

фумігаційних послуг; нормативних: міжнародні стандарти, державні стандарти, вимоги споживачів; екологічних: екологічна чистота і безпека продукції; маркетингових: умови платежу та постачання, розвиненість систем міжнародного маркетингу та логістики тощо [1, с. 145].

Література.

1. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Балабанова Л. В., Холод В. В. – К.: “ВД Професіонал”, 2006. – 448 с.
2. Грозный И. С. Конкурентные преимущества промышленного предприятия: стратегия достижения в инновационном аспекте : [монография] / И. С. Грозный. – Донецк: Східний видавничий дім, 2008. – 328 с.
3. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
4. Минько Э. В. Качество и конкурентоспособность / Э. В. Минько, М. А. Кричевский. – СПб. : Питер, 2004. – 268 с.
5. Россоха В. В. Диагностика конкурентоспроможності продукції / В. В. Россоха, М. П. Канінський // Вісник НАУ. – К.: НАУ. – 2003. Вип. 62. – С. 84-89.



ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

*Конанихін І.Ю., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.*

Впровадження інновацій дозволяє як окремим підприємствам так і країнам в цілому домогтися значної переваги на ринку та посилити свої конкурентні позиції. Саме інноваційний шлях розвитку підприємств в сучасних умовах може забезпечити стабільне економічне зростання. Це повністю відповідає галузі сільського господарства, яка останнім часом перетворилася у пріоритетну доходуотворюючу галузь національного господарства і всупереч фінансовим кризам впевнено демонструє зростаючу динаміку фінансових результатів [3]. При катастрофічних збитках в цілому по економіці України у 2014 і 2015 роках, тільки єдина галузь сільського господарства забезпечила прибуток 21 млрд. і 103 млрд. гривень, а рівень рентабельності у сільському господарстві у 2015 році сягнув понад 40%.

Фахівці вважають, що такі результати діяльності підприємств агросфери певним чином забезпечені впровадженням інновацій і використанням новітніх технологій. Проте, переводу аграрного сектору на інноваційний шлях розвитку в нашій країні приділяється недостатньо уваги [3].

Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору досліджували відомі українські вчені Лупенко Ю.А., Мазнев Г.Є., Малік М.Й., Россоха В.В., Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г. та багато інших. Проте питання управління інноваційним розвитком підприємств агросфери потребують подальших досліджень.

Високі технології крок за кроком захоплюють сільськогосподарські виробництва. Не дивлячись на консерватизм, агровиробник розуміє, що зростання бізнесу можливо тільки за рахунок інтенсифікації і автоматизації виробництва, в тому числі – шляхом впровадження та залучення ІТ - розробок.

Головна перевага smart-технологій в тому, що вони дають реальний ефект, у грошах. Починаючи зі зростання урожайності до 30-40% і економії до 50-60% добрив і зниженням на 20-25% втрат продукції і скорочення на 10-20% непродуктивних витрат [1]. При цьому ІТ – рішення доступні не тільки для великих підприємств, але і для маленьких ферм. Адже починати можна з мінімальних вкладень на рівні 5-10 тис. дол. А вже після того як інвестиції почнуть приносити дохід, розвивати систему і збільшувати глибину автоматизації.

У рослинництві високі технології, як правило асоціюються з терміном «влучне землеробство», тому для цих аграріїв вже не перший рік використовують системи GPS –

маніторинга, встановлені на сільськогосподарській техніці. Задача проста: побудувати оптимальний шлях руху трактора або комбайну по полю, забезпечивши рівномірне орання, боронування, внесення добрив і засів. Це, в свою чергу дає економію пального, хімікатів, засівного матеріалу. Ну і звичайно покращує якість обробки ґрунту і знижує негативний вплив землеробства на ґрунт.

Введення ІТ – технологій дуже корисне і для тваринництва. Особливо враховуючи, що ця галузь сільського господарства неймовірно ресурсномістка і по багатьом параметрам більше ризикова, ніж рослинництво. Одна з основних задач оптимізувати раціон живлення тварин і знизити їх хворобливість. Smart – датчик допомагає контролювати температуру тварини, вагу, пульс, та інші індикатори стану здоров'я. Загалом автоматизувати і оптимізувати можливо не тільки годування, але і всі процеси пов'язані за доглядом тварин [1].

Розвинені країни активно використовують інновації в конкурентній боротьбі для досягнення лідуєчих позицій. Україна ж тільки декларує важливість інновацій для подальшого розвитку. Так, за роки незалежності показник наукоємності валового внутрішнього продукту зазнав катастрофічного падіння – з рівня 1,8% у 1991 році до 0,66 у 2014 році. Цей показник у 3 рази менший ніж в середньому в країнах ЄС-28% і у 5 разів - ніж у Франції і Швеції. Внаслідок хронічного недофінансування науки кількість працівників наукових організацій постійно знижується. Так, тільки за останні десять років скорочення науковців в Україні склало понад третину [3].

За останні п'ять років кількість інноваційно активних підприємств суттєво скоротилась. Так, якщо у 2010 році в країні було 1,2 тис. інноваційно активних агропідприємств, то у 2015 році їх залишилося всього 700 одиниць. Зменшилась також питома вага впроваджених інновацій з 20% до 14,9%. При збільшенні впроваджених нових технологічних процесів з 2,4 тис. до 3,1 тис. найменувань, кількість впроваджених інноваційних видів продукції скоротилась з 2,0 тис. до 1,2 тис. найменувань, що свідчить про неспроможність агроформувань здійснювати ефективну інноваційну діяльність [3].

Однією з причин цього є хронічна нестача коштів. Так, фінансування інноваційної діяльності, як і взагалі діяльності в цілому на переважній більшості сільськогосподарських підприємств здійснюється за рахунок власних коштів [2]. Але внаслідок збитковості аграрного сектору, обсяг сформованих власних засобів не задовольняє потреби у фінансових ресурсах. Значна частка у складі джерел фінансування припадає на кредиторську заборгованість, заробітну плату працівників, податкові платежі тощо [4].

Потенційні можливості доступу агровиробників до банківських кредитів обмежені і характеризуються високою вартістю кредитних ресурсів комерційних банків, відсутністю надійного забезпечення, неспроможністю позичальника виконати умови кредитного договору [5].

Світовий досвід свідчить про те, що ефективна інноваційна діяльність підприємств неможлива без суттєвої державної підтримки.

Встановлено також, що в більшості агроформувань не сформована система управління інноваційним розвитком підприємства, інновації носять стихійний випадковий характер [3].

Відтак, основними напрямками активізації інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств мають стати розробка комплексу заходів з боку держави і кредитно-банківської системи, спрямованих на розвиток системи взаємодії з аграрним сектором економіки: збільшення бюджетних асигнувань, раціональне використання бюджетних коштів, вдосконалення нормативно-правової бази, залучення коштів міжнародних фінансових організацій [6].

Література.

1. Деньги. Газета №19 (357).-12-25 октябрю 2017. (Електронний ресурс).-Режим доступу: <http://www.dengi.ua>.

2. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи: [монографія] / Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2014. – 516 с.

3. Мазнев Г.Є. Управління інноваційним розвитком аграрних підприємств / Г.Є. Мазнев // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2017. – №2. – С. 32-41.
4. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С. 132-141.
5. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015. – Вип.161. – С. 227-232.
6. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: Монографія / О.Г. Малій. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210с.
7. Федулова Л.І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №10. – С. 195-205.



ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коротов В.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н. Ряснянська А.М.

У сучасних умовах ринкової економіки головним фактором «виживання» виробничих підприємств є ефективна збутова політика та її цілеспрямований розвиток.

Виробничо-збутова діяльність характеризує виконання таких операцій як - вироблення продукції, доставка продукції споживачеві та надання послуг. Чітке управління даною діяльністю підприємства здійснює такий структурний підрозділ на підприємстві як маркетингова служба.

Управлінню збутовою діяльністю присвячено чимало наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних авторів, таких, як: Н. В. Головікіна [5], М. Портер [6], Г. В. Савицька [7], О. та інші.

Б. Райсберг та Л. Лозовський розуміють реалізацію, як продаж товарів чи послуг, можливо їх перепродаж, який супроводжується отриманням прибутку (виручки) [3, с. 34].

Для підвищення якості збутової діяльності, треба створити певну систему управління, яка буде реалізовувати цілі й стратегії збуту, відповідно потреб конкретного споживача. В такому сенсі маємо звернути увагу щодо підходу до управління збутовою діяльністю, пропонуємо О. Проволоцькою. Згідно з визначенням якої, управління збутовою діяльністю в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємств, який потрібен для формування та досягнення мети збуту [4, с. 6].

Маркетинг виробничо-збутової діяльності заснований на принципах організації виробництва тих товарів, які можливо потім продати на ринку та отримати за рахунок цього певний прибуток. Сама ж концепція маркетингу є динамічною: вона завжди зазнає змін, відповідно мінливостям на ринку. Маркетинг, в плані концепції управління виробничо-збутовою діяльністю, має ряд функцій, які властиві всім типам управління: планування, організацію, координацію, облік й контроль, тобто має на меті обґрунтування створення певних маркетингових стратегій й програм, створення структур в маркетингових службах, координацію їх роботи з іншими підрозділами, контроль та оцінку їх діяльності. [1]

Рентабельність фірми свідчить про її ефективну виробничо-збутову діяльність на основі мінімізації витрат та максимізації доходів виробництва.

Підприємства складаються з підрозділів, які можемо поділити на такі групи:

- 1) виробничі відділи, з питань випуску продукції;
- 2) функціональні відділи;
- 3) адміністративні відділи.