

УДК 631.1

**С.В. Коляденко, Г.В. Сторожук**

*Вінницький національний аграрний університет*

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА**

**S.V. Kolyadenko, G.V. Storozhuk**

**METHODOLOGICAL AND APPLIED ASPECTS OF INNOVATIVE  
ACTIVITY ON ENTERPRISES OF LIVESTOCK**

Стан сільського господарства будь-якої країни вважається ідентифікатором її добробуту, оскільки аграрний сектор економіки відображає складну систему взаємозв'язків всіх без виключення галузей економічної системи держави. А, отже, від розвитку сільського господарства залежить розвиток всіх інших галузей економіки. Особливу увагу, на нашу думку, слід приділити тваринництву як складовій аграрного сектора економіки, що має найбільше проблем пов'язаних із фінансовим станом підприємств, рентабельністю, ресурсозабезпеченістю, конкурентоспроможністю як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринку, інвестиційною привабливістю та екологією. Такий складний комплекс невирішених завдань можливо розв'язати лише при радикальному оновленні застарілих управлінських і технологічних рішень шляхом впровадження інновацій.

Методологічні та прикладні аспекти інноваційної діяльності на підприємствах галузі тваринництва вивчали такі вчені: А.Ф. Бондаренко, О.В. Крисальний, О.А. Лапко, П.Т. Саблук, В.П. Трегобчук, Н.І. Чухрай.

При вивченні теоретичних і практичних складових впровадження інновацій на підприємствах галузі тваринництва особливу увагу слід звернути на особливості інноваційної діяльності в даній сфері. До основних особливостей або ж принципів функціонування інноваційної діяльності можна віднести:

1) Потребу у масштабних капіталовкладеннях, що приносять прибуток лише через тривалий проміжок часу. У розвинутих країнах таким оптимальним періодом вважаються 2-3 роки, тоді як селекційні роботи можуть давати результат іноді і через 15 років [1]. Тому оптимальним варіантом капіталовкладень часто виступає техніка та технології утримання.

2) Нерівномірність розвитку інноваційної діяльності, що пов'язано із тривалістю накопичення капіталу для здійснення інвестицій, а також стрибкоподібною природою розвитку наукової думки [2];

3) Високий ризик втрати інвестованих коштів, якщо нововведення не дасть очікуваних результатів;

4) Мінімізацію ефекту при використанні інновації лише на певній ділянці виробництва. Зазвичай для досягнення бажаного результату інновації

необхідно впроваджувати на усіх без винятку ланках виробничого процесу, а також інфраструктури.

Специфічною особливістю інноваційної діяльності в галузі тваринництва виступає залежність успіху інновації від конкретних економічних та природних умов [3].

Усі з перелічених негативних факторів впровадження інновацій на підприємствах галузі тваринництва можна повністю чи частково усунути, причому не без всебічної підтримки з боку держави. Зокрема проблему фінансування інноваційних проектів можна вирішити шляхом залучення кредитних та інвестиційних ресурсів при наявності оптимальних умов кредитування та інвестування.

Прискорення потрапляння інноваційного продукту у масове виробництво також неможливе без втручання держави у формі побудови інтегрованих об'єднань науки і виробництва або технопарків, стимулювання роботи науково-дослідних установ та підприємств, що займаються інноваційною діяльністю. З метою спільного фінансування розвитку інноваційної діяльності доцільно створити позабюджетний фонд розвитку інновацій.

Основними фінансовими джерелами розробки інновацій являються кошти держави або ж великих компаній. Тоді як невеликі господарства можуть собі дозволити лише готовий інноваційний продукт. Причому зовсім не обов'язково купувати дорогу техніку, породу тварин чи технологію, головне, щоб об'єкт інвестування був перевіреною. А, отже, постає проблема проведення та фінансування маркетингових досліджень з приводу ефективності того чи іншого нововведення. Тут знову ж таки кожен вибирає доступний для себе спосіб перевірки ефективності, адже не всі компанії мають змогу провести власне маркетингове дослідження. Консультантами для невеликих господарств виступають спеціалізовані магазини, мережа Інтернет та досвід великих виробників.

Дуже важливим моментом успіху інноваційної діяльності є підбір та стимулювання роботи науковців та менеджерів з управління інноваційною діяльністю, а також навчання персоналу роботі з новітніми технічними досягненнями, оскільки саме людський фактор відіграє найважливішу роль в процесі становлення та розвитку інноваційної діяльності на підприємстві галузі тваринництва та в державі в цілому.

#### Література:

- 1) Шпикуляк О.Г. Організаційні форми і методи інноваційної діяльності у розвитку аграрної сфери економіки / О.Г. Шпикуляк, В.М. Русан, Л.І. Курило, П.В. Павлик, І.Ю. Розгон // Економіка АПК. – 2010. – №12. – с. 119 – 124.

2) Кушнір І.В. Формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку аграрного сектору економіки / І.В. Кушнір // Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. – 2012. – №8(34). – с. 63 – 65.

3) Кушнір І.В. Передумови розвитку інноваційних процесів в аграрному секторі економіки / І.В. Кушнір // Інноваційна економіка. – 2012. – №6(32). – с. 38 – 40.

УДК 339.146.658.81

**А.І. Кречотень**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**А.І. Krekoten**

**DEVELOPMENT OF EFFECTIVE SALE POLICY OF ENTERPRISE**

Збутова політика – це діяльність підприємства, орієнтована на планування, реалізацію та рух товарів, необхідних для задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. Ефективність розробки збутової політики залежить від ефективності оцінювання існуючої системи збуту, її окремих елементів і встановлення відповідності збутової політики ринковим умовам. Окрім того, потрібно також проводити аналіз чинників, які впливають на обсяг реалізації, організацію реалізаційної мережі, стимулювання збуту, рекламу, дизайн виробу, час та спосіб виходу товару на ринок.

У процесі аналізу збутової політики важливим фактом є організація реалізації товару, адже вона здійснює зворотній зв'язок виробництва з ринком, інформує підприємство про попит і потреби споживачів. Ця політика спрямована на підвищення результативності у сфері продажу продукції, а основна її мета полягає у прискоренні реалізації товарів з метою уникнення їх старіння і списання.

Збутова політика – основа програми аналізу кожного конкретного продукту і виробництва загалом. При розробці збутової політики значну роль відіграє вибір методу роботи з кінцевим споживачем. Підприємству потрібно оцінити всі можливі витрати, а саме: витрати на використання технічних засобів обслуговування покупців; комп'ютерну техніку, необхідну для ведення обліку товарів, які надходять із складу або є реалізованими споживачами через дрібну мережу. Такі фактори, як постійне зростання витрат, що пов'язано з реалізацією продукції, посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення вимог споживачів до якості сервісного обслуговування, значно посилюють значущість ефективного управління збутом продукції підприємства.

Для того, щоб збутова політика була ефективнішою, проводять багатоваріантний розрахунок витрат обігу, а вже на їх основі вибирають