

4. Правдюк Н.Л. Методичні особливості фінансового обліку в сільськогосподарських підприємствах / Н.Л. Правдюк // Економіка АПК. –2007. –№ 5. –С. 105–109

5. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч. посіб. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 656 с., с. 135

***Аннотация.** В статье рассмотрена необходимость гармонизации учета затрат для нужд формирования финансовой и управленческой отчетности, которая обусловлена требованиями контроля и оперативного управления затратами предприятия. Изучены требования управленческого персонала к учетной информации и сопоставлены с требованиями учета при составлении финансовой отчетности, выявлены противоречия трактования одинаковых экономических показателей. Доказано, что гармонизация учета возможна только при гармонизации нормативной базы, предложены пути ее корректирования с учетом нужд практикующих бухгалтеров.*

***Ключевые слова:** затраты животноводства, управленческой учет затрат, финансовый учет затрат, себестоимость продукции животноводства.*

***Summary.** The article describes the need for harmonization of cost accounting for the needs of financial and management reporting, which is due to the requirements of the monitoring and control of enterprise expenses. The requirements of the administrative personnel to account information are investigated and compared with the accounting requirements for financial reporting. The contradictory interpretations of the identical economic indicators are revealed. It is proved that the harmonization of accounting is only possible with the harmonization of the regulatory framework and the ways of its adjustment to meet the needs of practicing accountants.*

***Key слова:** Expenses of animal industries, administrative the account of expenses, the financial account of expenses, the cost price of production of animal industries.*

УДК 316.453:631.1

Цой В.В.,  
Московский государственный университет  
имени М.В.Ломоносова

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АПК

***Анотація:** У статті розглянуто особливості інноваційного розвитку АПК, виконано аналіз інноваційного розвитку регіонів та організацій з виробництва харчових продуктів, включаючи напої та тютюн, зроблено висновок про необхідність створення ефективного організаційно-економічного механізму освоєння інновацій у галузі*

***Ключові слова:** інновації, розвиток, фактори*

Цель исследования: рассмотреть особенности инновационного развития АПК.

Задачей исследования является анализ инновационного развития в региональном и отраслевом аспекте.

В работе систематизированы признаки инновационной экономики, на основе которых можно оценивать направления и результаты инновационного развития [1]:

- социально-экономические отношения переживают качественно новый этап своего развития;
- в деловой оборот входит новая экономическая категория - «человеческий капитал»;
- колебания инновационного рынка вынуждают органы государственной власти принимать на себя часть материальной и социальной ответственности за результаты регулирования этого рынка и быстро реагировать на изменение ситуации.

Современное развитие АПК характеризуется обострением ситуации, обусловленное финансовым кризисом: свертыванием инвестиций, снижением объемов прибыли производителей, что ограничило инновационные возможности многих отраслей.

Под инновационной деятельностью понимается вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям [2].

В статистике учитывают технологические, маркетинговые и организационные инновации [2].

Технологические инновации - деятельность организации, связанная с разработкой и внедрением технологически новых продуктов и процессов, а

также значительных технологических усовершенствований в продуктах и процессах; технологически новых или значительно усовершенствованных услуг, новых или значительно усовершенствованных способов производства (передачи) услуг. Показатель «объем инновационных товаров, работ, услуг» включает продукцию, произведенную в отчетном году на основе разного рода технологических инноваций.

Маркетинговые инновации - реализация новых или значительно улучшенных изменений дизайна и упаковки продуктов; использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

Организационные инновации – реализация нового метода в ведении бизнеса, организации рабочих мест или организации внешних связей.

В АПК инновационная деятельность осуществляется научными учреждениями РАСХН, РАН, научно- производственными системами, высшими учебными заведениями и их учебно-опытными хозяйствами, малыми предприятиями научно-технической сферы, информационно-консультационными службами.

Проведенный анализ развития инновационной системы в России показал, что инновационная активность дифференцирована по федеральным округам, регионам, видам экономической деятельности, отраслям.

Доля инновационных организаций по Российской Федерации возросла с 9,3% в 2009 г. до 10,4% в 2011 г. Стабильный рост инновационной активности наблюдался во 2 и 3 группах соответственно на 1,06 пп. и 7,2 пп. В динамике увеличивается дифференциация регионов по инновационной активности.

Из отраслей АПК данные в статистике по инновационной активности приводятся только по пищевым продуктам, включая напитки и табак. Анализ работы организаций показал, что их инновационная активность невелика и не превышает до 10% (табл. 2).

**Группировка организаций по уровню инновационной активности в 2011 г.,  
по субъектам Российской Федерации, процентов**

Группа с уровнем инновационной активности в 2011 г.	2009	2010	2011	Регион
до 9%	6,79	7,02	6,13	Чеченская Республика, Республика Калмыкия, Республика Дагестан, Калининградская область, Забайкальский край, Карачаево-Черкесская Республика, Сахалинская область, Еврейская автономная область, Ивановская область, Астраханская область, Республика Северная Осетия – Алания, Саратовская область, Республика Хакасия, Ставропольский край, Тамбовская область, Республика Ингушетия, Республика Коми, Краснодарский край, Кемеровская область, Иркутская область, Смоленская область, Ростовская область, Республика Тыва, Омская область, Амурская область, Новгородская область, Тверская область, Калужская область, Волгоградская область, Ульяновская область, Московская область, Республика Саха (Якутия), Новосибирская область, Рязанская область, Мурманская область, Кировская область, Республика Марий Эл
9-18%	10,67	10,90	11,73	Костромская область, Ленинградская область, Воронежская область, Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Брянская область, Республика Адыгея, Самарская область, Тюменская область, Кабардино-Балкарская Республика, Липецкая область, Псковская область, Красноярский край, Орловская область, Владимирская область, Челябинская область, Тульская область, Пензенская область, Алтайский край, Приморский край, Республика Бурятия, Ярославская область, Белгородская область, Республика Мордовия, Чукотский автономный округ, Курганская область, Республика Башкортостан, Пермский край, Свердловская область, Курская область, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Оренбургская область, Хабаровский край, Томская область, Нижегородская область
выше 18%	14,98	15,27	22,18	Республика Татарстан, г. Москва, г. Санкт-Петербург, Камчатский край, Республика Алтай, Магаданская область
	9,3	9,5	10,4	Российская Федерация

**Инновационная активность организаций Российской Федерации в производстве пищевых продуктов, включая напитки и табак**

Год	Число организаций, осуществляющих технологические инновации	Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации (в общем числе обследованных организаций), %
2003	400	7,9
2004	384	7,7
2005	387	8,0
2006	407	8,8
2007	377	8,5
2008	360	9,9
2009	349	9,5
2010	351	9,5

Решение задач отраслевого развития возможно только на инновационной основе. Это требует формирования организационных, институциональных, правовых условий для ускорения научно-технического прогресса.

Необходимо создание организационных структур, обеспечивающих интеграцию научной, образовательной и производственной сфер деятельности, как на федеральном, так и на региональном уровне. Создание научных формирований с включением в них отраслевых НИИ и вузов дает возможность научного поиска в соответствующих областях деятельности, решать задачи подготовки специалистов с инновационным мышлением.

Для отраслей АПК характерен низкий удельный вес инновационных товаров, работ и услуг от 3,9 до 5,3% (табл. 3).

Это объясняется низкой платежеспособностью организаций, невозможностью приобретать новую высокотехнологичную продукцию. Научная продукция является товаром и в развитии инновационного процесса должны быть заинтересованы и производитель, и потребитель.

**Удельный вес в Российской Федерации инновационных товаров, работ и услуг в производстве пищевых продуктов, включая напитки и табак**

Год	Суммарный объем, млн. руб.	В процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг
2003	30145,7	3,9
2004	52629,9	5,3
2005	50307,4	4,5
2006	65308,4	4,7
2007	86872,0	5,3
2008	97480,8	4,6
2009	101767,1	4,8
2010	117788,3	4,9

Для того чтобы инновационная деятельность была активной и эффективной, необходимо задействовать четыре группы факторов: экономические, технологические, правовые, организационно-управленческие, социально-психологические. Это возможно при создании эффективного организационно-экономического механизма освоения инноваций в отрасли.

Вывод: для повышения активности и эффективности инновационной деятельности необходимо создание эффективного организационно-экономического механизма освоения инноваций

**Литература**

1. Батенева Г.В. Направления развития национальной инновационной системы в современных условиях. / Г.В. Батенева. – 2011.-№1.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010. Стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 996 с.

**Аннотация:**

*Цель исследования: рассмотреть особенности инновационного развития АПК.*

*В статье рассмотрены особенности инновационного развития АПК, выполнен анализ инновационного развития регионов и организаций по производству пищевых продуктов, включая напитки и табак, сделан вывод о необходимости создания эффективного организационно-экономического механизма освоения инноваций в отрасли*

*Вывод: для повышения активности и эффективности инновационной деятельности необходимо создание эффективного организационно-экономического механизма освоения инноваций*

**Abstract:**

*Objective: To examine the features of innovative development of agribusiness.*

*The article describes the features of innovative agricultural development, proceed the analysis of innovation and regional development organizations in manufacturing-operation of food products, beverages and tobacco, concluded that the need for an effective organizational and economic mechanism for innovation in the industry.*

*Conclusion: to increase the activity and effectiveness of innovation activities necessary to create an effective organizational and economic development mechanism innovation*

УДК 005:339.138(075.8)

Шевчук О.Ю.,  
к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
Таврійського державного агротехнологічного університету

## **ВПЛИВ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ (КРАУДСОРСИНГ) НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ**

*Анотація.* Розглянуті сучасні пріоритети маркетингового менеджменту, специфіка краудсорсингу, методичні особливості його використання, позитивні і негативні сторони;

*Ключові слова:* краудсорсинг, конкурентне середовище, маркетингові інтерактивні технології, маркетинговий процес, маркетинговий менеджмент, синергетичний ефект маркетингу.

Сучасні тенденції розвитку оточуючого світу, вимоги конкурентного середовища та його постійні зміни вимагають від системи маркетингу більшої гнучкості та динамічності. Сучасні маркетингові технології, наприклад такі як краудсорсинг, сприяють цьому. Маркетологи успішних підприємств підкреслюють важливість максимально точного знання свого споживача з використанням методів зворотного зв'язку, що відповідають вимогам підприємства. Саме інтерактивні технології спілкування зі споживачем дають змогу максимально вивчити запити споживача. А краудсорсингова технологія дає змогу ще й самому споживачу брати участь у створенні продукту.

Дослідженням і розробками термінології ключових положень маркетингу в процесі розвитку та становлення як науки займалися провідні закордонні та