості яких виступають фахівці досліджуваних підприємств;

- за кожним показником на підставі виставлених бальних оцінок експертів визначаються їхні середні значення (оцінки експертів узгоджуються за формулами математичної статистики);

- розраховується дисперсія індивідуальних бальних оцінок;

- обчислюється коефіцієнт варіації, який характеризує якість інноваційного потенціалу підприємства та його складових.

У випадку, якщо якісні характеристики інноваційного потенціалу дають підприємству можливість здійснювати інноваційну діяльність, слід переходити до другого етапу – побудови регресійних моделей із метою визначення показників, які найбільше впливають на формування його інноваційного потенціалу.

На другому етапі пропонується побудова регресійної моделі, що дасть можливість визначити рівень інноваційного потенціалу. Процес побудови регресійної моделі інноваційного потенціалу підприємства включає послідовне виконання таких дій:

- визначення показників, які характеризують основні складові інноваційного потенціалу підприємства;

- розрахунок визначених показників та стандартизація їх значень, а також обчислення середніх значень, дисперсії і параметрів регресії;

- побудова матриці оцінок параметрів регресії;

- розрахунок коефіцієнта детермінації і критерію значущості Фішера;

- побудова прогнозної моделі шляхом включення значущих показників.

У результаті отримано регресійні моделі, які дають можливість спрогнозувати майбутнє значення рівня інноваційного потенціалу підприємства, а також визначити, які показники і складові спричиняють найбільш відчутний вплив на його величину.

Третім етапом є розрахунок імовірного ризику якості складових інноваційного потенціалу підприємства і окремих його показників.

Ефективність механізму формування інноваційного потенціалу підприємства залежить від багатьох інших факторів, які можуть виникати на підприємстві, зокрема таких, як:

- проблеми інноваційного розвитку і незадовільні результати проведених науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт;

- обмеженість ресурсів або висока їх вартість;

– тривалість процесу комерціалізації результатів інноваційної діяльності на підприємстві та погано налагоджені інформаційні комунікації тощо [2, с.347].

Таким чином, запропонований механізм формування інноваційного потенціалу аграрного підприємства дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємства за рахунок покращення інноваційного рівня підприємства та виробництва інноваційних товарів із високим рівнем якості. Поставлена мета досягається шляхом тісної взаємодії всіх елементів механізму на кожному рівні формування інноваційного потенціалу аграрного підприємства.

Список використаних джерел

1. Попель С. А. Міжнародний досвід професійно-технічного розвитку персоналу промислових підприємств / С. А. Попель // Інноваційний шлях розвитку суспільства: проблеми, досягнення та перспективи : зб. тез міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. – Тернопіль : Крок, 2013. – С. 205–209.
2. Попель С. А. Побудова трирівневого механізму формування інноваційного потенціалу промислового підприємства / С. А. Попель // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – вип. 25. – С. 347–354.

Стогнієнко К., Корнієнко Г., Сумський національний аграрний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Макаренко Н.О.

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА АГРАРНОЇ СФЕРИ

Логістичне управління в діяльності підприємства на основі підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства значною мірою залежить від ефективності його логістичної діяльності в організаційних межах суб'єкта господарювання та у процесах між суб'єктної взаємодії з партнерами в інтегрованих ланцюгах постачань. У зв'язку з цим для потреб управління системами логістики аграрного підприємства потрібне розроблення і застосування таких інструментів