

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ**

**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА**

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

присвячений 210 річниці від дня народження директора
Головного училища садівництва, професора
Олександра Давидовича Нордмана

Частина V

ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

Умань – 2013

Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва – / Редкол.: О.О.Непочатенко (відп. ред.) та ін. – Умань: 2013. – Ч. V: Економічні та гуманітарні науки. – 190 с.

У збірнику висвітлено результати наукових досліджень, проведених студентами Уманського національного університету садівництва.

Редакційна колегія:

О.О. Непочатенко – доктор техн. наук (*відповідальний редактор*);
В.П. Карпенко – доктор с.-г. наук; (*заступник відповідального редактора*);
А.Ф. Балабак – доктор с.-г. наук; Г.М. Господаренко – доктор с.-г. наук;
З.М. Грицаєнко – доктор с.-г. наук; В.О. Єщенко – доктор с.-г. наук;
В.В. Заморський – доктор с.-г. наук; О.І. Зінченко – доктор с.-г. наук;
П.Г. Копитко – доктор с.-г. наук; Т.Є. Кучеренко – доктор економ. наук;
В.І. Лихацький – доктор с.-г. наук; О.В. Мельник – доктор с.-г. наук;
Ю.О. Нестерчук – доктор економ. наук; Н.М. Осокіна – доктор с.-г. наук;
Ф.М. Парій – доктор біол. наук; Л.О. Рябовол – доктор с.-г. наук;
А.Ю. Токар – доктор с.-г. наук; О.О. Школьний – доктор економ. наук;
В.С. Уланчук – доктор економ. наук; О.І. Улянич – доктор с.-г. наук;
І.А. Бутило – кандидат економ. наук; Ю.О. Величко – кандидат с.-г. наук;
І.В. Крикунов – кандидат с.-г. наук; Н.С. Мамелюк – кандидат пед. наук;
І.В. Прокопчук – кандидат с.-г. наук; О.В. Ролінський – кандидат економ. наук;
С.П. Полторецький – кандидат с.-г. наук (*відповідальний секретар*).

Рекомендовано до друку Вченою радою УНУС,
протокол № 6 від 23 квітня 2013 року.

Адреса редакції:

м. Умань, Черкаської області, вул. Інститутська, 1
Уманський національний університет садівництва, тел.: 4-69-87

© Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2013

ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

<i>Н.Ю. Безкоровайна</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «БЕРЕСТІВЕЦЬ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	10
<i>І.М. Белякова</i>	ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	12
<i>В.І. Білоус</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОСНОВНИХ ГАЛУЗЕЙ ВИРОБНИЦТВА В ТОВ «СЗПТ» САВРАНСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	15
<i>В.В. Біляєва</i>	ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У ТОВ «КИЩЕНЦІ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	17
<i>І.О. Велика</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКЦІЇ.....	19
<i>І.О. Власюк</i>	МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ТА ЇХ РАЦІОНАЛЬНЕ ПОЄДНАННЯ В ДП «РОДНИКІВКА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ, ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	21
<i>Н.В. Волощук</i>	СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	23
<i>І.С. Гаврилюк</i>	МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	25
<i>С.О. Гаврищук</i>	ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	28
<i>І.В. Ганжа</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ.....	29
<i>Н.С. Герасимович</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ....	32
<i>Н.О. Гребенюк</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	34
<i>В.В. Грушовенко</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	36

<i>О.В. Гуляр</i>	ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНО- БУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	38
<i>А.О. Дегтярюк</i>	ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЛІСОПРОДУКЦІЇ.....	41
<i>К.Д. Джугостранська</i>	ЛІКУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ.....	42
<i>С.А. Дем'янишин</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОРАЛЬНОГО І МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ В ТОВ «ПК «ЗОРЯ ПОДІЛЛЯ»» ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	45
<i>С.В. Дишлюк</i>	УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ В СФГ «ПЕТРОВІТ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	48
<i>В.А. Драпак</i>	ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В АГРОФОРМУВАННЯХ УКРАЇНИ.....	50
<i>Т.А. Дробаха</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО».....	52
<i>Л.М. Жвава</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ПП «ДМИТРУШКИ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	54
<i>Н.П. Жолуб</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ТОВ ВНФ «ЗЕЛЕНОГІРСЬКЕ» ЛЮБАШІВСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	56
<i>С.А. Завірюха</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ТОВ «НВП «АГРО-РИТМ».....	58
<i>В.М. Захарченко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ВАТ “ЗВЕНИГОРОДСЬКИЙ СИРОРОБНИЙ КОМБІНАТ”.	61
<i>С.Г. Кифенко</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПРОЦЕСАМИ В ТОВ “СЛАВУТИЧ” ІЛІНЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	63
<i>О.С. Ковальчук</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУ- РЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	66
<i>М.Є. Козловська</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ В ТОВ «КАТЕРИНОПІЛЬСЬКИЙ ЕЛЕВАТОР».....	68

<i>О.В. Кондратюк</i>	ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ КЕРІВНИЦТВОМ ТОВ НВП "АГРО-РИТМ" ІЗ ЗАРУБІЖНИМИ ПАРТНЕРАМИ.....	70
<i>К.О. Коновальчук</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА У ПП «АГРОНІКА» ТЕПЛИЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	72
<i>Л.М. Коренюк</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	74
<i>М.О. Короткова</i>	ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	77
<i>С.О. Кошовий</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТОВ «АГРОВІТ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	79
<i>Т.І. Кравченко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У СТОВ «ІСКРЕНЕ» ІШПОЛЯНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	80
<i>І.В. кузьменко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В СВК «НИВА» ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	82
<i>С.В. Кучер</i>	УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	83
<i>В.О. Левченко</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИКЛАДІ ДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО».	86
<i>Н.А. Левченко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ С.-Г. ПРОДУКЦІЇ У ПСП «ІМ. ГЕТЬМАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО» ЛІСЯНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	87
<i>А.С. Любарець</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ТОВ «ДУБОВА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	89
<i>В.В. Манолій</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ В ТОВ НВП „АГРО-РИТМ” ЛЮБАШІВСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	91
<i>К.І. Мосціпан</i>	УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТОВ «ІНТЕРАГРОІНВЕСТ» СТАВИЩЕНСЬКОГО РАЙОНУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	94

<i>О.М. Мостовий</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО – ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПК «ЗОРЯ ПОДІЛЛЯ» ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	96
<i>Н.В. Невлад</i>	УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	98
<i>В.А. Немировська</i>	РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМ РИЗИКОМ ЗОВНІШНЬОЕКОНО- МІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	101
<i>М.О. Непотрібна</i>	ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПАТ «ЗВЕНИГОРОДСЬКИЙ СИРОРОБНИЙ КОМБІНАТ».....	103
<i>О.А. Овчарук</i>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	105
<i>А.С. Олександрук</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ АКПП «ПЕРЕМОГА» ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ...	107
<i>М.С. Олійник</i>	ДЕЯКІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ТОВ «ПОЛЯНЕЦЬКЕ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	109
<i>І.І. Онуфрак</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В ПОСП «СВОБОДА» КРИВООЗЕРСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	111
<i>Т.В. Опришанська</i>	УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРАТ «ЯМПІЛЬСЬКИЙ ПРИЛАДОБУДІВНИЙ ЗАВОД».....	113
<i>І.О. Панчоха</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА В ПРАТ «ЗЕРНОПРОДУКТ МХП» ТЕПЛИЦЬКОЇ ФІЛІЇ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	116
<i>Н.В. Парубок</i>	СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖ- МЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	118
<i>І.Б. Пирожак</i>	РОЛЬ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУК- ЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ЕКСПОРТНО ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	120

<i>І.О. Побережна</i>	СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИК- ЛАДІ ТОВ «УМАНЬПИВО» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	122
<i>А.М. Погорілець</i>	АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ В СТОВ «КОЛОС» ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	124
<i>І. Почапська</i>	СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	127
<i>Р.В. Пташник</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В ПРАТ «РАЙЗ – МАКСИМКО» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	129
<i>О.О. Пукай</i>	ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ТОВ «КИЩЕНЦІ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	131
<i>А.І. Пустомитенко</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ ЗАВОД ЗАЛІЗОБЕТОННИХ ВИРОБІВ».....	133
<i>Т.П. Ревко</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ В ТОВ «АФ «ОРАДІВКА» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ..	135
<i>В.М. Сагайдак</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ У ТОВ «НЕМИРІВСЬКИЙ КХП».....	138
<i>В.В. Сагірова</i>	ПРИВАБЛИВІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ.....	139
<i>Л.І. Семенюк</i>	ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ.....	141
<i>К.П. Сизоненко</i>	ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ В ДП «ІЛЛІЧ – АГРО УМАНЬ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	143
<i>І.С. Сирбу</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ В ПП «ДМИТРУШКИ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	145

Д.В. Сінько	ВНУТРІШНІ ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО КОМЕРЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОВ «НВП «АГРО-РИТМ» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН.....	147
І.І. Сіренко	УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	149
І.І. Слонь	УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПОСП «УМАНСЬКИЙ ТЕПЛИЧНИЙ КОМБІНАТ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	152
О.Л. Смаглюк	ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ І ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ У ТОВ «РАЙЗ-ПІВДЕНЬ» ОЧАКІВСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.	154
О.О. Смілянець	ОСОБЛИВОСТІ ОХОРОНИ ПРАЦІ ЖІНОК В УКРАЇНІ....	156
Ю.В. Стефко	УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПОСП „ВІКТОРІЯ” ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ”	158
В.С. Сухов	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	160
Т.С. Талібова	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПП «УХОЖАНИ» БАЛТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	163
Ю.А. Талімончик	ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА СТОВ «АФ «КОПЕНКУВАТЕ» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	165
А.Г. Трачук	УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ТОВ «АГРОФІРМА«ДЖУЛИНКА» БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	167
А.С. Тржецяк	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО».....	169
Б.К. Федун	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ – ВАЖЛИВИЙ РЕЗЕРВ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ.....	172

<i>В. Хазова</i>	ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПОСП «УМАНСЬКИЙ ТЕПЛИЧНИЙ КОМБІНАТ».....	175
<i>М.А. Хоменко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО- ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СВК «ВЕСЕЛИЙ КУТ» ТАЛЬНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	177
<i>Б. Чепак</i>	УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В СФГ «ПЕТРОВІТ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	179
<i>О.В. Щербенко</i>	РОЛЬ ПРОЕКТІВ МІЖНАРОДНОЇ ТЕХНІЧНОЇ ДОПОМОГИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	182
<i>Ю.Б. Шпак</i>	АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	184
<i>Т.В. Юрченко</i>	СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМАНСЬКІЙ ФІЛІЇ ПРАТ «РАЙЗ-МАКСИМКО» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	185

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «БЕРЕСТИВЕЦЬ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Н.Ю. БЕЗКОРОВАЙНА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент, ВАСИЛЕНКО О.П.**

Реалізація сільськогосподарської продукції багато в чому визначає процес організації виробництва і в цілому діяльність підприємства. Оскільки ефективна реалізація сільськогосподарської продукції дозволяє забезпечити стабільність виробництва, високі показники господарської діяльності і позначити шляхи розвитку підприємства, можна констатувати актуальність дослідження процесів організації та удосконалення збутової діяльності.

У дослідження проблем збутової діяльності вагомий внесок зробили вітчизняні вчені: Л. Балабанова, А. Балабаниць, О. Кузьмін, Є. Ромат, О. Майборода, Н. Тарнавська, Р. Ларіна, Є. Ромат, Л. Синило, В. Шляков, Л. Місюра, П.Шеремета та ін.. В працях цих та інших українських науковців достатньо глибоко досліджено структуру збутової системи, принципи її функціонування, основні засади використання маркетингових комунікацій.

В умовах ринкових відносин особливе місце займає маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства, націлена на ефективне задоволення споживчого попиту.

Відмічають такі особливості агромаркетингу, які необхідно враховувати при розробці маркетингових заходів в сільськогосподарському підприємстві:

- залежність результатів маркетингової діяльності від природних умов зумовлює необхідність розробки моделей виробничо-збутової діяльності з орієнтованими розрахунками;
- обмеженість пропозиції природних ресурсів й агросировини;
- роль і значення товару, виробленого аграрним підприємством;
- виробництво одного виду продукції багатьма товаровиробниками та невелика частка ринку спричиняє незахищеність окремого товаровиробника;
- продукція сільського господарства дуже громіздка, що зумовлює труднощі при транспортуванні та зберіганні, потребує розвитку системи зберігання, переробки, реалізації в максимально стислий термін;
- сезонність виробництва й одержання продуктів сільськогосподарського виробництва;
- залежність результатів маркетингової та виробничої діяльності від якості та інтенсивності використання землі.

Застосування основних елементів маркетингу сільськогосподарськими товаровиробниками дає можливість підвищити ефективність прийняття управлінських рішень і, отже, підвищити ефективність виробництва в цілому для досягнення високих фінансових результатів від виробничої діяльності. В даний час тільки той, хто має можливість отримувати, і вміє аналізувати інформацію про стан ринкового середовища здатний ефективно займатися виробництвом та іншими видами діяльності.

Додаток 1. Канали та об'єкти збуту продукції ТОВ «Інвестлісінг» з м'ясного ринку Тернопільської області

Назва продукції	Реалізовано, всього		Напрями реалізації									
			Переробним підприємствам		Населенню в рахунок оплати праці		Пайовикам в рахунок орендної плати за землею		На ринку, через власні магазини		За іншими каналами реалізації	
	Кількість, ц	Вартість, грн	Кількість, ц	Вартість, грн	Кількість, ц	Вартість, грн	Кількість, ц	Вартість, грн	Кількість, ц	Вартість, грн	Кількість, ц	Вартість, грн
2010 р.												
зернові	71486	10965104			1	280			2887	307067	68598	1065775
зернобобові	3400	837500									3400	837500
олійні	15945	5426312							231	52738	15714	5373574
свині	429	613642	322	487126	25	28396			75	89132	7	8988
вівці												
2011 р.												
зернові	41377	6629414			7	1083			2650	194964	39454	4697717
зернобобові	10079	2079219							175	45226	9170	3769673
олійні	9345	3814899										
свині	729	863625	308	415348	23	24589			312	295206	86	128482
вівці	1	297			1	297						
2012 р.												
зернові	54834	5048359			5	537	65	5209	9871	868455	44893	4174158
зернобобові	16768	4157212										
олійні	722	693127	69	77518	14	19581			902	208333	15866	3948879
свині									639	596028		
вівці	2	798			2	798						

Збут є завершальною стадією господарської діяльності товаровиробника, але в ринкових умовах планування збуту передують виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку і можливостей підприємства виробляти продукцію, що користується попитом, а також у складанні планів продажів, на основі яких мають формуватися плани постачання і виробництва.

Метою наших досліджень є процес збуту та розробка шляхів удосконалення управління ним у ТОВ «Берестівець» Уманського району Черкаської області.

Вибір каналу збуту є одним із головних стратегічних рішень у сфері організації збуту продукції підприємства, адже від правильного прийняття рішення залежить успіх у просуванні товару на ринок.

Продукція ТОВ «Берестівець» (зернові та зернобобові, соняшник та ін.) закуповується здебільшого великими партіями і відноситься до негабаритних товарів.

З даних таблиці ми бачимо, що в структурі каналів реалізації найбільша кількість продукції ТОВ «Берестівець», зокрема 95,5% зернових та зернобобових, реалізується торгово-посередницьким структурам. Незначна кількість продукції реалізовується на ринку та населенню в рахунок оплати праці. Переробним підприємствам реалізується лише продукція тваринництва.

Ця ситуація викликана особливостями існуючої системи оподаткування, економією на збутових витратах, наявністю системи стимулювання з боку торгово-посередницьких структур та недостатньою кількістю приміщень для зберігання вирощеної сільськогосподарської продукції.

Однією з умов ефективної і вдалої співпраці в межах ланцюга постачання зерна є високий рівень обізнаності його учасників з вимогами партнерів та умовами співпраці з ними.

Для ТОВ «Берестівець» перспективним є об'єднання в сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, що дало б можливість формувати великі товарні партії зерна вищої якості, знижувати витрати обігу та реалізовувати продукцію за нульовим каналом.

Перевагами створення сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу є:

- 1) Можливість користуватися послугами з транспортування, очищення, сушіння, та зберігання зерна за економічно обґрунтованими цінами;
- 2) Формування великих товарних партій зерна без залучення посередників та його продаж за вищими цінами та в період найбільш сприятливої ринкової кон'юнктури;
- 3) Залучення до управління збутовою діяльністю кваліфікованих спеціалістів з пошуку найбільш прибуткових каналів збуту продукції;
- 4) Отримання документів на зерно, виданих сертифікованим кооперативним елеватором, як ліквідної застави для одержання кредитів у комерційних банках, а також при здійсненні форвардних, спотових та заставних операцій з Аграрним фондом України.

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

І.М. БЕЛЯКОВА, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМЕНКО Л.В.

Сучасний розвиток агропромислового комплексу економіки переважно ґрунтується на широкому впровадженні новітніх інноваційних технологій, спрямованих на збільшення обсягів виробництва нової, якісної та конкурентоспроможної продукції як для внутрішнього так і для зовнішнього ринку. Основним завданням виробництва

сільськогосподарського машинобудування є забезпечення агропромислового комплексу країни технічними засобами – машинами, механізмами, обладнанням, устаткуванням та запасними частинами до них. За період трансформації в економіці України серед видів машинобудування, виробництво сільськогосподарських машин постраждало найбільше. Невідповідність даних підприємств потребам ринку призвела до їх фінансової неефективності. Тому проблема підвищення рівня конкурентоспроможності експортоорієнтованої продукції вітчизняних підприємств є актуальним питанням.

Дослідження поняття "експортного потенціалу" здійснювали багато зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема: Азоєв Г.Л., Зав'ялов П.С., Райзберг Б.А., Кіперман Г. Я., Макконнел К.Р., Брю С.Л., Маршалл А., Перцовський Н.І., Фатхутдінов Р.А. та ін.

Машинобудування України перебуває у складному фінансовому становищі. Кількість збиткових підприємств зростає з кожним роком. Відбулося погіршення експортно-імпортних відносин. Несприятливі тенденції, які склалися у зовнішній торгівлі України товарами машинобудівного підкомплексу не залишають сумнівів в тому, що необхідною умовою щодо інтенсифікації зовнішньоторговельної діяльності країни на сучасному етапі економічної депресії стає, перш за все, підвищення ефективності використання її експортного потенціалу.

Виробничий та експортний потенціал машинобудівного підкомплексу формують 20 великих підприємств, що виготовляють сільськогосподарську техніку. Зокрема це ПАТ «Ірпінмаш», ПАТ «Червона зірка», ПАТ «Галещина машзавод», ПАТ «Уманьферммаш», Тернопільський комбайновий завод, ВАТ «Токмакський ковально-штамповий завод», ВАТ «Вишевичі Агротехніка», ВАТ «Шепетівський культиваторний завод», ПАТ «Восход», ПАТ «БілоцерківМаз» та інші. В умовах ринкової економіки діяльність кожного підприємства залежить від сукупності факторів, які впливають на процес управління підприємством, економічним розвитком, функціонуванням у конкурентоспроможному середовищі та взаємовідносинами зі споживачами.

В Україні частка машинобудівного комплексу складає приблизно 15% загального обсягу промислової продукції. Це досить незначний відсоток порівняно з розвиненими країнами. Наприклад, у Японії, Німеччині, США питома вага машинобудування у промисловій структурі становить від 40 до 50%. Незважаючи на те, що вітчизняне машинобудування забезпечує лише близько 67% місткості внутрішнього ринку, майже половина вітчизняної машинобудівної продукції є експортоорієнтованою.

У структурі експорту вітчизняного машинобудування основну його частину становить продукція подетальної технологічної спеціалізації, в той час як рівень готової продукції є надзвичайно низьким. При цьому експорт недиверсифікований і припадає переважно на країни СНД (насамперед Росію). Це стало причиною того, що нині вітчизняний експорт має дуже обмежену номенклатуру продукції машинобудування. Крім цього, в українському машинобудуванні існує ряд проблем, серед яких низька конкурентоспроможність продукції, відсутність системи страхування експорту та надання експортних гарантій, морально та фізично застарілі виробничі потужності (70% обладнання експлуатується 15 років і більше), високий рівень зношеності основних фондів тощо.

Дослідження фінансових показників діяльності ринку машинобудування за період 2001-2012 рр. свідчить, що частка виробництва сільгоспмашин в загальному обсязі машинобудівної продукції скоротилась із 8,7% у 2001 р. до 4,3% у 2012 р. Значно зменшилась наявність техніки, майже 90% якої за нормативами відпрацювали більше одного строку експлуатації. Тому, внаслідок неповноцінного забезпечення сільського господарства технікою Україна щорічно втрачає понад 5млн. т врожаю.

Господарська діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування характеризується такими ускладнюючими факторами:

- низькі попит та платоспроможність споживачів, зумовлені кризою сільського господарства. Низька купівельна спроможність сільськогосподарських товаровиробників призвела до того, що обсяги продажів сільгосптехніки за останні 10 років скоротились у 10-20 разів і більше, а окремих машин – зовсім припинились;

- відсутність належної державної підтримки виробників та споживачів техніки для сільського господарства. Дотації на сільськогосподарську продукцію різко скоротилися, що призвело до кризової ситуації у сфері машинобудування.

Сільськогосподарське машинобудування є високоінтегрованою галуззю і характеризується глобалізацією, яка постійно наростає. Більшість великих продуцентів – John Deere, Case, New Holland (CNH Global), AGCO Corporation – є транснаціональними корпораціями, які мають спільні виробничі або складальні підприємства в усьому світі. Інші компанії, які не виготовляють своєї техніки на зарубіжних підприємствах, мають у багатьох країнах своїх торговельних агентів і канали збуту продукції

Відставання машинобудівників від закордонних фірм особливо проявилось після того, як на вітчизняному ринку технічних засобів з'явилися машини американських, німецьких, французьких фірм. За цих умов розвиток сільськогосподарського машинобудування і виведення його продукції на рівень світових стандартів неможливий без технічного і технологічного переоснащення вітчизняних заводів.

Отже, за останні 10-12 років стан ринку сільськогосподарської техніки значно погіршився й нині оцінюється як кризовий. Головними факторами які справляють стримуючий вплив на збут української сільськогосподарської техніки є низька конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції, важкий фінансовий стан, недостатній розвиток вітчизняних систем сертифікації і контролю якості експортної продукції, низька підготовка спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності, нестабільність нормативної бази країни. Тому стратегічна мета матеріально-технічного забезпечення товаровиробників у ринкових умовах повинна спрямовуватися на відтворення й розвиток виробничо-технічної бази аграрного виробництва, комплексної механізації та автоматизації технологічних процесів на основі вітчизняного сільськогосподарського машинобудування.

Основними шляхами удосконалення конкурентоспроможності експортоорієнтованої продукції сільськогосподарського машинобудування мають стати:

1. Підвищення конкурентоспроможності експортоорієнтованої продукції. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість продукції, відповідно до сучасних міжнародних вимог.

2. Покращення стандартизації та сертифікації виробів. Для підприємств сільськогосподарського машинобудування є досить ефективним розробка нових зразків продукції та системи сертифікації, яка дозволяє розширювати коло надійних партнерів на зовнішньому ринку та підвищувати конкурентоздатність продукції.

3. Розширення рекламної діяльності та підвищення участі в міжнародних виставках. Зокрема, програма Міжнародного Форуму з питань ведення рентабельного високоефективного сільськогосподарського виробництва ІнтерАГРО є одним із напрямків розширення зовнішніх ринків збуту продукції. Це можливість підприємства заявити про себе на міжнародному рівні;

4. Потрібно вивчити ефективність організації та проведення сезонних розпродаж зі знижками в ціні та розробити гнучку систему знижок і кредитування для оптових покупців.

Отже, основними напрямками вдосконалення експортної діяльності сільськогосподарського машинобудування є: покращення ресурсно-сировинної бази, якісних характеристик техніки; впровадження новітніх технологій у виробництво, ефективних маркетингових заходів щодо просування продукції; заохочення інвесторів;

формування кадрів, спроможних швидко реагувати на зміни кон'юнктури на світовому ринку та посилювати конкурентні переваги. Варто уважно стежити за змінами кон'юнктури ринку збуту, зважати на цінову політику конкурентів та за можливістю комплексно відстежувати їхню діяльність. Врахування всіх переваг та недоліків при виході на зовнішні ринки допоможе підвищити експортний потенціал, а отже, і гарантувати ефективний розвиток підприємств сільськогосподарського машинобудування.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОСНОВНИХ ГАЛУЗЕЙ ВИРОБНИЦТВА В ТОВ «СЗПТ» САВРАНЬСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В.І. БІЛОУС, студ. V курсу

Науковий керівник: професор БУРИК А.Ф.

Матеріальне стимулювання праці працівників є складовою частиною процесу ринкового механізму. Важко переоцінити її роль у підвищенні трудової активності працівника, результативності виробництва, у сільськогосподарської організації. Вибір форм і систем оплати праці нерідко диктують особливості сільськогосподарського виробництва, економіка галузі й країни загалом. Кінцевий результат господарської діяльності підприємства залежить від наявності у нього ресурсів та ефективності їх використання, який визначається, в першу чергу, відношенням людей до праці, формами та методами трудової мотивації. У процесі вирішення зазначеної проблеми керівництво підприємств найчастіше забуває про людський фактор. А від праці кожної окремої людини залежить успішна економічна діяльність країни в цілому. Особливе місце в цьому питанні займає питома вага витрат на природоохоронну діяльність, яка необхідна для заохочення, стимулювання, мотивації робітників та їх виробничих ініціатив. В останні роки відбулися суттєві зміни у системі матеріального стимулювання, але й помітно збільшились розміри підприємства та його підрозділів, посилюється автономність суб'єкта господарювання. Недосконала організація виробництва негативно впливає на економічну ефективність господарювання та позначається на всіх показниках господарської діяльності аграрних підприємств. Це можна прослідкувати на базі ТОВ «СЗПТ» Савранського району Одеської області.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Савранський завод продовольчих товарів» діє на підставі Статуту, Цивільного та Господарського Кодексів України, Закону України «Про господарські Товариства». Товариство є правонаступником Савранського комбікормового заводу.

Місцезнаходження Товариства: Україна, 66200, Одеська область, Савранський район, смт. Саврань, вул. Степова, 1.

З даних таблиці 1 видно, що більшість показників господарської діяльності ТОВ «СЗПТ» мають тенденцію до зниження, що свідчить про зниження економічної ефективності господарювання. Так, протягом останніх трьох років господарство зазнає лише збитків. Це є наслідком, насамперед, недосконалої організації управління виробництвом та організації виробничих процесів також впливає на матеріальне стимулювання працівників основних галузей виробництва.

Протягом 2009 – 2011 років спостерігається тенденція до збільшення загальної кількості трудових ресурсів на 117,6% або на 29 працівники. Головною галуззю товариства є рослинництво.

В середньому за 3 роки продукція рослинництва складає 96,8% всієї товарної

продукції, з яких зернові – 33,7%, озима пшениця – 12,0%, соя – 0,025%, ріпак озимий – 12,9,65%, а соняшник – 19,6%. Тому можна стверджувати, що виробничий напрямок господарства – зерновий. При цьому господарство має коефіцієнт спеціалізації на рівні 98,8%, що свідчить про високий рівень спеціалізації.

1. Основні показники господарської діяльності ТОВ «СЗПТ»

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. у% до 2009 р.
Виробництво валової продукції, тис. грн.	13519,00	15636,00	15953,00	118,4
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	22850	53501	25551	111,8
Матеріально-грошові витрати, тис.грн.	16722	18477	22892	136,9
Оплата праці, тис. грн.	4567	5299	3283	71,8
Кількість працівників, чол.	165	184	194	117,6
Середньомісячна заробітна плата, грн.	2300	2390	1410	61,3
Прибуток, тис. грн.	5590	19854	402	7,19
Рентабельність, %	16,11	64,62	1,91	- 14,2
Прибуток на: 1 працюючого, тис. грн.	33,87	107,0	2,07	6,11
на 1 га ріллі, тис. грн.	0,61	2,16	0,04	6,55

У господарстві щорічно закупляють насіння озимої пшениці і соняшнику із розсадника розмноження. На деяких полях застосовуються сидеральні добрива. В звітному році було закуплено засобів захисту рослин і тварин на суму 468,2 тис. грн., або в розрахунку на 1 га – 147,5 грн. Підприємство має постійні контакти як з постачальниками сировини так і споживачами сільськогосподарської продукції.

В товаристві є 4 бригади. Трактористам та машиністам, залежно від їх знань і досвіду роботи, присвоюється I, II і III класи кваліфікацій згідно з Положенням про атестацію трактористів-машиністів. Надбавки за класність виплачують до заробітку на механізованих роботах, які оплачуються по тарифних ставках трактористів-машиністів: I класу – 20%, II класу – 10%. Проте, наприклад, оплата праці 1 механізатора зменшилась на 50 грн. порівняно з 2010 роком і становила 1350 грн., в той час як середня зарплата механізатора в найкращому господарстві району склала 1540,78 грн. Аналіз структури кваліфікаційного складу механізаторів показує, що кількість працівників I класу найменша (45 чоловік), II класу – 60 чоловік, III класу – 79 чоловік.

Для поліпшення ситуації слід здійснити певні зміни в системі матеріального стимулювання працівників господарства. На нашу думку, основні дії щодо удосконалення системи матеріального стимулювання працівників це насамперед заохочення людей які працюють за наймом, розраховують, перш за все, на матеріальну винагороду. Тому внутріфінансова система оплати праці (СОТ), стимулювання і мотивації співробітників в будь-якій компанії повинна бути спрямована на заохочення продуктивності, творчості, старанності і ініціативності – всіх тих якостей, які сприяють ефективній діяльності і призводять до досягнення стратегічних цілей підприємства.

СОТ має зацікавити співробітників служб ТОВ «СЗПТ», підвищувати якість сервісу, що надається, а також стимулювати фахівців до розвитку і підвищенню їх професіоналізму.

Співробітникам, які здійснюють свою діяльність в рамках організації праці та управлінської діяльності, премії рекомендовано виплачувати у вигляді однакової фіксованої суми всім працівникам компанії незалежно від посади. Такий бонус завжди вітається персоналом і значно підвищує лояльність до товариства.

Для співробітників функціональних підрозділів, які не беруть участь безпосередньо

в процесі і рядовим виконавцям слід виплачувати премію або комісійні щомісячно за виконання роботи відповідно до встановлених термінів виконання.

Також щомісяця необхідно виплачувати керівникам середньої ланки, тому що організована ними робота підлеглих дає плоди лише через якийсь час. Сюди ж можна віднести і проектні бонуси або премії за виконання окремих великих завдань, досягнення яких передбачає організацію робіт і зусиль співробітників протягом певного періоду. Керівникам вищої ланки пропонується преміювання за результатами діяльності товариства за рік.

Розроблена система преміювання за своєю суттю є формою заохочення за досягнення певних результатів, виконання встановлених оціночних показників та умов виплати премій.

Основні рекомендацією щодо покращення мотиваційного процесу та запобігання де мотивації: надання максимум реалістичною інформації в процесі відбору, формування реалістичних очікувань, управління персоналом за цілями, постановка реальних цілей, поділ складних цілей на короткострокові етапи, активне використання додаткових навичок співробітників, увагу до ідей і пропозицій співробітників, формування організаційної культури, розвиток у співробітників почуття приналежності до організації, заохочення і оцінка досягнень співробітників, розвиток системи управління кар'єрою.

Лише виконання вище зазначених умов дасть змогу покращити систему матеріального стимулювання працівників основних галузей виробництва в ТОВ «СЗПТ» що суттєво вплине на організацію управління виробництвом, та стати конкурентоспроможними на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках, адже ефективна організація виробничих процесів створює гарні передумови до зростання ефективності та прибутковості виробництва.

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ У ТОВ «КИЩЕНЦІ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**В.В. БІЛЯЄВА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: професор БУРИК А.Ф.**

Орієнтація на здійснення якісних та динамічних змін в аграрному секторі національної економіки потребує наукового обґрунтування такої системи мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств, яка сприяла б динамічному розвитку агропромислового виробництва, підвищенню конкурентоспроможності галузі, інтеграції вітчизняних підприємств та їх об'єднань до світового господарського простору. Це передбачає встановлення залежності розмірів винагороди за працю від особистого трудового внеску, ступеня соціальної та екологічної відповідальності перед суспільством. Для цього слід сформувати ефективну систему мотивації праці персоналу, що відповідає ринковим умовам господарювання, і тим самим забезпечити успішну діяльність і розвиток підприємства на ринку.

Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі відомі вчені минулого та сучасності, як К. Альдефер, В. Врум, В. Данюк, В. Гриньова, О. Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, О. Єськов, Й. Завадський, Т. Завіновська, М. Карлін, А. Колот, В. Пономаренко, О. Пушкар, Л. Червинська та ін.

Метою дослідження є виявлення провідних мотивів і обґрунтування необхідності створення та використання ефективної системи мотивації праці сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є процес вдосконалення мотивації праці у ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області.

В даному господарстві основний напрямок розвитку – зерновий з розвинутим скотарством. Земельний фонд товариства станом на 1 січня 2012 року складає 9984 га, з них 100% займає рілля. Середньорічна чисельність працівників – 218 осіб, фонд оплати праці 4886,9 тис. грн. (табл. 1).

У ТОВ «Кишенці» заробітна плата має таку структуру:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- інші заохочувальні та компенсаційні виплати (преміювання).

1. Фонд оплати праці працівників ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Середньорічна чисельність, чол.	44	107	218
Річний фонд оплати праці, тис. грн.	1682,0	4282,2	4886,9
Середньомісячна оплата праці, грн.	3185,6	3335,0	1867,7



Рис. 1. Рекомендована комплексна модель мотивації персоналу для ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області

В ході дослідження було виявлено низку проблем, які зменшують ефективність підприємства в цілому, такі як: занадто малі премії за своєчасно виконану роботу та повна відсутність морального стимулювання робітників.

Домінуючою складовою частиною механізму мотивації праці є матеріальна винагорода за докладені ними зусилля для досягнення організаційних цілей.

Ми вважаємо, що заробітна плата є найбільш дійовим інструментом активізації людського фактору та використання трудового потенціалу. При цьому використання існуючого кваліфікаційного і творчого потенціалу працівників має повністю залежати від наукової обґрунтованості і вибору методів ув'язки заробітної плати з кваліфікацією, змістом виконуваної роботи, результатами праці й умовами, в яких вона здійснюється.

Рекомендована комплексна модель мотивації персоналу для ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області представлена на рис. 1.

Запропонована система мотивації з використанням мотиваційного профілю і мотиваційного потенціалу хоч і трудомістка, але ефективна, за її правильного застосування. Проте, не можна застосовувати подібні методи мотивації до некваліфікованих працівників та до працівників, що не становлять цінності для підприємства, оскільки в такому випадку витрати на впровадження даної системи будуть не виправданими.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКЦІЇ

**І.О. ВЕЛИКА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: д.е.н., професор ШКОЛЬНИЙ О.О.**

Ланцюги постачання на підприємстві створюються з метою забезпечення постачання продукції в заданий час в потрібній кількості та з максимально можливою якістю та за мінімальних витрат. Так, з метою вдосконалення вже існуючої логістичної системи як в перспективі, так і в реальному часі необхідно удосконалити управління ланцюгами постачання. На сучасному ринку майже кожне підприємство повинне боротися в складних конкурентних умовах, стикаючись з безліччю конфліктуючих потреб споживачів. Тож корисним буде розгляд таких питань, як основні завдання удосконалення управління ЛС підприємства, принципи, вимоги щодо його ефективності. Актуальним також є питання значення інформації при дослідженні, аналізі, побудові, впровадженні та функціонуванні досліджуваного механізму.

Питанням управління логістикою на підприємстві присвячені дослідження таких науковців як Гаврілов Д.А., Іванов Д.А., Крикавський Є.В., Кузнецов В.Г., Лозовський Л.Ш., Ніколайчук В.Е., Ремко В. Х., Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б..

Із встановленням поняття „логістична система” науковці почали вивчати нові поняття: „управління логістикою”, „система управління ланцюгами постачання”. Так авторами відзначено, що логістика – це управління двома основними потоками: матеріальним та інформаційним. Більш загальним є саме поняття „управління ланцюгами постачання”, що містить в собі задачу „управління логістикою” [6, с. 6]. Було виконано аналіз способів управління логістикою на провідних фірмах (підприємствах) [2, с. 24–25]. Так, стосовно структури ТОВ «Седна-агро», мною було виділено такі аспекти, як стале володіння формальною організацією логістики, надання переваги централізованому контролю, поширення обов'язків за рахунок тих, що не належать до компетенції логістики тощо. Відносно стратегії досліджуваного мною підприємства розглядають такі ознаки, як: більш широке користування послугами третіх осіб; прагнення до гнучкості виконання замовлень споживача; спрямованість на збільшення його задоволеності, а також утримання рівня прихильності покупців щодо послуг на відповідному рівні тощо.

Метою дослідження є розгляд основних питань щодо управління логістичною системою підприємства, а саме: основних принципів формування ЛС, формулювання основних даних, які враховуються під час її створення, етапів становлення на підприємстві, завдань, які вона повинна виконувати, та виділення вимог, що висуваються під час її формування.

Ідея логістичного підходу в управлінні підприємствами також супроводжується розвитком та впровадженням на підприємствах логістичної системи. На ТОВ «Седна-агро», при становленні логістичної системи, в першу чергу формувались бази даних, де описувались основні характеристики середовища створюваної логістичної системи – виробників засобів захисту рослин та насіння, дистриб'юторів та сільськогосподарських підприємств. Виділивши основні завдання створюваної логістичної системи, визначили і методи та принципи моделювання (формування або створення) ЛС. Пройшовши теоретичну частину, безпосередньо будували ланцюги постачання та тестували отримані результати, а за необхідності доопрацьовували. Після всіх перерахованих вище етапів керівництво впровадило ЛС на підприємстві.

Формування логістичної системи на ТОВ «Седна-агро» відбувалось згідно з такими принципами: принцип стійкості та адаптивності (логістична система повинна стійко працювати у разі допустимих відхилень параметрів та факторів внутрішнього та зовнішнього середовища), загальносистемна оптимізація (для досягнення глобальних цілей системи узгоджуються локальні цілі функціональних елементів ЛС), використання системного підходу (для досягнення єдиної мети елементи логістичної системи розглядаються як взаємопов'язані та взаємодіючі), узгодженість ресурсних, технічних, інформаційних та інших характеристик логістичної системи.

Для ефективного функціонування логістичної системи необхідне її постійне удосконалення. На ТОВ «Седна-агро», де вже створений логістичний відділ, виконання таких завдань як розробка та впровадження нових організаційно-економічних схем взаємодії об'єктів системи, розробка правил та принципів їх взаємодії, удосконалення системи інформаційної підтримки [2], значно підвищить організованість роботи ланцюгів постачань і відповідно задоволеність клієнтів та збільшення прибутковості від наданих послуг.

Досвід використання логістичного підходу в діяльності різних підприємств показує, що він дає змогу скоротити запаси продукції у виробництві, при постачанні та збуті. На сьогодні одним з важливих завдань управління ланцюгами постачань підприємства є ефективне використання людського фактора, оскільки при організації логістичного процесу висуваються особливі вимоги до працівників, які беруть участь у виробництві (організації, плануванні та управлінні).

У результаті проведених досліджень можна зробити висновки, що при ефективному удосконаленні управління ланцюгами постачань на підприємстві слід враховувати фактори: попит, ціна на товари і послуги, постійне оновлення інформаційної бази, ведення або виведення з ладу наявних транспортних каналів, зміни транспортних тарифів і відповідно характер виконання логістичних операцій повинен змінюватись впродовж функціонування системи під впливом зовнішніх умов, що також змінюються. Лише завдяки ретельному дослідженню різних сфер логістичної системи можливе чітке поставлення цілей та їх розуміння. Все це дає нам можливість сформулювати основні принципи логістичної системи та удосконалити управління ланцюгами постачань на підприємстві.

Список використаних джерел:

- 1 Гаврилов Д.А. Управление производством на базе стандарта MRP II./ Д.А. Гаврилов– 2-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
- 2 Крикавський Є.В. Логістика: Основи теорії: Підручник для вищ. навч. Закладів

напряму „Менеджмент” / Євген Крикавський; Нац. ун-т „Львівська політехніка”. – Львів: Інтелект-Захід, 2004. – 414 с.

3 Ніколайчук В.Е., Логистика: теория и практика управления: Учебн. пособие./ В.Е. Ніколайчук, В. Г. Кузнецов; Донецк: НОРД–ПРЕСС, 2006. – 540

4 Райзберг Б.А., Современный экономический словарь./Б.А.Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 480 с.

5 Харрісон Алан. Управління логістикою: Розробка стратегій логістичних операцій / А.Харрісон, В. Х. Ремко. Пер. з англ.; За наук. ред. О.Є. Міхейцева. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. –368 с.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ТА ЇХ РАЦІОНАЛЬНЕ ПОЄДНАННЯ В ДП «РОДНИКІВКА» УМАНЬСЬКОГО РАЙОНУ, ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.О. ВЛАСЮК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ВАСИЛЕНКО О.П.**

Основний зміст процесу управління виявляється в здійсненні безпосереднього цілеспрямованого впливу суб'єкта управління на об'єкт управління за допомогою відповідного механізму. В процесі такого впливу практично реалізуються цілі, завдання, функції, принципи та методи, які і складають зміст механізму управління. Досить важливе місце серед складових механізму управління посідають методи управління, за допомогою яких реалізуються функції управління. Ефективність управління соціальними системами, діяльністю органів, підприємств, установ, служб багато в чому залежить від правильного вибору сполучення методів, які використовуються в його процесі. Для цього потрібне глибоке розуміння сутності методу управління.

Питаннями аналізу та вдосконалення методів управління займалися багато вчених, а саме: Аппенянський А.І., Балабанов І.Т., Бреддик У., Герчікова І.Н., Зигерт В., Ланг Л., Завадський Й.С., Мельник В.В., Амбросов Н.А.

Усі методи, які використовуються в процесі управління підприємством, практично пов'язані між собою, доповнюють один одного, використовуються в органічній єдності. Мистецтво керівника якраз і полягає в тому, щоб із усього комплексу методів управління вибрати найбільш дієві, які надійно ведуть до мети, скласти їх гнучку комбінацію та використовувати її, віддаючи перевагу то одному, то іншому залежно від ситуації. Правильне, розумне поєднання різних методів є одним із важливих напрямів удосконалення управління на сучасному етапі розвитку господарства.

Існує така класифікація методів:

1. Економічні методи управління;
2. Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи управління;
3. Соціально-психологічні методи управління.

Отже, метод управління – це спосіб організуючого впливу суб'єкта управління на керовану систему або конкретний об'єкт управління, за допомогою якого реалізуються функції, вирішуються поставлені завдання, досягаються цілі. При цьому безпосередній зміст методу управління може бути встановлений лише в зв'язку з об'єктом його прикладення. Об'єктом дослідження виступають методи управління виробництвом і їх раціональне поєднання в ДП «Родниківка» Уманського району, Черкаської області.

За останні роки площа сільськогосподарських угідь підприємства залишається сталою і становить 1962,00 га. Посівна площа щороку зменшувалась, це пов'язано зі зменшенням кормової бази та потужностей підприємства. Валове виробництво продукції

у 2011 році становить 9688,37 тис. грн. Це на 7407,28 тис. грн.. більше, ніж у 2010 році (2281,09 тис. грн.) і на 7016,35 тис. грн. більше, ніж у 2009 році (2672,02 тис. грн.). Зокрема, ці показники пропорційно змінювались, як у тваринництві, так і в рослинництві. Також найвищими у 2011 році були показники товарної продукції (4952 тис. грн.) та середньорічна вартість оборотних коштів (3482 тис. грн.) Отже, можна зробити висновок, що стан господарювання у 2011 році у підприємстві значно покращився, порівняно з попередніми роками.

Середньорічна чисельність працівників у 2011 р. зменшилась на 7 чоловік (95 осіб), порівняно з 2008 роком, тобто є незначна плінність кадрів.

Робочі місця в ДП «Родниківка» за числом виконавців є як індивідуальні, так і колективні; за видом виробництва наявні робочі місця основного та допоміжного виробництва; за типом виробництва – масові, серійні, одиничні; за ступенем рухомості – стаціонарні (переважно в тваринництві) та мобільні (переважно в рослинництві); за рівнем механізації – присутня, як ручна робота, так і механізована. Враховуючи той факт, що на підприємстві є сезонні працівники, то в господарстві робочі місця не лише постійні, а й тимчасові.

Важливе місце в системі методів управління посідає економічне стимулювання працівників. Варто зазначити, що на нинішньому етапі розвитку державного підприємства система матеріального стимулювання передбачає різні форми оплати праці: основну – за тарифними ставками при виконанні робіт і за вироблену продукцію; додаткову – за високу якість і терміновість виконання робіт; надбавки – за стаж роботи в підприємстві, класність; премії. Основна заробітна плата працівників, у вигляді грошових коштів, коливається в межах від 1200 до 1800 грн. на місяць, залежно від професійно-кваліфікаційного рівня та посади. Практикується натуральна оплата праці у вигляді видачі молока за роботу з отрутохімікатами, мінеральними добривами та іншими шкідливими речовинами.

Регулювання соціально-трудових відносин у підприємстві «Родниківка» здійснюється за допомогою документів нормативно – правового регламентування. До яких відносяться: статут, колективний договір, трудові угоди та контракти. На роботу працівників на конкурсній основі обирає особисто директор Войченко С. М. В своїй повсякденній діяльності керівник підприємства займається оперативним управлінням. Оперативне управління в ДП «Родниківка» включає розробку робочих планів-графіків проведення с/г робіт за періодами; розподіл виробничих завдань і с/г техніки між підрозділами; подання організаційної допомоги підрозділам і окремим виконавцям в усуненні збоїв у роботі; оперативне розпорядництво; контроль і облік виконаних робіт, проведення нарядів. Задача оперативного управління полягає в розробці конкретних виробничих задач за номенклатурою робіт і виконавців на короткі планові періоди.

На нашу думку, основні дії щодо удосконалення організації управління виробництвом в підприємстві повинні бути направлені на: внутрішньогосподарське кооперування виробництва, розвиток ринкових відносин і створення ефективного механізму господарювання, підбір і навчання кадрів для роботи в нових умовах, впровадження прогресивних форм організації і оплати праці. Економічні методи управління в ДП «Родниківка» мають набувати подальшого розвитку, потрібно розширювати сферу їх дії, підвищувати дієвість і результативність економічних стимулів, що дозволить поставити кожного працівника й кожний колектив в цілому в такі умови, за яких найповніше задовольнятимуться особисті інтереси і підприємства в цілому. Значну увагу потрібно приділити матеріальному заохоченню, що сприятиме удосконаленню організації та зміцненню дисципліни праці, підвищенню рівня її нормування та продуктивності, досягненню високих показників діяльності підприємства. Воно є ефективним лише тоді, коли всі категорії працюючих однаковою мірою

зацікавлені в його збільшенні. Необхідно забезпечити чіткість, дисциплінованість і порядок роботи колективу. Соціально-психологічний метод має бути направлений на вдосконалення вміння керівника враховувати методи переконання (психологічні фактори) й за їх допомогою цілеспрямовано впливати на працівників, що допоможе сформувати колектив із спільними метою й завданнями.

Для вдосконалення управління мотивацією персоналу у ДП «Родниківка» пропонуємо застосувати такі заходи: розробити більш прозору систему преміювання, розробити більш гнучку систему додаткової оплати праці, яка б враховувала індивідуальні внески конкретних працівників в результати діяльності виробничих підрозділів та господарства в цілому.

Таким чином, постійне удосконалення, пошук найбільш ефективних форм управлінської діяльності, їх оптимального сполучення є одним із найважливіших завдань організації управління. Різноманітність методів соціального – психологічного управління, їх диференційоване використання залежно від специфіки об'єкта впливу та виконуваного завдання обумовлюють необхідність формування стрункої та несуперечливої їх системи.

СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Н.В. ВОЛОЩУК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМИК Г.В.

Сучасний розвиток підприємств АПК характеризується достатньо високим рівнем конкуренції, що постійно підвищується. При цьому сільське господарство характеризується високим ступенем невизначеності і ризику. Це пов'язане з тим, що воно є сферою діяльності, на успішність якої значною мірою впливають різноманітні фактори, дію яких у багатьох випадках контролювати неможливо.

Джерелами ризиків підприємств АПК можуть бути як об'єктивні (несприятливі тенденції розвитку господарства, деяких його регіонів), так і суб'єктивні (прорахунки у політиці уряду і управлінні підприємств) передумови. Управління ризиками передбачає, насамперед, усвідомлення причин їх виникнення та вироблення заходів щодо їх мінімізації. У зв'язку з цим опанування українськими підприємцями сучасних методів управління ризиками є надзвичайно актуальним.

Ряд таких учених як В.М.Гранатуров, В.В.Глущенко, А.П.Альгін, С.Н.Петрова, П.Г.Грабовий, В.В.Вітлінський, В.В.Черкасов, І.Т.Балабанов, Н.Ю.Подольчак, О.Л.Устенко та інші присвятили свої роботи виявленню суті і природи ризиків та проблемам управління ризиками на підприємствах.

За мету було поставлено розглянути у статті низку факторів, які безпосередньо впливають на виникнення ризиків, їх існування та управління ними з подальшим їх уникненням.

Управління ризиком – це процес виявлення рівня не визначеності (відхилень у прогнозованому результаті), прийняття і реалізації управлінських рішень, що дозволяють запобігати або зменшувати негативний вплив на процес і результати відтворення випадкових факторів, одночасно забезпечуючи високий рівень підприємницького доходу. Саме ж поняття «ризик» можна трактувати по різному, жоден із науковців не може встановити однозначного визначення.

Поняттям ризику характеризується невизначеність, зв'язана з можливістю виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків. На думку

одних, ризик – потенційна, чисельно вимірна можливість втрати фінансових ресурсів підприємства. Інші ж науковці вважають, що ризик – імовірність виникнення втрат, збитків, недонадходжень планованих доходів, прибутку; ризик – це невизначеність наших фінансових результатів у майбутньому [5].

В економічній літературі існує велике різноманіття класифікацій ризиків, проте найбільш доцільно їх поділяти на ризики зовнішнього та внутрішнього середовища. До внутрішніх ризиків відносяться ті несприятливі ситуації, які можуть виникнути в самому мікросередовищі підприємства, тобто в одній із його управлінських, виробничих чи інших підсистем. Зовнішні ризики є ризиками макросередовища, тобто такими, вплив на які з боку підприємства фактично мінімальний. Вони абсолютно не залежать від діяльності персоналу підприємства і тому є більш складними для аналізу та управління.

При визначенні внутрішніх і зовнішніх ризиків діяльності підприємства, слід зазначити, що оцінювання та ідентифікація ризиків завжди проводиться людьми, зокрема, управлінським персоналом підприємства чи працівниками підрозділу ризик-менеджменту, а тому фактори впливу на визначення ризиків діяльності підприємства завжди будуть суб'єктивними, оскільки в будь-якому разі рішення стосовно визначення ризику чи його оцінки прийматиметься суб'єктом – конкретним працівником чи групою працівників підприємства.

Кожний суб'єкт управління (менеджер, управлінська команда) обирає конкретний спосіб управління ризиками залежно від специфіки діяльності, обраного рівня стратегії, який більш детально та зрозуміло представлений у піраміді ризиків (рис.1).

Керування ризиками проходить на управлінському рівні, який знаходиться на тому ж рівні піраміди, але власники ризику знаходяться на всіх рівнях піраміди. Наслідком п'яти відсотків ризиків підприємства є 70% втрат, які виникають на вищому стратегічному рівні пов'язаному із фінансовими та валютними ризиками. В управлінні підприємством необхідно зосередити увагу на розробці стратегій на вершині піраміди, а потім коректувати, розширювати і оновлювати стратегії при наближенні до її основи.

Для забезпечення ефективної діяльності підприємства потрібно дотримуватись таких методів управління ризиками, що не призводять до понесення збитків, а саме:

- мінімізація ризиків – це сукупність дій, направлених на зниження ризику, шляхом його уникнення або попередження;

- диверсифікація ризиків, дозволяє уникнути частини ризику при розподілі капіталу між різноманітними видами діяльності;

- лімітування ризиків. За тими видами господарської діяльності та господарських операцій, які можуть постійно виходити за встановлені межі допустимого ризику, ризик лімітується шляхом встановлення відповідних економічних і фінансових нормативів.

- отримання додаткової інформації – є одним з найважливіших способів зниження ризику. Природно, що коли б у менеджера була більш повна інформація, він міг би зробити кращий прогноз та знизити ступінь ризику.

- використання організаційних і економічних методів управління ризиком.

До економічних методів відносять: формування власного резервного фонду; компенсація ризиків через систему санкцій; зовнішнє страхування ризику. До організаційних методів відносять: відхилення ризику; недопущення збитків; передача контролю за ризиками [4].

Система передбачення ризиків хоча і знижує ймовірність їх виникнення, але не в змозі нейтралізувати всі пов'язані з ними негативні фінансові наслідки. Частково цю роль може взяти на себе внутрішнє страхування ризиків, що здійснюється в рамках самого підприємства.

Завдання управління ризиком полягає в тому, щоб звести до мінімуму несприятливі фактори, використовуючи такі інструменти управління ним як уникнення, контроль, передача та самофінансування ризику.

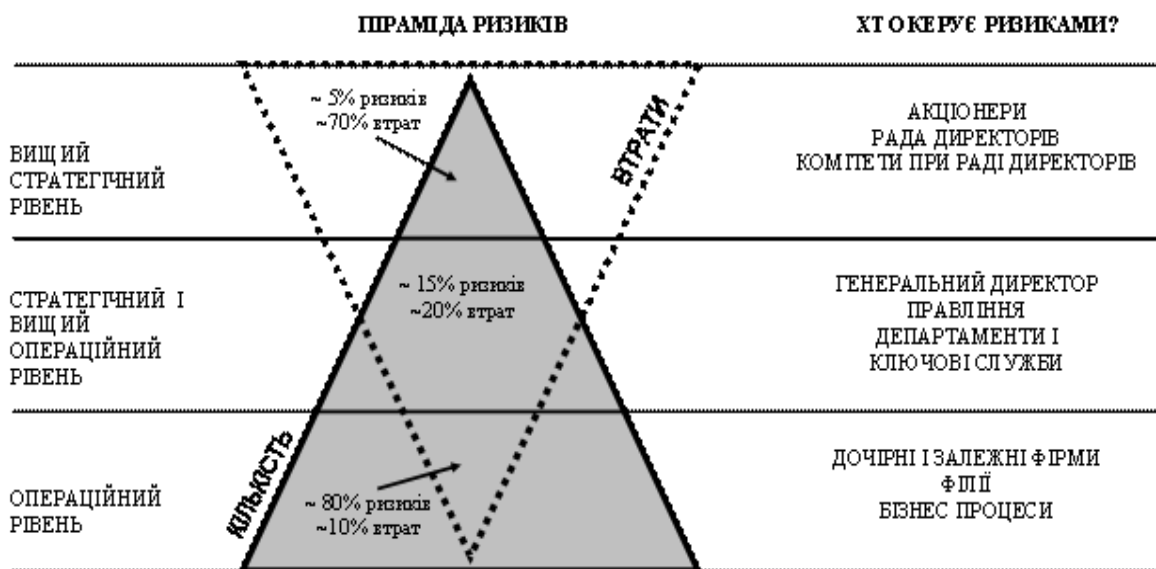


Рис. 1 Піраміда ризиків [1].

Сільськогосподарське виробництво належить до систем, схильних до різноманітних ризиків. Отже, на сучасному етапі розвитку економіки гостро ставляться питання вивчення і ефективного управління ризиками. Ризиком необхідно управляти, тобто використовувати різні методи, які дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикованої події і вживати заходів для зниження ступеня ризику.

Список використаних джерел:

1. Нікбахт Ейсан. Фінанси / Нікбахт Ейсан, Гроппеллі Анжеліко. – К.: Основа, 2001. – 383 с.
2. Пригожин А. И. Игровой подход в управленческом консультировании нововведений. / Аркадий Ильич Пригожин Сб. науч. трудов. – М.: ВНИИСИ, 2000. – 468 с.
3. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск. / Борис Абрамович Райзберг – М.: Знание, 1995. – 61с.
4. Управління підприємницьким ризиком / [Штефанич Д.А., Паляниця В.А., Штефанич О.Д., Попіна С.Ю.]. – К.: «Економічна думка», 2006. – 224 с.
5. Економічний ризик: ігрові моделі: Навч. посібник / [В.В. Вітлінський, П.І. Верченко, А.В. Сігал, Я.С. Наконечний]/ – К.: КНЕУ, 2002. – 446 с.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

І.С. ГАВРИЛЮК, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: кандидат с-г наук, доцент КОВАЛЕНКО Г.О.

Розвиток ринкових відносин в економіці України обумовлюють необхідність удосконалення механізму управління підприємствами в АПК, орієнтації системи менеджменту на ринкові умови господарювання, здатні швидко й гнучко реагувати на зміни в навколишньому середовищі та всередині підприємства.

У системі ринкових економічних відносин сільське господарство повільніше пристосовується до підприємницького середовища через дію низки специфічних особливостей галузі, зокрема низької еластичності попиту, сезонності виробництва, що вимагає пошуку дієвих інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства

до вимог ринку. Саме впровадження маркетингового підходу у практичну діяльність сільськогосподарських товаровиробників забезпечить його конкурентноспроможність і сталий розвиток.

Маркетинговому управлінню присвячено багато наукових праць зарубіжних вчених – економістів. Серед них, можна виділити роботи Ф. Котлера, С. Брю, Д. Карича, Е. Дихля, Б. Бермана. У вітчизняній літературі цей аспект висвітлювався українськими вченими, зокрема, П. Гайдуцьким, Й. Завадським, І. Герчиковою, Н. Мойсеєвою, О. Білоусом, А. Крадівим, О. Мозковим, В. Поповим. Проте, деякі аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємств залишилися ще не вирішеними.

Дослідити особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства. Розробка шляхів та рекомендацій щодо вдосконалення управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

В умовах розвитку ринкових відносин, становлення економіки та функціонування підприємств, що базуються на засадах маркетингу, велика увага приділяється формуванню цілісної, ґрунтованої системи організації, формування та управління підприємством в сучасних умовах. Такою системою, на наш погляд, може стати маркетингове управління діяльністю підприємства, тобто створення та функціонування таких підприємств, які б найбільш задовольняли потреби та попит на ринку, могли гнучко та адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому ринковому становищі, підвищували прибутковість виробництва та діяльності підприємства в цілому.

Предмет маркетингу – це відносини суб'єкта господарювання, які виникають між ним і споживачами, а також іншими суб'єктами на конкретному ринку.

На наш погляд, необхідно чітко сформулювати принципи, цілі та функції маркетингу як системи управління підприємством. Маркетинг як спосіб діяльності в умовах ринкових відносин, ґрунтується на таких принципах. Насамперед, це такі принципи маркетингової діяльності:

- вільний вибір мети та стратегії функціонування і розвитку, концентрація всіх зусиль на вирішальних напрямках діяльності;
- спрямованість на кінцевий результат виробничо-збутової діяльності, а також на довготривалу перспективу розвитку фірми;
- комплексний підхід до вирішення проблем, який передбачає визначення цілі відповідно до ресурсів і можливостей фірми;
- оптимальне використання в управлінні централізованих і децентралізованих засад, тобто постійний пошук і реалізація резервів, підвищення ефективності виробничо-збутової діяльності через залучення до творчої роботи всіх працівників фірми;
- активна політика, яка полягає в наступальній стратегії розвитку фірми щодо нововведень, виробництва і ринку, випередження конкурентів;
- гнучкість у досягненні поставленої мети через швидке пристосування до змін умов навколишнього середовища.

Відповідно до названих принципів маркетинг виконує ряд стратегічних, тактичних і оперативних завдань.

Для більшого розуміння суті управління, що базується на засадах маркетингу, треба також сформулювати основні функції маркетингового управління. Тому основними функціями є:

1. Комплексне вивчення ринку і проблем, пов'язаних з маркетингом;
2. Узгодження параметрів, характеристик та цін на продукцію з побажаннями і смаками споживачів;
3. Планування збуту реалізація і продукції;
4. Фізичний розподіл продукції;

5. Забезпечення комунікаційних взаємовідносин з споживачами, реалізація угод;
6. Після продажний сервіс, наладка, зворотній зв'язок.

Щоб розглядати маркетингове управління підприємством як цілісну систему, наведемо визначення концепції маркетингу, тобто форму організації маркетингу, тобто форму організації маркетингу, яка домінує на сьогодні в країнах з ринковою економікою.

Концепція маркетингу – це сукупність видів діяльності, які сприяють безперешкодному проходженню товарів і послуг від виробника до споживача, і вона не є новою категорією. Основним завданням концепції маркетингу в сучасних умовах господарювання є процес інтеграції зусиль підприємства на реалізацію загальної мети його діяльності, яка не може і не повинна бути спрямована на вирішення внутрішніх проблем підприємства, а має орієнтуватися на виробництво товарів і послуг, в яких зацікавлений споживач.

Системний підхід до організації маркетингу є необхідною умовою для успішної діяльності підприємства на ринку. Він характеризує підприємство, яке застосовує методологію маркетингу, як відкриту складну систему, орієнтовану на ринок та зовнішнє середовище.

Підприємства, які діють в ринковому механізмі, додержуються однієї з концепцій маркетингу: це може бути концепція виробництва товару, збуту. Вибір концепції маркетингу безпосередньо впливає на зміст ринкової стратегії, що розробляється, і яка базується на зазначених принципах. Ринкова стратегія маркетингу відображає основний напрямок розвитку підприємства, її завдання- забезпечити досягнення установлених цілей маркетингової діяльності.

Для повного розуміння комплексу маркетингової діяльності підприємства розглянемо основні види маркетингу. В залежності від суб'єктів ринкових відносин та особливостей збуту продукції діяльність в сфері маркетингу можна класифікувати на маркетинг засобів виробництва, маркетинг споживачих товарів та маркетинг послуг.

На підприємстві процес впровадження маркетингової діяльності повинен проходити поступово і, як правило пройти п'ять стадій.

На першій стадії проводиться загальне вивчення ринку, його сегментів, аналіз можливостей підприємства по виробництву продукції, вивчають можливі способи виходу на ринок, можливість застосування реклами і стимулювання збуту.

На другій стадії формується процес управління маркетингом. Розробляється план, який визначає основну мету – задоволення споживача виробленою продукцією.

На третій стадії слід поступово поновлювати виробництво та покращувати якість продукції і послуг, які надаються.

На четвертій стадії впровадження маркетингу підприємство повинно глибоко вивчити можливості виробництва, як свого, так і конкурентів.

П'ята стадія впровадження маркетингу – це виконання усіх функцій по аналізу окремих сегментів ринку та задоволення потреб покупців, а також по плануванню, обліку та регулюванню роботи, яка пов'язана із захопленням ринків збуту. Ефективно діюча система управління маркетингом забезпечує довгостроковий прибуток та стійке стабільне положення підприємств:

1. Безпосередня підлеглисть керівнику підприємства, що дає змогу забезпечити її незалежність від кон'юктурної організації інших підрозділів підприємства, реалізувати принцип персональної відповідальності;
2. Оптимізована чисельність штатних співробітників, що усуває обвинувачення в роздутті адміністративно- управлінського і допоміжного персоналу;
3. Звільнення служби маркетингу від дріб'язкового контролю;

Отже, організація маркетингової діяльності на сільськогосподарських підприємствах охоплюватиме: утворення структури управління маркетингом; підбір

фахівців; визначення їхніх прав, обов'язків і відповідальності, встановлення відносин маркетингової служби з іншими підрозділами цього підприємства й іншими підприємствами.

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**С.О. ГАВРИЩУК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к. е. н., доцент НОВАК І.М.**

Нині світовий досвід засвідчує, що застосування інноваційного менеджменту при об'єктивному використанні всього потенціалу підприємства дозволяє збільшувати обсяги частки ринку і відповідно прибутків, особливо в кризових умовах.

Компанії промислово розвинутих країн є взірцем того, як застосовувати інноваційну стратегію, збільшуючи обсяги виробництва, реалізації та прибутку, підвищуючи продуктивність праці, прискорюючи оборотність вкладеного капіталу, освоюючи і поставляючи на ринок якісно нові види продукції з метою підвищення норми прибутку. Потреба в постійному оновленні асортименту продукції та технології її виготовлення вимагає впроваджувати наукові й проектні розробки в систему діяльності підприємств, орієнтуючи їх на прискорення інноваційних процесів [1 с. 10].

Актуальність застосування інноваційного менеджменту на вітчизняних підприємствах обумовлюється тим, що нині більшість українських товаровиробників усвідомила необхідність інновацій, принципово нових методів управління персоналом та організацією в цілому. Інновації необхідні в організаційній, виробничій, фінансовій, науковій сферах, оскільки саме в комплексі вони приносять найефективніший результат. На сучасному етапі нововведення є одним із факторів отримання конкурентних переваг.

Дослідженню проблем інновацій та інноваційної діяльності присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема І.А. Бланка, А.А. Пересади, П.С. Харіва, С.Ф. Покропивного, С.М. Ілляшенка, О.В. Прокопенка, Н.О. Татаренка, М.П. Денисенка, А.В. Мертенса, Дж. Кейнса, В. Шарпа, Й. Шумпетера та ін. Водночас, дані питання потребують подальшого дослідження за мінливих економічних умов [2].

Нині більшість лісогосподарських підприємств України знаходяться у державній власності, тому на деяких з них застосовуються застарілі технології виробництва та не актуальні методи управління. За умов світової кризи, діяльність вищевказаних господарств повинна бути зорієнтована на зовнішній ринок, що передбачає застосування інноваційних технологій при випуску продукції, запровадження новинок у асортимент і особливо методів управління.

Діяльність ДП «Голованівське лісове господарство» спеціалізується на відтворенні, охороні, захисті лісів та продажі лісового зрубу. Отже, на сучасному етапі його діяльності доцільним було б забезпечити впровадження інноваційної технології з врахуванням еколого-економічних нормативів, що дасть новий поштовх до розвитку підприємства та дозволить уникнути понаднормативного забруднення навколишнього природного середовища і сплати екологічних податків. Інноваційну спрямованість діяльності підприємства можна забезпечити завдяки реалізації стратегії диверсифікації його продукції та розширення ринків її збуту.

Нині структура закордонних ринків збуту продукції ДП «Голованівське лісове господарство» представлена наступними країнами (рис. 1).

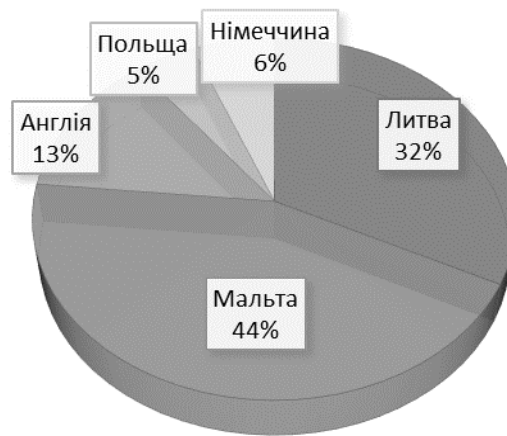


Рис. 1. Структура ринків збуту ДП «Голованівське лісове господарство» 2012 р.

Як видно з даної діаграми підприємство має незначну кількість зовнішньоекономічних ринків. Тому для успішної подальшої діяльності господарству необхідно освоїти нові ринки збуту та виробництво побічної продукції, наприклад виготовлення дерев'яного зрубу та тріски. Впровадження цих заходів дозволить підприємству перейти до реалізації стратегії зростання. Таким чином інновації стосовно виробництва і збуту готової продукції можуть забезпечити підприємству зростання прибутку.

Отже, необхідно запровадити певні інновації і в управлінні ДП «Голованівське лісове господарство». Оскільки підприємство знаходиться в державній власності, його діяльність жорстко регламентується і контролюється відповідними органами, тому інноваційні заходи повинні надати більше свободи у сфері стратегічного планування власної діяльності і виборі зовнішньоекономічних партнерів. Саме такі заходи забезпечать прибуткову діяльність і можливість розвитку ДП «Голованівське лісове господарство» в умовах кризи і нестабільності зовнішнього ринку збуту.

Список використаних джерел:

1. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник / Краснокутська Н.В.. – К.:КНЕУ, 2003. – 504с.
2. Інновації [Електронний ресурс] / Режим доступу: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки. <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ

І.В. ГАНЖА, студ. V курсу, факультету менеджменту

Науковий керівник: доцент КОВАЛЕНКО Г.О.

Основною ознакою ринкової економіки, до якої перейшла наша держава, є конкурентна боротьба, суперництво підприємців за одержання максимальних прибутків. У сільськогосподарському виробництві конкуренції притаманні відповідні особливості. В умовах виникнення і дії конкуренції в агропромисловому виробництві важливого значення набуває досягнення балансу між постачальниками і споживачами сільськогосподарської продукції. Останнім часом в Україні внаслідок тривалої економічної кризи, що призвела до різкого зниження обсягів виробництва всіх видів сільськогосподарської продукції та зростання реалізаційних цін на більшість її видів, значно скоротилося споживання населенням м'ясних і молочних продуктів, овочів, цукру, олій, плодів й інших продуктів.

Важливе значення у зростанні ефективності агропромислового виробництва має подальше забезпечення підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Цьому питанню присвячено чимало праць вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів – В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, С.В. Бородіна, В.Н. Гончарова, С.І. Дем'яненка, В.Я. Месель-Веселяка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та багатьох інших.

Однак, величезна різноманітність наукових підходів вносить певну неоднозначність у визначенні факторів впливу, принципів, методів як оцінки, так і підвищення конкурентоспроможності. Через те, необхідний пошук шляхів вирішення зазначених проблем, який має бути спрямований на визначення чинників забезпечення конкурентоспроможності з метою розробки сучасного механізму її підвищення.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність якісних та вартісних характеристик продукції, що забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів. Конкурентоспроможною є та продукція, яка має комплекс споживчих та вартісних властивостей, що забезпечує їй комерційний успіх. Виробництво та реалізація конкурентоспроможної продукції є узагальнюючим показником стійкості підприємства, його вмінням ефективно використовувати фінансовий, виробничий та трудовий потенціал. Також необхідно зазначити, що конкурентоспроможність продукції – це здатність продукції відповідати вимогам даного ринку в конкретний період часу.

При виникненні конкуренції важливого значення набуває наявність рівноваги між попитом і пропозицією. Конкуренція може існувати в тому випадку, коли попит перевищує пропозицію (якщо обсяги виробництва продукції постійно збільшуються, виникають проблеми з її своєчасною реалізацією).

Розвиток конкуренції в агропромисловому комплексі ґрунтується на загальноприйнятих формах, але поряд із цим трансформується з урахуванням специфічних особливостей сільського господарства, а також змін у ринковій економіці. Внаслідок економічної кризи обсяги виробництва значно скоротилися, але нині спостерігається стабільний ріст. Це спричинило стрімкий ріст конкуренції, коли підприємствам було недостатньо просто керуватися концепцією розвитку виробництва. Пропозиція зростає, задовольняється попит і починається перевиробництво. Виникла проблема реалізації агропромислової продукції, внутрішній ринок якої вважається нееластичним. Тому, задовольнивши внутрішні потреби, з'являється необхідність пошуку зовнішніх ринків реалізації. Велику роль у підвищенні конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції відіграють природно-кліматичні умови і здатність деяких видів продукції швидко псуватися.

Таким чином, наявність конкуренції в агропромисловому комплексі можлива при наявності існування потужних ринків, збільшенні обсягів сільськогосподарської продукції в підприємствах різних організаційно-правових форм господарювання. Наявність достатніх обсягів продукції забезпечать необхідне співвідношення між попитом і пропозицією.

Поряд із цим фактор конкуренції має примусовий характер, змушуючи виробників під загрозою тиснення ринку займатися підвищенням конкурентоспроможності своїх товарів. Продукція, запропонована на ринку, має відповідати потребам споживачів, відрізнятися від продукції конкурента і мати свої специфічні особливості, що супроводжується поліпшенням її якості.

Ринок товарів і споживачів вимагає якісно нових підходів до його будівництва. Нині недостатньо виробляти серійну продукцію, яка забезпечувала б лише кількісні потреби споживача. Стає примітивною і недостатньо вимогливою задача господаря – будь-якими силами одержати максимальний прибуток. Поряд із цим постають нові питання, які необхідно розв'язувати: поліпшення якості продукції, оптимізація рівня цін (як для споживача, так і для виробника), задоволення попиту на ринку і надання

максимуму пропозицій. Тобто необхідно виробляти продукцію з високими споживчими властивостями за доступною ціною, яка задовольняла б попит споживачів і при цьому витрати на її виготовлення й реалізацію були б мінімальними. Тому вивчення конкурентоспроможності реалізованого на ринку товару повинно вестися безупинно і систематично.

Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції є її цінова перевага, для забезпечення якої собівартість, як базова величина ціни, повинна формуватися за низьковитратним принципом, що досягається за рахунок удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, науково обґрунтованої спеціалізації та концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці, ефективним використанням ресурсів і виробничого потенціалу та урахуванням вимог ринку.

Конкуренція через систему ринкових відносин та цінового механізму координує виробництво матеріальних благ, але в сільськогосподарському виробництві така конкуренція не здійснюється, оскільки держава не займається регулюванням цін, кредитуванням і дотуванням сільських товаровиробників, як це робиться в усіх цивілізованих країнах.

Зростання в нашій країні неплатоспроможності підприємницьких структур і населення, втрата мотивації праці щодо виробництва високоякісної продукції, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва стали наслідком зниження рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Для усунення цього та з метою забезпечення конкурентоспроможності продукції необхідно відпрацювати фінансово-кредитну, податкову і цінову політику в агропромисловому виробництві, стимулювати розвиток підприємств з різними формами власності та господарювання, розвивати ринкову інфраструктуру, підвищити ефективність роботи маркетингових менеджментських служб, забезпечити товаровиробників достовірною ринковою інформацією та рекламою, удосконалити антимонопольне законодавство стосовно формування ринкових відносин і розвитку конкуренції в агропромисловому комплексі країни.

З метою підвищення конкурентоспроможності продукції необхідно здійснити такі заходи:

- забезпечити гарантування пріоритетного розвитку агропромислового виробництва з визначенням сільського господарства базовою галуззю економіки, створення умов для стабілізації та нарощування виробництва сільськогосподарської продукції;
- кошти, які нині використовуються для закупівлі продовольства та матеріально-технічних ресурсів у інших країнах, спрямувати на інвестування власного товаровиробника;
- встановити суворий контроль за регулюванням економічного механізму господарювання в агропромисловому комплексі;
- встановити ціни на сільськогосподарську продукцію, які б не лише відшкодовували понесені на її виробництво витрати, а й забезпечували б певну масу прибутку для розширеного відтворення;
- обмежити кількість посередників із числа комерційних структур, що займаються збутом сільськогосподарської продукції і забезпеченням її виробників матеріально-технічними ресурсами;
- установити систему пільг, стимулюючі закупівельні дотації для окремих видів сільськогосподарської продукції, зменшити податковий тиск на аграріїв;
- ввести механізм здешевлення ставок за користування кредитами;
- відновити роботу великих спеціалізованих підприємств і комплексів індустріального типу, особливо у тваринницькій галузі, а розвиток нових агроформувань спрямувати в русло спеціалізації товарного виробництва.

- впровадити державну підтримку всіх суб'єктів виробництва незалежно від форм господарювання. Вона має бути спрямована на досягнення паритету доходів сільських товаровиробників з доходами працівників інших галузей народного господарства.

Як бачимо, без дієвого, грамотного і виваженого втручання держави при вирішенні цих питань аж ніяк не обійтися. Успішного функціонування сільського господарства, як показує світова практика, можна досягти, якщо галузь працюватиме на ринкових засадах за державної підтримки.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

**Н.С. ГЕРАСИМОВИЧ, студ. V курсу факультет менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент БУТИЛО І.А.**

Ринкова економіка створила широкі можливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств і організацій усіх форм власності. Будь-яка організація, будь-який громадянин отримав право безпосереднього налагодження зв'язків із закордонними партнерами. Все більш зрозумілим стає те, що залучення в світогосподарські зв'язки – важлива умова повноцінного економічного розвитку, адже створити виробництво, що відповідає найсучаснішим організаційним і технічним вимогам, спираючись тільки на власний досвід, по суті неможливо.

Вищезазначені чинники зумовлюють актуальність вдосконалення експортної та імпоротної діяльності та виявлення напрямів та шляхів розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

Метою роботи є аналіз експортно-імпортних відносин України та її положення в системі світових економічних зв'язків, дослідження особливостей організації експортно-імпортних операцій в комерційних службах українських підприємств.

Проблеми щодо удосконалення експортно-імпортних операцій досліджувалися багатьма вченими-економістами, такими як Янковський Е.А., Островський Л.Е., Казанцев С.К., Макогон Ю.В., Кравченко В.А., Кравцова В.В., Мамутов В.К., Чувпило О.О., Новицький В.Е. та інші. Проте всі проблеми пов'язані із пошуком напрямків удосконалення зовнішньоекономічної діяльності залишаються нерозкритими.

Вихід підприємства на зовнішній ринок, зовнішньоекономічну сферу, дозволяє підвищити загальну ефективність функціонування підприємства. Здійснення підприємством ефективної зовнішньоекономічної діяльності має значення не лише для самого підприємства, а й для країни в цілому: зростає національний дохід країни, зростає продуктивність праці, знижується собівартість продукції, впроваджуються ресурсозберігаючі технології, збільшується питома вага експорту, збільшуються іноземні інвестиції.

Експортні операції передбачають продаж і вивезення товарів за кордон для передачі їх у власність іноземному контрагенту.

Імпортні операції – це закупівля і ввезення іноземних товарів для реалізації їх на внутрішньому ринку країни-імпортера або виробничого споживання підприємством-імпортером [1].

Експортно-імпортні операції вважаються здійсненими, якщо товар після виконання певних митних формальностей та процедур, про які подані відомості для статистичного обліку, пропустили через митний кордон країни-контрагента.

Для сучасного етапу розвитку великого виробництва з величезною концентрацією і централізацією капіталу характерним є розширення прямого експорту й імпорту. Прямий метод зовнішньоекономічних операцій застосовується: при продажу і закупівлі

промислової сировини на основі довгострокових контрактів; у разі експорту дорогого і великогабаритного устаткування; при закупівлі сільськогосподарських товарів у фермерів; у разі продажу і закупівлі товарів державою.

Прямі зв'язки мають низку переваг: більш тісні контакти з контрагентом; краще знання кон'юнктури ринку; швидке пристосування своїх виробничих потужностей до потреб покупця. Проте і непрямий експорт та імпорт продовжують зберігати своє значення. Цей метод застосовується: у разі збуту стандартного промислового устаткування; у разі збуту споживчих товарів; при реалізації другорядної продукції; на окремих важкодоступних і маловідомих ринках; при просуванні нових товарів; у разі відсутності власної збутової мережі; за умови, що торгівля монополізована значними торговельно-посередницькими фірмами.

У непрямого методу експортно-імпортних операцій також є свої переваги: великий досвід, власна мережа обслуговування, гарні зв'язки, знання ринку й кон'юнктури.

Якщо фірма вибирає варіант прямого продажу, а не через посередника, їй необхідно створити діючу експортну службу.

Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах виправдано, якщо: частка експорту велика в загальному обігу; зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно; випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальна за своїми властивостями; на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

Ефективність організації експортно-імпортних операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Ефективність імпортних операцій залежить від правильного вибору постачальників, від якості сировини, від його ціни, від строків поставки [2].

Удосконалення організації експортних операцій необхідно починати з: правильного підбору менеджера з продаж, адже від його кваліфікації залежить правильна організація експортних операцій; правильного вибору маркетингової політики; правильного підбору агентів з пошуку ринків збуту; дослідження цін на продукцію; пошуку шляхів мінімізації витрат на організацію експортних операцій та їх здійснення.

Удосконалення організаційних процесів зовнішньоекономічних операцій полягає в розробці стратегії, яка може знайти практичне втілення в діяльності українських підприємств і фірм на міжнародній арені.

На підприємствах, які здійснюють ЗЕД, впровадити систему моніторингу, яка буде враховувати особливості підприємств. Метою моніторингу ЗЕД є забезпечення управлінських структур достовірною, своєчасною, досить повною соціально-економічною інформацією про всі зміни, які впливають на динаміку здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Запропоновані наступні заходи підтримки українських експортерів:

- проведення ревізії законодавства України, що регулює зовнішньоекономічну діяльність;
- розробка і реалізація національної програми підвищення конкурентоспроможності виробників у стратегічно важливих для України секторах;
- підвищення конкурентоспроможності підприємств-експортерів шляхом створення маркетингових і сервісних мереж на пріоритетних закордонних ринках;
- прискорена інформатизація економіки та зовнішніх економічних зв'язків України.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991;
2. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник /Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С. та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
3. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н.О. ГРЕБЕНІЮК, студ. V курсу
Науковий керівник: доцент ДУДІН В.І.

Складна економічна ситуація в країні та кардинальні зміни в суспільстві не могли не зачепити одну з найважливіших сфер суспільства, що характеризує ефективність економіки – трудові ресурси країни. Велике значення має управління трудовими ресурсами, яке охоплює формування, раціональне використання трудових ресурсів, регулювання, контроль трудового потенціалу, розробка новітніх методів покращення показників продуктивності праці.

Загальний спад виробництва, що спостерігається у багатьох галузях практично по всій Україні, став причиною того, що кількість вакансій в виробничій сфері безупинно скорочується, а кількість безробітних з кожним днем збільшується, значна частина населення виїжджає за кордон. Зміни в економіці, погіршення екологічної ситуації призвели до негативних змін структури, кількості трудових ресурсів, погіршили демографічну ситуацію.

На сьогоднішній день у наукових періодичних виданнях та засобах масової інформації багато уваги приділяється дослідженню проблем трудових ресурсів. Даній проблемі присвячені роботи відомих зарубіжних та вітчизняних вчених таких як, Маршалл А., Портер М., Воронін А., Замора О.І., Качан Є.П., Пастух А., Романішин В.О., Травін В.В., та ін. [1,2,3]

Мета статті є визначення напрямків підвищення ефективності використання трудових ресурсів.

Враховуючи складність ситуації в економіці країни та на ринку праці, зокрема, актуальним залишається питання розробки нової ринкової концепції управління трудовими ресурсами, посилення місця і ролі управління трудовими ресурсами на державному рівні.

Об'єктом дослідження обрано ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

Досліджуване господарство є середнім за розміром господарством. Станом на 1 січня 2012 року за ним закріплено 1450 га сільськогосподарських угідь. Чисельність працюючих становить – 112 осіб, з них 42 зайняті в рослинництві, 70 – в тваринництві. Вартість основних виробничих фондів склала – 29639 тис. грн.. Виробничий напрям господарства – зерновий з розвинутим молочним скотарством. У 2012 році було вироблено валової продукції на 6637 тис. грн. більше порівняно з 2011 роком. Дане підприємство є прибутковим, рівень рентабельності склав у 2012 році 1,68%.

Трудові ресурси як об'єкт управління являють собою сукупність взаємопов'язаних елементів, що характеризують населення, яке має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності та знання для роботи в народному господарстві, його формування, розподіл і використання, які знаходяться у взаємодії з матеріальними і фінансовими ресурсами, та приводяться в рух і підлягають впливу та упорядкуванню з боку суб'єктів управління різних рівнів.

Головним напрямом підвищення економічної ефективності виробництва є збільшення обсягу продукції і зниження собівартості її виробництва внаслідок зростання продуктивності праці. Від продуктивності праці залежить також рівень її оплати, а отже, з'являється матеріальна заінтересованість працівників у збільшенні результатів виробництва. В наш час визначення продуктивності праці супроводжується великими труднощами, зумовленими, насамперед, відсутністю інформації про трудові затрати.

З таблиці 1 видно, що найвищі показники продуктивності праці було одержано у 2011 та 2012 роках. Так, виробництво валової продукції на 1 працівника у 2012 році зросло на 310,28%, порівняно з 2008 роком, також спостерігається тенденція до зростання показника виробництва валової продукції на 1 людину-годину і в 2012 році він становив 59,967 грн., що на 273,25% більше по відношенню до 2008 року.

**1. Ефективність використання трудових ресурсів у ДП ДГ «Христинівське»
Христинівського району Черкаської області**

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. в% до 2008р.
Середньорічна чисельність працівників, чол.	141	161	168	145	142	100,709
Вироблено валової продукції на 1 середньорічного працівника, тис. грн.	29,262	34,391	45,291	43,144	90,795	310,282
Відпрацьовано, тис. люд. – год.	188	190	196	211	215	114,361
Виробленої валової продукції на 1 люд. – год., грн.	21,946	29,142	38,821	29,649	59,967	273,247

Також є фактори зростання продуктивності праці, які повною мірою залежать від працівника. Це рівень його кваліфікації, матеріальна заінтересованість, культурно-технічний рівень, дисципліна праці, організація праці, тому необхідно уміло використовувати дію різних впливових факторів для підвищення продуктивності праці. Серед великої різноманітності факторів, які сприяють росту продуктивності праці, особливе місце займає оплата праці.

Для аналізу трудових ресурсів необхідно ознайомитися з його якісним складом. Якісний склад характеризується статевую та віковою структурами трудових ресурсів, рівнем освіти, кваліфікацією, майстерністю та деякою мірою стажем роботи за спеціальністю.

Розглянувши вікову структуру працівників в ДП ДГ «Христинівське» можна сказати, що у структурі працівників переважають особи у віці 41-50 років і становлять 33,88% від загальної чисельності працівників, найменша кількість працівників, вік яких перевищує 60 років (2,5%). При цьому спостерігається тенденція до вивільнення працівників до 30 років, так як у структурі трудових ресурсів у 2012 році вони становлять лише 6%, що у 2,3 рази менше порівняно з 2008 роком. Певний вплив на якісний склад працівників мають процеси руху трудових ресурсів господарств – їх прийом та звільнення. В результаті загального обороту трудових ресурсів здійснюється якісна зміна їх складу: старіння чи омолодження, підвищення чи зниження загальноосвітнього і кваліфікаційного рівня, стажу роботи в даних господарствах.

Якісний склад працівників характеризується рівнем освіти. Кількість працівників з вищою освітою та середньою спеціальною у ДП ДГ «Христинівське» скорочується разом із скороченням середньорічної чисельності працюючих. У ДП ДГ «Христинівське» кількість працівників з середньою спеціальною освітою більша за кількість працівників з вищою освітою. У 2008 році останніх було на 3,3% більше від кількості працівників з вищою освітою, а у 2012 році відповідно на 5,6%. Причин цьому є багато. Частина молоді, отримавши вищу освіту чи середню спеціальну, не бажають повертатися в село, шукаючи кращого заробітку. Така тенденція між працівниками загострює конкурентну боротьбу за отримання робочого місця. У більшості випадків величина конкурентної переваги належить носіям вищого освітньо-кваліфікаційного рівня.

Мала насиченість сільськогосподарських підприємств працівниками високого освітнього рівня має кілька трактувань:

а) випускники аграрних закладів через брак робочих місць поповнюють лави безробітних;

б) найкваліфікованіші працівники аграрії досить вдало конкурують на ринку праці з працівниками не сільськогосподарських профілів та шукають роботу за кордоном.

З метою підвищення ефективності виробництва і праці для досягнення максимального прибутку ДП ДГ «Христинівське» необхідно вирішити насамперед такі питання:

- забезпечення потреби підприємства у робочій силі відповідної кваліфікації в необхідній кількості;

- забезпечення умов для високопродуктивної праці, високого рівня її організованості, вмотивованості, самодисципліни;

- закріплення робітника на підприємстві, формування стабільного колективу;

- забезпечення реалізації бажань, потреб та інтересів працівників відносно змісту і умов праці, виду занять, можливості професійно-кваліфікаційного та посадового просування, кар'єрного зростання;

- досягнення цілей управління при одночасному скороченні витрат на робочу силу.

Список використаних джерел:

1. Замора О.І. Основні тенденції формування і використання трудових ресурсів / 0.1. Замора // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 85-91.
2. Качан Є.П. Управління трудовими ресурсами / Є.П. Качан: навч. посібник. – К.: Видавничий дім «Юридична книга», 2005. – 358с.
3. Травин В. В. Кадрова політика в сучасних умовах / В.Травин. – М., 2006. – 364с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В.В. ГРУШОВЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: викладач ТРУМ А.В.

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства.

Проблема матеріального стимулювання набула важливого значення в умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, оскільки вирішення задач, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємства до ефективної діяльності.

Так як аграрна сфера є найбільш трудомісткою галуззю економіки, то постає питання пошуку шляхів підвищення використання праці у сільськогосподарському виробництві та визначення особливостей мотивації праці в аграрному секторі.

Дана проблема цікавила багатьох економістів, соціологів, політиків. Проблеми мотивації і організації оплати праці знайшли своє відображення в працях: А. Маслоу, О. Богуцького, М. Маліка, В. Дієсперова, О. Шкільова.

На підприємстві ПАТ «Уманьферммаш» за період роботи сформувалися своєрідні виробничі принципи, завдяки яким він займає одне з перших місць серед підприємств

сільськогосподарського напрямку на нашій території. Не дивлячись на постійний розвиток системи стимулювання персоналу ПАТ «Уманьферммаш», як і багатьом українським підприємствам не вдалося уникнути проблем недостатньо ефективного використання трудових ресурсів.

Об'єктом дослідження є процес вдосконалення мотивації праці у ПАТ «Уманьферммаш» Черкаської області.

Основна мета ПАТ «Уманьферммаш» – отримання прибутку від виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції.

Досліджуване підприємство є середнім за розміром. Станом на 1 січня 2012 року чисельність працюючих становить – 1072 особи.

В даному підприємстві основний напрямок розвитку – виробництво машин та устаткування для сільського та лісового господарства.

Розглянемо рівень оплати праці в загальному по ПАТ «Уманьферммаш» Черкаської області, скориставшись наступними даними.

З даних таблиці бачимо, що протягом досліджуваного періоду кількість працівників підприємства зменшується, причиною тому є економічна криза в країні, і деякі працівники виконують роботу по сумісництву. Середньомісячний розмір заробітної плати одного працівника в 2012 році склав 2056 грн., що на 306 гривень більше ніж в 2010 році. Загалом за досліджуваний період заробітна плата працівників перевищувала розмір мінімальної заробітної плати. Але недоліком є те що, підвищення заробітної плати пов'язано зі збільшенням навантаження на одного працівника.

1. Фонд оплати праці працівників ПАТ «Уманьферммаш» Черкаської області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Середньорічна чисельність, осіб	1098	1072	1056
Річний фонд оплати праці, тис. грн.	1921,5	2052,9	2171,1
Середньомісячна оплата праці, грн.	1750	1915	2056

Першочергового значення в умовах невизначеності ринкового середовища набуває співвідношення між основною заробітною платнею, яку працівники отримують згідно з укладеною трудовою угодою, і додатковими виплатами у вигляді грошових премій. Із метою подолання проблеми плинності персоналу, викликаній незадоволенням системою оплати праці, слід додержуватися пропорції, тобто у нормальних умовах розширеного виробництва сума додаткових виплат має становити не більш як 1/2 заробітної платні.

Перевищення цього показника призведе до втрати мотивуючої функції, а додаткові грошові надходження стануть часткою обов'язкового заробітку.

Ефективно було б запропонувати в господарську діяльність розрахункові ціни – вони мають враховувати можливість отримання підрозділами частини прибутку підприємства, тобто перевищувати собівартість продукції на певний відсоток (5-10%).

Через внутрішньогосподарські товарно-грошові відносини включається кожний працівник підприємства в процес управління виробництвом та розподілом кінцевих результатів. Оскільки даний механізм забезпечує зацікавленість самих працівників в отримванні матеріальної винагороди за результати своєї праці, аванси (у вигляді зарплати). Така система оплати в господарстві допоможе досягти високих кінцевих результатів роботи підрозділу, і інтенсивніше використовувати виробничий потенціал, швидше впроваджувати в дію прогресивні методи організації виробництва, зростання продуктивності праці, поліпшити якість продукції, знизити її собівартість. Адже в цьому буде зацікавлений не лише керівник підприємства, а весь трудовий колектив.

У ПАТ «Уманьферммаш» заробітна плата має таку структуру:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- інші заохочувальні та компенсаційні виплати (преміювання).

В ході дослідження було виявлено низку проблем, які зменшують ефективність підприємства в цілому, такі як: занадто малі премії за своєчасно виконану роботу та повна відсутність морального стимулювання робітників.

Домінуючою складовою частиною механізму мотивації праці є матеріальна винагорода за докладені ними зусилля для досягнення організаційних цілей.

Ми вважаємо, що заробітна плата є найбільш дійовим інструментом активізації людського фактору та використання трудового потенціалу. При цьому використання існуючого кваліфікаційного і творчого потенціалу працівників має повністю залежати від наукової обґрунтованості і вибору методів ув'язки заробітної плати з кваліфікацією, змістом виконуваної роботи, результатами праці й умовами, в яких вона здійснюється.

Для посилення матеріальної зацікавленості працівників у виконанні планів і договірних зобов'язань, підвищенні ефективності виробництва і якості роботи потрібно вводити системи преміювання, винагороди за підсумками роботи за рік, інші форми матеріального заохочення. Крім зарплати і премій система матеріального стимулювання може містити в собі пенсійні нагромадження, участь у прибутках, оплату навчання (працівника або його дітей), безвідсоткові позики на купівлю будинку або машини, оплату харчування або проїзду працівників, оплату відпочинку працівника, різноманітні допомоги, страхування і т.п. На мою думку ці заходи обов'язково покращать ефективність праці, та становище підприємства.

Проаналізувавши інший бік проблеми – моральне стимулювання, ми дійшли висновку, важливим фактором встановлення ефективної системи мотивації – є робоче середовище в якому працівнику доводиться виконувати покладену на нього роботу та обов'язки. У ПАТ «Уманьферммаш» використовується досить широкий спектр нематеріальних засобів стимулювання праці робітників. Це й загальні умови середовища в якому доводиться працювати робітникам, винесення письмової подяки, вручення почесної грамоти. Та найдієвішим стимулом залишається усна подяка керівника, яка дає найбільший ефект, майже 90%.

Отже, удосконалення мотиваційного механізму у ПАТ «Уманьферммаш» на даному етапі розвитку, націлене на вирішення таких основних завдань: забезпечення максимально можливої ув'язки розмірів оплати праці з орієнтацією на високий результат виробничої діяльності; вдосконалення структури заробітної плати; забезпечення матеріальної зацікавленості у підвищенні кваліфікації, рівня професіоналізму і майстерності; підвищити моральні стандарти працівників та нематеріальне стимулювання праці, що іноді має більший ефект ніж заробітна плата та різного роду доплати.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.В. ГУЛЯР, студ. факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доцент АЛЬОШКІНА Л.П.

Постановка проблеми. Найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в сучасних умовах — це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації

конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі грамотно розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства.

В сучасних ринкових умовах головною метою діяльності підприємства є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, які забезпечать високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. З приводу забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства актуальним стає утримання наявних ринкових позицій та пошук нових можливостей, що сприятимуть завоюванню зовнішніх ринків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковій літературі висвітленню сутності конкурентних стратегій приділено доволі багато уваги. Вагомий внесок у розвиток теорії конкуренції зробили: А. Альохін, І. Багрова, М. Ведерніков, А. Войчак, А. Воронкова, Р. Дименко, І. Должанський, Ю. Дружина, Т. Загорна, Ю. Іванов, Р. Камишнікова, Б. Кваснюк, Малярець, О. Нефедова, В. Павлова, Н. Тарнавська, Л. Піддубна та ін.

Метою дослідження є процес вибору та формування конкурентної стратегії машинобудівними підприємствами в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Машинобудівний комплекс України об'єднує понад 30 великих галузей та понад 30 підгалузей, що забезпечують не лише потреби побутового споживання населення, а й рівень розвитку решти галузей промисловості. Значну роль машинобудування відіграє для сільського господарства.

В Україні найбільшими виробниками сільськогосподарської техніки є Харківський тракторний завод, Херсонський машинобудівний завод, "Одесільмаш", Миколаївський, Ніжинський заводи сільгоспмашинобудування, Уманський ПАТ "Уманьферммаш", а також ПАТ "Червона зірка" (Кіровоград). На їх частку припадає близько 90% вітчизняного випуску сільгосптехніки.

Серед номенклатури експорту переважають: механічне обладнання, сільськогосподарські машини та механізми, транспортні засоби, прилади тощо. Традиційними ринками збуту продукції українських машинобудівних підприємств залишаються Російська Федерація, Казахстан та деякі інші країни СНД.

Регіональна структура внутрішньогалузевої торгівлі України продукцією машинобудування представлена наступними показниками: 10% складає індекс внутрішньогалузевої торгівлі з країнами ЄС, 30% – з країнами СНД. Це пов'язано з низьким рівнем конкурентоспроможності продукції українських підприємств. [2]

За даними Державного комітету статистики України у 2011 році було експортовано продукції сільськогосподарського машинобудування на загальну суму 1,2 млрд грн, а протягом січня-серпня 2012 р. – на суму 517,3 млн грн, що становить 41,2% від обсягів реалізації на експорт в цілому по машинобудівній галузі.

Для підвищення конкурентоспроможності українські машинобудівні підприємства повинні здійснювати стратегічне планування. Оскільки, саме від правильності вибору конкурентної стратегії залежить ефективність зовнішньоекономічної діяльності. Для цього з'ясуємо поняття конкурентної стратегії.

Конкурентна стратегія – це розробка довгострокових управлінських рішень, які базуються на використанні своїх сильних сторін і можливостей та слабких сторін конкурентів, і визначають те, що ми повинні зробити аби досягнути цілей, які ставить перед собою підприємство.

На основі визначення, яке було подано вище, можна визначити такі принципи формування конкурентної стратегії:

- 1) врахування мети;
- 2) адаптація до змін середовища функціонування;

- 3) використання конкурентної переваги;
- 4) врахування сфери конкуренції.

Конкурентна стратегія займає вагоме місце в ієрархії стратегій підприємства, тому що вона підпорядковується корпоративній, вказуючи шляхи досягнення вибраного нею напрямку в кожній стратегічній одиниці бізнесу і являє собою план завоювання сильних довгострокових конкурентних переваг. [3]

Керівництво кожного підприємства повинно чітко розуміти, що якщо не задовольняти потреби споживачів так само ефективно, як це роблять конкуренти, підприємству довго не протриматись на ринку.

Формування стратегії підприємства є досить складним творчим процесом, що потребує високої кваліфікації виконавців. Передусім, формування стратегії базується на прогнозуванні окремих умов діяльності підприємства, в першу чергу, кон'юнктури споживчого ринку в цілому та вибраного його сегмента, що становить досить трудомісткий процес. Складність цього процесу зумовлюється ще й тим, що при формуванні стратегії йде розширений пошук та оцінка альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, які найбільш повно відповідають місії підприємства та завданням його розвитку.

Головною умовою для визначення періоду формування стратегії повинна бути прогнозованість розвитку економіки в цілому та кон'юнктури закордонного ринку зокрема. В умовах невизначеності зовнішнього ринкового середовища цей період не може бути занадто довгим і в середньому повинний бути не більше 3 років.

Після прийняття розробленої стратегії необхідно провести її оцінку. Така оцінка проводиться за наступними основними параметрами: узгодженість стратегії з зовнішнім середовищем, внутрішня збалансованість стратегії, реалізованість стратегії з урахуванням наявного ресурсного потенціалу підприємства, допустимість рівня ризиків, пов'язаних з реалізацією стратегії, та її результативність. [1]

Розробка стратегії дозволяє підприємству приймати ефективні управлінські рішення у сфері зовнішньоекономічної діяльності на перспективний період.

Прагнення потіснити конкурентів і збільшити свою частку ринку обумовлює необхідність виявлення головних факторів успіху кожного конкурента і його слабких місць. Маркетингові служби конкуруючих фірм при цьому вивчають головні фактори, що забезпечують конкурентоспроможність товарів, досвід рекламування і стимулювання їхнього збуту, привабливість назви товарів, торгової марки, сервісного обслуговування в гарантійний і післягарантійний періоди, порядку створення власної чи використанню існуючої місцевої торгової мережі ін.

Також велика увага приділяється аналізу особливостей закордонного ринку та поведінці іноземних споживачів.

При впровадженні ефективної конкурентної стратегії машинобудівні підприємства повинні враховувати комплексне системне використання внутрішніх потенційних можливостей створення конкурентних переваг, що забезпечуватимуть адекватну реакцію на зміни факторів зовнішнього середовища, упереджуватимуть заходи конкурентів і сприятимуть сталому розвитку підприємства у визначеному стратегічному періоді на обраному сегменті ринку.

Висновок. Отже, основними засадами формування конкурентної стратегії в умовах здійснення ЗЕД є формування конкурентних переваг. Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних машинобудівних підприємств необхідне формування обґрунтованої стратегії їх досягнення, тобто цілеспрямованого комплексу послідовних дій і заходів, що базується на баченні майбутнього підприємства і амбіційних цілях, орієнтованих на досягнення, підтримку і посилення його конкурентних переваг з метою отримання максимального прибутку та забезпечення домінування над конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л.Є. Стратегія управління. Навчальний посібник. 2-ге видання. Київ. 2011. – с. 279.
2. Касич А. О. Стратегічні орієнтири інноваційного розвитку машинобудування України// Актуальні проблеми економіки № 7 (73), 2007. – с. 32-40.
3. Лукьянова Н.А. Конкурентные стратегии в менеджменте: учебное пособие [электронный ресурс] / Н.А. Лукьянова– Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 100 с. – с. 30.

ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЛІСОПРОДУКЦІЇ

А.О. ДЕГТЯРЮК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н. ТИМЧУК С.В.

Деревина є стратегічно важливим видом сировинних ресурсів нашої держави, раціональне використання якого є важливою складовою частиною екологічної безпеки країни. Складна екологічна ситуація, гострий дефіцит лісосировинних ресурсів завжди породжували два протилежних інтереси – охорони та споживання. Нині в країні обсяг заготівель ліквідної деревини не змінився, використання щорічного приросту (близько 45%) є вдвічі меншим за європейські країни, а річний обсяг заготівель становить 0,9% запасу, що майже в три рази менше, ніж в Швеції і Фінляндії.

Дослідженню питань зовнішньої торгівлі на ринку лісопродукції присвячено праці вітчизняних вчених, таких як Гунчак Н.В., Дишко І.Ю., Карпук А., Овчарук В.В., Стегній О. та інших. Проте їх дослідження були спрямовані на розгляд питань конкурентоздатності лісопродукції на зовнішньому ринку та аналізу поточних тенденцій експортно-імпоротної діяльності. Проте подальший розвиток ринку лісопродукції України на світовій арені потребує докладного дослідження тенденцій у всіх сегментах.

Експорт є структуроутворюючим чинником, стимулятором економічного зростання на базі міжнародної спеціалізації, анти циклічним засобом для подолання кон'юнктурного падіння економіки. Збереження і розширення експортного потенціалу є головним пріоритетом економічного розвитку.

За роки незалежності Україна перетворилася з великого імпортера продукції деревини в її експортера. Значна різниця в ціні і відсутність експортних мит сприяли підвищенню привабливості експорту деревини вітчизняного виробництва.

Експорт продукції лісового господарства у 2007 р. більш як у 2 рази перевищував імпорт (експорт деревини та виробів з неї, у 2007 р. становить більше, ніж 780 млн. дол. США, тобто 2% всього експорту). Обсяг експорту необробленої деревини державними лісгосподарськими підприємствами за січень-травень 2008 р. досяг рівня 1203,3 тис. м³, що на 7% менше. Ніж за аналогічний період минулого року. Структура експорту представлена таким чином: техсировина і баланси – 57,1%, пиловник – 42,7%, фансировина – 0,2%. Породний склад експорту необробленої деревини різноманітний і в межах груп порід характеризується частками: хвойні – 47,9%, тверді листяні – 41,2%, інші породи – 10 [6]. Україна вступивши до СОТ, прийняла зобов'язання стосовно зниження імпортного мита до нульового рівня практично на всі види продукції за 44 групою УКТ ЗЕД, що відбилось на показниках зовнішньої торгівлі деревинною продукцією за 2008-2010 рр.

Експорт української деревини у 2011 р. перевищує імпорт майже у 3 рази. У 2011 р. було експортовано деревини і виробів з неї на суму 1078,55 млн. дол.. США, що на 251 млн. дол. США перевищило експорт 2007 р. У товарній структурі найбільшу частку

становлять лісоматеріали розпиляні або розколоті – 26%; лісоматеріали необроблені – 22%; плити деревостружкові – 11% та столярні вироби – 10%.

У 2007-2011 рр. експорт необроблених лісоматеріалів з України зріс на 69109,4 тис. дол. США. Протягом цього ж періоду знизився продаж на зовнішній ринок лісоматеріалів розпиляних або розколотих на 34217,4 тис. дол. США, що свідчить про загальну тенденцію зниження обсягів експорту обробленої продукції.

У динаміці експорту продукції лісового господарства України у 2009 р. спостерігається спад, пов'язаний з кризовими явищами у світовій економіці. У цьому році обсяг експорту знизився на 136 млн. дол. США відносно попереднього періоду, але вже у 2010 р. коли спостерігалась тенденція оздоровлення світової економічної системи, обсяги експорту збільшились навіть відносно до кризового періоду.

Основними покупцями вітчизняної деревини залишаються Туреччина, Румунія, Польща, Німеччина. Основним імпортером українських необроблених лісоматеріалів є Туреччина – 43%. Обсяг експорту у 2011 р. зріс майже у 1,5 рази порівняно з 2007 р. Протягом останніх років Україна налагодила більш тісні партнерські зв'язки з Великою Британією та Китаєм. До останньої країни у звітному році необробленої деревини на експорт було реалізовано на 30 млн. дол. США більше, ніж у базовому періоді.

Зовнішня торгівля України деревиною та виробами з неї динамічно розвивається. Основними торговельними партнерами України виступають країни ЄС-27 і Туреччини. У товарній структурі експорту продукції групи 44 УКТ ЗЕД основна частка припадає на лісоматеріали необроблені (22%) та оброблені (28%). Імпортує Україна переважно плитну продукцію (40%), вироби столярні та теслярні будівельні деталі (36%).

Україна має порівняльні торговельні переваги порівняно з ЄС-27 у виробництві круглого лісу, лісоматеріалів оброблених, шпону, фанери клеєної. Водночас у торгівлі продукцією з вищим ступенем обробітку (плитна продукція, вироби столярні та теслярні будівельні вироби) Україна таких переваг не має.

Перспективи розвитку вітчизняного сектору переробки деревини та експорту деревинної продукції з високою доданою вартістю залежить від лісо ресурсної бази та залучення інвестицій, що, в свою чергу, залежить від інституційного облаштування лісоуправління, а також підвищення платоспроможного попиту на кінцевої продукцію з деревини.

Перехід від розподільної економіки до ринкової викликав ряд принципових змін у господарському механізмі лісового сектору України. Найважливішим з них виявилася відмова від державної монополії на експорт лісопродукції. В результаті державні лісогосподарські підприємства отримали можливість виходу на зовнішні ринки. Загалом експортні поставки лісопродукції з України зросли у 1,3 рази, а імпорту у 1,05 рази. Основними партнерами вітчизняних підприємств при здійсненні експортних операцій є Туреччина, Китай, Казахстан та Російська Федерація, а імпортних – Румунія, Німеччина, Польща.

ЛІКУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ

К.Д. ДЖУГОСТРАНЬКА, студ. І курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: викладач ТЕЛИЧКАНЬ В.В.

Більшість людей, проснувшись, одразу вмикають комп'ютер, щоб перевірити пошту чи просто банально зайти в будь-яку соціальну мережу. Тоді це перші признаки інтернет-залежності.

Інтернет-залежність – психічний розлад, нав'язливе бажання підключитися до Інтернету і хвороблива нездатність вчасно відключитися від Інтернету. У 2008 році вона була визнана офіційною хворобою. Визначення захворювання і його діагностичні критерії були розроблені співробітниками Пекінського центрального військового госпіталю [1].

Останнім часом багато людей почали використовувати всесвітню мережу не тільки для роботи чи пошуку інформації, а як засіб життя. З'явилися чати, сайти знайомств. Люди сидять днями і ночами переписуються, грають в ігри, можуть навіть один одного бачити. Тому проблема сьогодні досить актуальна і потребує дослідження та вирішення.

Методика та результати досліджень. Відповідно до нових діагностичних рекомендацій, інтернет-залежною визнається людина, яка проводить в мережі не менше шести годин на день. За статистикою, 54% користувачів у віці від 13 до 23 років проводять в Інтернеті щоденно від 1 до 3 годин, ще 31% сидить в Мережі по 4-6 годин. Існує категорія людей, яка живе віртуальним життям по 10 годин на добу і більше. Більше 45% опитаних заявили, що без персонального комп'ютера і підключення до Інтернету вони не змогли б жити [2].

Найважливішими симптомами того, що у вас почала розвиватися інтернет-залежність є надмірне захоплення інтернет-ресурсами. До того ж, ви не просто цікавитесь всім на світі через Інтернет, а відвідуєте певні сайти без певних на те причин, іншими словами – машинально.

Непереборне бажання залізти в Інтернет, нездатність контролювати свій час в Інтернеті, розумове або фізичне виснаження, порушень сну або уваги, дратівливості, депресія, знервованість, труднощі у спілкуванні з людьми в реальному житті – все це є симптомами інтернет-залежності. Це пов'язано з тим, що вся енергія та вільний час віддається спілкуванню в Інтернеті.

Науковці академії наук Китаю, провівши високоточне дослідження – магнітно-резонансну томографію (метод, який дозволяє одержати висококонтрастне зображення тканин тіла), довели, що інтернет-залежність згубно впливає на мозок людини. Як зазначають дослідники, вплив цього виду залежності на організм людини (а особливо на головний мозок) є майже ідентичним і дуже подібним до впливу, який на собі відчувають наркозалежні та алкоголіки.

Чи небезпечна інтернет-залежність? В певній мірі – так, оскільки вона негативно впливає на здоров'я людини. Перше, що страждає – це зір. Якими б захисними окулярами чи новомодними моніторами ви не користувалися, все це все рівно не захистить ваші очі від перевтоми.

Ще одним негативним результатом інтернет-залежності є прояви болю в спині, сколіоз та сутулість. Виникають вони через сидячий спосіб життя, а лікувати їх не так уже й просто. Для запобігання таких захворювань необхідно використовувати бандажі, які підтримують спину прямо, а плечі – розпрямленими. І найголовніший негативний наслідок такої залежності – це асоціальність. Тобто, у вас вже не виникає потреби зустрічатися з друзями, оскільки з ними можна поговорити по скайпу; не виникає потреби кудись дзвонити і про щось домовлятися; не виникає потреби ходити в магазини, оскільки тепер все можна замовити через Інтернет.

Чим більше ви проводите часу в Інтернеті, тим швидше ви втрачаєте навички живого, реального спілкування, а звідси і впливає те, що вам важче знайти спільну мову з людьми на вулиці чи просто в новій компанії.

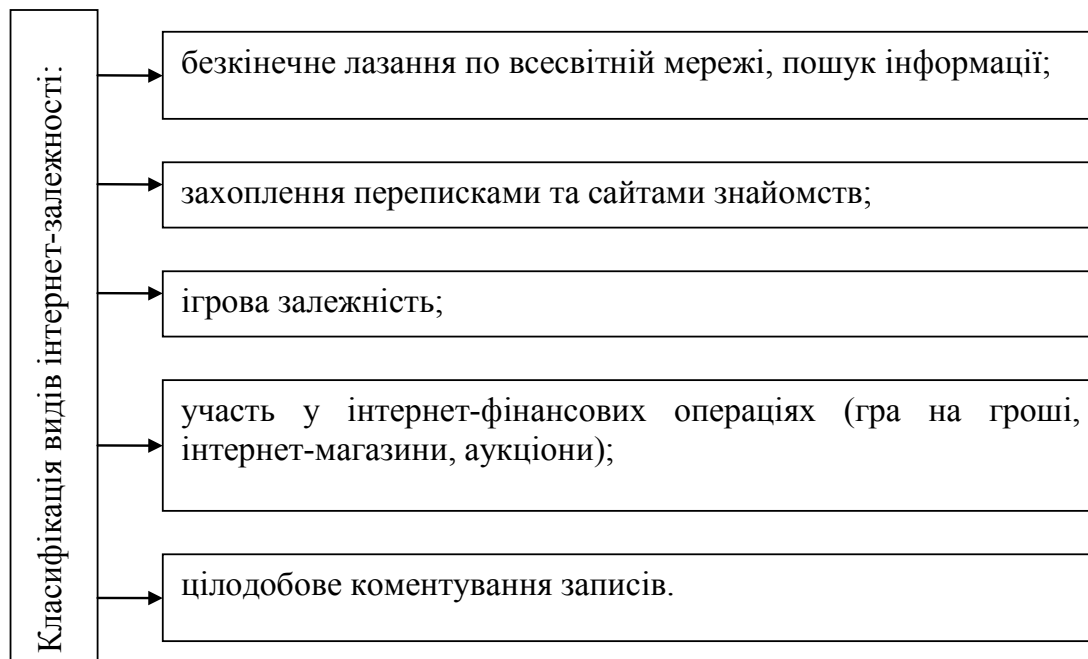


Рис. 1 Класифікація видів інтернет-залежності.

Надмірне захоплення Інтернетом важко помітити самому, найчастіше це помічають люди, які нас оточують. Щоб не перетворитися в раба соціальної мережі, потрібно, перш за все, усвідомити цю проблему і зрозуміти, що крім вас самих вам ніхто не допоможе позбутися цієї згубної «хвороби».

Отож, найперше, необхідно підрахувати скільки часу ви проводите кожен день в Інтернеті, потім проаналізувати, скільки часу було витрачено на пошук дійсно корисної і важливої інформації. І кожного дня вже ставити самому собі за мету – не сидіти більше потрібного часу, ніж для важливих справ в Інтернеті. Це змусить вас переглянути всі свої справи і розподілити свій робочий час максимально продуктивно. Одним із радикальних методів допомогти самому собі є блокування сайтів, які ви найчастіше відвідуєте без певної цілі [3]. Якщо це не допомагає, тоді потрібно звернутися за допомогою до психолога. Кваліфікований психолог проведе з вами бесіду, на якій стане зрозуміло, що вас так приваблює в Інтернеті, чому ви так прагнете туди і чого вам так не вистачає в реальному житті. Часто інтернетомани – це люди, в яких присутні придумані ними самими певні комплекси. Їм важко спілкуватися з оточуючим, оскільки вони самокритичні та слабохарактерні. Проте все це можна перебороти в собі.

Тому, вилікувати людей з інтернет-залежністю можна лише психотерапією. Одним вистачає кілька сеансів, а іншим і 50-ти годин буде замало. В практиці психологів були випадки, коли лікували хворого понад 90 годин, але це не межа. Головним в лікуванні є те, аби людина зрозуміла, що вона потребує лікування.

Згідно з аналізом своєї роботи, психологи зазначають, що найважче працювати з підлітками, які постійно перебувають серед однолітків, що мають такі ж захоплення, та ніхто з них не усвідомлює небезпеки цієї хвороби. Адже через якийсь час людина зі слабкою психікою може покинути через інтернет-залежність не лише навчання, але й роботу, втратити усіх своїх друзів!

Однак, коли залежність загострюється і розвивається до рівня наркології і психічного розладу, м'які теоретичні заходи не мають ефекту. Необхідна дисципліна і батьківські обмеження на користування комп'ютером, щоб у підлітка був час

розвиватися в інших напрямках. Дана проблема останні роки обговорюється на державних рівнях, у ряді країн залежність офіційно визнана хворобою і з'явилися клініки.

У США провідним спеціалістом у вивченні інтернет-залежності зараз вважається Кімберлі Янг – професор психології університету в США, автор відомої книги "Спіймані в Мережу", перекладеної на багато мов. Вона також є засновником Центру допомоги людям, що страждають інтернет-залежністю. Центр, створений в 1995, консультує психіатричні клініки, освітні заклади та корпорації, які стикаються зі зловживанням Інтернетом. Центр вільно поширює інформацію і методики щодо звільнення від інтернет-залежності.

В 2009 письменник Станіслав Миронов опублікував у вільному доступі на одному з літературних ресурсів роман «Virtuality», що розповідає про проблему інтернет-залежності, де автор класифікує інтернет-залежність не тільки як психічний розлад, але і як гостру соціальну проблему, пропонуючи шляхи її вирішення.

У Китаї лікують залежність стройовою підготовкою, що нагадує службу в армії або колонію для малолітніх злочинців.

Висновки. Таким чином, інтернет-залежність є дуже згубною для здоров'я людини. Варто також уявити як люди жили без Інтернету. Так, це було нелегко, але цікаво. Адже особливістю віртуального простору є те, що його просто не існує. Що в свою чергу підводить до висновку про те, що не слід витрачати свій дорогоцінний час на те, чого немає.

Список використаних джерел

1. Інтернет залежність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет_залежність.
2. Статистика користування інтернет-ресурсами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vorobus.com/2010/04/internet-zalezhnist.html>.
3. Самоаналіз дій в Інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mirsovetov.ru/a/psychology/psychologic-trick/internet-addiction.html>.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОРАЛЬНОГО І МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ В ТОВ «ПК «ЗОРЯ ПОДІЛЛЯ»» ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

С.А. ДЕМ'ЯШИШИН, студ. V курсу
Науковий керівник: доцент ДУДІН В.І.

У нових умовах функціонування аграрного сектору економіки України особливої актуальності набуває визначення й економічне обґрунтування напрямів ефективного господарювання у кожному окремо взятому підприємстві. Забезпечення динамічного розвитку сільського господарства, підвищення ефективності виробництва значною мірою залежить від уміння застосування економічних методів управління, серед яких найважливіше місце займає внутрішньогосподарський розрахунок. Нині завдання полягає в створенні такого внутрішньогосподарського економічного механізму, головним в якому є мотивація праці усіх працівників підприємства.

За оцінками західних фахівців, від 30 до 50% працівників ефективно працюють лише за гроші. Інших спонукають до дії більш піднесені потреби: у знаннях, авторитеті, творчості. Людьми рухають моральні ідеали, великі цілі, моральні переконання, звички,

традиції тощо. Головне – "як поєднати матеріальне і моральне стимулювання розвитку виробництва".

Метою нашого дослідження є проблеми мотивації праці в сільськогосподарських підприємствах. Об'єктом дослідження виступає ТОВ «ПК «Зоря Поділля» Гайсинського району Вінницької області, яке було створено шляхом реорганізації Гайсинського цукрового заводу відповідно до рішення засновників у 2006 році.

Керівником даного підприємства Шульга Анатолій Олексійович.

ТОВ «ПК «Зоря Поділля» здійснює свою діяльність шляхом вирощування продукції рослинництва, зокрема зернових та технічних культур, і продукції тваринництва, зокрема відгодівлею ВРХ, свинарством, наданням послуг галузі рослинництва, переробкою сільськогосподарської сировини, зокрема цукрового буряку. Провідним видом продукції в підприємстві є цукровий буряк, який займає 68,51%, друге місце, але при значно меншій питомій вазі займає пшениця 11,15%. Господарство має буряково-зерновий напрямок спеціалізації з розвинутим молочним скотарством.

Станом на перше січня 2012 року підприємство займає загальну площу у розмірі 31616 га., які взято в оренду, середньо облікова чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві 1578 осіб, з яких 1415 осіб у рослинництві та 163 особи у тваринництві, порівнюючи з попередніми роками чисельність працівників значно зросла. Дане господарство є прибутковим, обсяг чистого прибутку за 2012 рік склав 19 млн. 330 тис. грн., рівень рентабельності 37%.

Аналізуючи систему морального та матеріального заохочення працівників ТОВ «ПК «Зоря Поділля» можна відмітити, що на підприємстві виплачуються премії, надбавки, доплати, здійснюється професійне навчання кадрів, керівництво дбає також про культурний розвиток співробітників.

У ТОВ «ПК «Зоря Поділля» оплата праці здійснюється на основі тарифної системи з дотриманням міжкваліфікаційних співвідношень розмірів основної заробітної плати, визначених у галузевій угоді. Застосовуються такі форми і системи оплати праці як годинні тарифні ставки для робітників, місячні оклади для кваліфікованих спеціалістів, відрядні розцінки на виконання робіт по підрозділах і цехах, колективну (наряди) форму оплати праці.

На сучасному етапі розвитку сільського господарства мотивація аграрної праці в основному залежить від системи оплати праці та безпосередньо від розміру заробітної плати, яка є головним критерієм оцінки матеріального добробуту.

Проаналізувавши показники оплати праці та її взаємозв'язок із розміром одержаного прибутку на одного середньорічного працівника в ТОВ «ПК «Зоря Поділля», можна зробити висновки, що кількість працівників за останні три роки значно збільшилась і у 2012 році в порівнянні з 2010 роком, це пов'язано із збільшенням галузі тваринництва на підприємстві та збільшення земельних угідь. Прибуток на одного середньорічного працівника за динаміку років значно збільшився і у 2012 році він становив 12 тис. грн.. Середньорічний фонд заробітної плати одного працівника за 2012 рік становить 44,55 тис. грн., це на 4,8 тис. грн. менше порівняно з 2010 роком, така різниця відбулася за рахунок збільшення чисельності працівників. Середньомісячна заробітна плата 1 працівника за 2012 рік становить 3712 грн., а оплата одній людині – год. в середньому 15 грн.

Збільшення мінімальної заробітної плати в Україні згідно галузевої угоди, та одержання значного прибутку супроводжується і збільшенням заробітної плати на підприємстві. За сучасних умов рівень оплати праці відіграє визначальну роль у формуванні мотиваційного механізму. Поряд з удосконаленням основної заробітної плати в господарстві потрібно вдосконалити додаткову та натуральну оплату праці.

Також на підприємстві виявлено цілий ряд недоліків в системі стимулювання: не виплачується в господарстві доплата за продукцію; додаткова оплата на посіви сільськогосподарських культур, догляді за посівами; підвищена оплата на збиранні сільськогосподарських культур. З метою покращення стимулювання праці та підвищення її продуктивності нами запропоновано впровадити вищезазначені стимули в господарстві.

Для того, щоб працівники сприймали систему оплати і заохочень як справедливу, доцільно:

- постійне відстежувати ситуацію на ринку праці щодо рівня оплати тих професійних груп, з якими можуть порівнювати себе працівники, і вносити своєчасні зміни у систему оплати їхньої праці.

- краще інформувати працівників про розмір заохочень (премій, надбавок і т.п.), і за що вони даються;

- виявляти фактори, що знижують задоволеність працівників системою стимулювання праці і практикою надання тих або інших пільг, які діють в організації, і прийняття, у разі потреби, корекційних заходів;

- виявляти в ході особистих контактів з підлеглими можливої несправедливості в оплаті працівників, присудженні премій і розподілі інших заохочень для наступного відновлення справедливості;

Для того, щоб людина цінувала свою роботу та намагалась виконувати її якомога краще, необхідно, щоб вона ставилась до неї свідомо. Кожного працівника необхідно переконати, що він є членом команди, що від його праці залежить кінцевий результат роботи всього колективу.

Для забезпечення ефективного управління професійним розвитком працівників сільськогосподарського підприємства ТОВ «ПК»Зоря Поділля», доцільно застосувати практику мотиваційного моніторингу. Пропонується періодично проводити опитування робітників та персоналу підприємства, з метою визначення ієрархії їхніх мотивів. Дана функція покладається на бюро підготовки кадрів. Завдання працівників – проаналізувати та визначити для себе цінними наступні види мотивів:

- повне визнання та адекватна оцінка виконаної роботи;
- почуття належності до справ підприємств;
- співчутливе ставлення з боку керівників (інтерес до особистих проблем працівників, бажання допомогти);
- стабільність зайнятості;
- високий рівень оплати праці;
- цікава робота;
- просування по службі;
- особисті контакти з керівниками;
- сприятливі умови праці;
- дисципліна праці.

Отже, в сучасних умовах підприємствам необхідні нові моделі оплати праці, що ламають зрівняльність в оплаті праці і дають простір розвитку особистої матеріальної зацікавленості. У ринковій економіці необхідно не просто забезпечувати матеріальну зацікавленість у визначених результатах праці, але і зацікавити працівника в підвищенні ефективності праці. Узагальнюючі все наведене вище, ми можемо зробити висновок, що внесені нами пропозиції по вдосконаленню методів мотивації на ТОВ «ПК»Зоря Поділля» Гайсинського району підвищать ефективність управління персоналом завдяки впровадженню стандартів відповідності працівників своїй посаді, а застосування комплексу психологічних заходів із збереження людського капіталу на підприємстві

таких, як індивідуальна й групова бесіди, опитування, анкетування, дасть змогу керівництву ретельно оцінити кожного працівника, зробити відповідні висновки і вжити заходи з мотивації співробітників до продуктивної праці на тривалий термін.

Поєднання матеріальних і моральних стимулів та правильне співвідношення форм матеріального і морального заохочення є необхідною умовою їх ефективності для формування у робітників і службовців правильного ставлення до праці.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ В СФГ «ПЕТРОВІТ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

С.В. ДИШЛЮК, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент ДУДІН В.І.

Сьогодні в багатьох підприємствах активно впроваджується маркетинговий менеджмент, який дає можливість кращим чином задовольняти потреби покупців, ефективніше реалізовувати продукцію і збільшувати прибуток. Фахівці з маркетингу розглядають маркетинг як філософію бізнесу і, як метод управління виробничо-господарською діяльністю тієї або іншої організації.

Об'єктом мого дослідження є СФГ «Петровіт» (село Попівка, Маньківський район, Черкаська область) і його маркетингова діяльність. Метою роботи є розробка шляхів удосконалення управління маркетинговою діяльністю даного господарства.

Маркетинг в нинішніх умовах – це діяльність підприємства, орієнтована на максимальне задоволення потреб ринку і отримання прибутку в умовах конкуренції. Він направлений на залучення нових клієнтів за рахунок надання ним вищої споживчої цінності, а також на утримання наявних клієнтів за допомогою повного задоволення їх потреб.

Ефективність організації каналів збуту продукції сільськогосподарського виробництва за умови оптимальної ціни та вміння орієнтуватися й враховувати кон'юнктурні зміни на окремих ринках продуктів є однією з основних умов економічної ефективності сільськогосподарського виробництва.

Для ефективного прийняття управлінського рішення щодо вибору каналу збуту (маркетингового ланцюга), для виробників сільськогосподарської продукції важливо мати в достатній кількості інформації про ціни, тенденції внутрішнього та зовнішнього ринку. Водночас, необхідно чітко орієнтуватись в проблемах маркетингу, які можуть виникати в процесі реалізації продукції.

Особливо важливою стає організація ефективних та економічних, з точки зору принципів маркетингу, каналів просування сільськогосподарської продукції до споживачів.

Підходи маркетингу до організації діяльності сільськогосподарських підприємств передбачають внесення деяких коригувань у порядок формування каналів реалізації сільськогосподарської продукції, які мають відповідати наступним вимогам: канали розподілу слід вибрати таким чином, щоб вони повністю забезпечували доступ до певних ринкових сегментів; необхідно передбачити гнучкість у розподілі; використання одного каналу не повинно включати можливості розподілу продукції по іншому; слід виключати можливість виникнення слабких ланок в установленому ланцюгу розподілу.

Вибір каналу збуту є одним із головних стратегічних рішень у сфері організації збуту продукції підприємства, адже, від правильного прийняття рішення залежить успіх

чи невдача у просуванні товару на ринок.

Якщо у 1990 році сільськогосподарські товаровиробники реалізували продукцію за традиційними каналами збуту: заготівельним організаціям, включаючи продаж за прямими зв'язками та споживчій кооперації; населенню – в рахунок оплати праці й через систему громадського харчування; на ринку – через власні магазини, ятки та палатки, то починаючи з 2000 року значно розширилася їх видова структура.

Так, починаючи з 2002 року, поряд з традиційними каналами збуту, сільськогосподарську продукцію реалізують через біржі, аукціони, видають пайовикам у рахунок орендної плати за землю та майнових паїв, за іншими каналами (комерційним структурам, підприємствам).

Тому пропоную для СФГ «Петровіт» виставляти власну продукцію на товарні біржі. Переваги біржової торгівлі: 1) вільне ціноутворення (біржа дозволяє встановлювати реальні ринкові ціни на товар, що формуються на основі попиту і пропозиції під час біржових торгів в залежності від ринкової кон'юнктури); формування конкурентного середовища для покупців і продавців (участь у біржових торгах по кожній товарній позиції беруть на рівних умовах кілька продавців і покупців, що надає можливість придбати або продати товар за найбільш вигідною ціною на основі вільної конкуренції); спрощення процедури пошуку потенційних постачальників і споживачів товарів (біржова торгівля дає можливість уникнути витрат по пошуку контрагентів, оскільки потенційні покупці (продавці) в значній кількості присутні на одній торговельній площадці); висновок і оформлення великої кількості угод за короткий проміжок часу (всього за кілька хвилин під час біржових торгів можна узгодити умови біржових угод з одним або кількома контрагентами, а також оформити всі необхідні для укладення угод документи); котирування цін на біржові товари (завдяки значній концентрації попиту і пропозиції біржові котирування об'єктивно відображають стан ринку і є орієнтиром для продавців і покупців біржових товарів при укладанні угод як на біржових торгах, так і на позабіржовому ринку); проведення державних закупівель (законодавство України надає суб'єктам господарювання – резидентам можливість для здійснення державних закупівель з використанням біржових майданчиків замість застосування встановлених громіздких процедур (тендерів, конкурсів тощо)). Участь у біржових торгах позитивно позначиться на маркетинговій діяльності СФГ «Петровіт».

Паралельно пропоную впровадити комп'ютеризацію господарства та під'єднання до глобальної мережі Інтернет, з метою оперативного слідкування за станом цін на ринках та зручного пошуку нових покупців продукції СФГ «Петровіт».

Щодо поліпшення збуту молочної продукції господарства, пропоную спочатку впровадити інноваційну технологію доїння. При відсутності контакту молока з повітрям зменшується можливість бактеріального зараження, що в свою чергу збільшує якість молока та його ціну. Це дасть можливість збільшити конкурентоспроможність молока СФГ «Петровіт», а отже з'явиться можливість вийти на нові вигідні ринки України або навіть за його межі.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В АГРОФОРМУВАННЯХ УКРАЇНИ

**В.А. ДРАПАК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМИК Г.В.**

В сучасних умовах господарювання підвищується актуальність питань пов'язаних з розробкою заходів, щодо покращення мотивації праці працівників аграрної сфери. Низький рівень оплати, несприятливі умови праці, недостатня мотивація не дають змоги сільськогосподарським підприємствам реалізувати свої потенційні можливості на практиці, призводять до масової плинності кадрів, зниження їхньої активності. Ключовою причиною таких наслідків є недосконала мотивація трудової діяльності, недостатній рівень організації праці на місцях, що призводить до неякісних та малоефективних кінцевих результатів.

У зв'язку з цим, виникає необхідність дослідження проблем мотивації праці трудових ресурсів на підприємствах та обґрунтування пропозицій щодо створення ефективного мотиваційного механізму.

Вивченню теоретичних, методологічних і практичних питань мотивації праці та підвищенню її ефективності присвячено немало наукових публікацій вітчизняних і закордонних економістів, зокрема, Адамчука В.В., Амосова О.Ю., Афоніна А.С., Багрової І.В., Бортнік Т.І., Бугуцького О.А., Дієсперова В.С., Долішнього М.І., Копача Н.Л., Маліка М.Й., Оучі У.

Відставання темпів зростання продуктивності праці від підвищення заробітної плати як у промисловості, так і в сільському господарстві свідчить про те, що вона втратила свою стимулюючу функцію.

Мотивація праці працівників сільського господарства посідає одне з провідних місць і є складовою ефективною діяльності господарства. Поняття «мотивація» тісно пов'язане з проблемою управління персоналом. Нові економічні відносини, спричинені перехідним періодом, ставлять і нові вимоги до персоналу. Це не тільки відбір персоналу за рівнем кваліфікації та освіти, періодичні тренінги та вмiла розстановка кадрів, а й формування нової свідомості, менталітету, а отже, формування нових методів мотивації [2].

Суть мотивації полягає у розробці чіткого механізму організації праці на підприємстві, що забезпечує стимулювання працівників до активної, ефективної діяльності. Все це зумовлює необхідність дослідження чинників, що впливають на формування механізму мотивації праці в сільському господарстві.

Формування мотиваційного механізму повинно бути засноване на внутрішніх і зовнішніх мотивах. До внутрішніх мотивів можна віднести: матеріальну й моральну зацікавленість у результатах роботи; прагнення до самовираження, відчуття задоволеності тощо. Зовнішні мотиви практично не залежать від працівника, але впливають на його мотивацію, їм притаманні умови праці, соціально-психологічний клімат у колективі, методи управління й стиль керівництва, умови, що впливають на психологічний стан людини.

Фактори мотивації праці можна згрупувати в активізувальні й пригноблювальні групи. До першої групи належать такі чинники, як привабливість і престижність праці, професійні знання та кваліфікація, заповзятливість, форма господарювання. Пригноблювальними чинниками виступають високі ставки оподаткування, високі відсоткові ставки кредиту, диспаритет цін, низький технічний і якісний рівень матеріально-технічних ресурсів, низький рівень механізації трудових процесів, відсутність фінансових коштів тощо.

Серед найважливіших чинників, що негативно впливають на мотивацію праці, окрім низького рівня оплати праці, такі: відсутність відповідальності, демографічна криза на селі (неможливість заміни працівника, який порушує дисципліну, не виконує норм виробітку, працює у стані алкогольного сп'яніння тощо, іншим працівником через відсутність пропозиції на даному територіальному ринку праці), соціальна несправедливість, низький рівень підготовки кадрів, відсутність соціальної інфраструктури на селі. Тому для продуктивної праці необхідно розробити таку систему мотивацій, яка б забезпечила матеріальне і моральне задоволення персоналу.

Мотивація на підприємствах АПК може здійснюватися різними методами: роз'ясненням, вихованням, особистим прикладом, системами заохочень і покарань в ієрархії організації і т.д. Ефективність мотивації оцінюється за результатами діяльності співробітників і організації, а також за характеристиками, що визначає ставлення до праці.

Існують дві основні форми мотивації: по результатам і по статусу. Мотивація за результатами звичайно застосовується там, де можна порівняно точно визначити і виділити результат діяльності одного співробітника або групи. При цьому винагорода зв'язується з виконанням конкретної роботи чи відносно відокремленого етапу роботи.

Необхідність змінити існуючий мотиваційний механізм зумовлюється ще й значними іноземними інвестиціями у сільське господарство. Іноземні власники звикли використовувати європейські моделі менеджменту організацій і, відповідно, вимагають створення нової системи мотивації, яка б відповідала сучасним загальносвітовим тенденціям, а головне – робила винагороду залежною від результатів праці [1].

При формуванні механізму мотивації необхідно враховувати індивідуальні потреби працівників, які залежать від віку, статті, соціального статусу, ціннісних орієнтацій. Разом із матеріальними мотивами велике значення має й самоповага, незалежність у роботі, повніше використання своїх здібностей. В проведеному соціальному опитуванні серед працівників АПК, нами було встановлено, що підвищення кваліфікаційного рівня більше цікавить чоловіків (41,7%), ніж жінок (38,3%), тоді як задоволені професією більше жінки (39,3%), ніж чоловіки (22,7%). Чоловіки також більше цікавить корисність і суспільне визнання роботи (43,9%), жінок менше – 15,3%. Вагоме значення для чоловіків мають самостійність і незалежність у роботі, повне використання своїх здібностей, участь в управлінні виробництвом. Водночас жінки віддають перевагу гарантованості робочого місця, одержанню житла й поліпшенню соціально-побутових умов, забезпеченню санітарно-гігієнічних умов на підприємствах [3].

Управління мотивацією – це індивідуальний підхід до кожного працівника, враховуючи його особистість, досвід, спосіб життя. Адже, для різних осіб діють різні домінантні фактори мотивації, починаючи з грошей, влади, визнання, умови праці, контакти з колегами, до можливостей творчої роботи та власного розвитку, тому потрібно ретельно вивчити інтереси та побажання працівників перед тим, як створювати систему мотивації на підприємстві.

Керівнику необхідно цілеспрямовано підбирати складові елементи заохочення найманого персоналу таким чином, щоб сформувати загальні винагороди відповідно до вартості робочої сили. Одні складові елементи можуть стосуватися всіх зайнятих, інші можуть повторюватись для визначених груп працівників, а деякі можуть бути абсолютно унікальними і адресовані індивідуальним працівникам. Така мотиваційна система буде направлена на те, що, з одного боку, кожний працівник відчує свою значущість у господарстві, а з іншого – кожен може зарекомендувати себе як особистість і кінцева винагорода буде залежати лише від його індивідуального внеску у розвиток господарства.

Мотивація як процес повинна розвиватися динамічно, системно, а за характером впливу на працівника носити індивідуальний характер і бути диференційованою.

Системи мотивації, які необхідно розробляти, повинні: по-перше, бути багатофакторними; по-друге, мати конкретну спрямованість на групу працівників або на окремого працівника; по-третє, постійно удосконалюватися та доповнюватися; по-четверте, бути значущими для організації.

Мотивація праці є актуальним та складним процесом, потребує системного підходу, зваженого застосування різних методів та способів, прозорості та визначеності і відіграє важливу роль у господарській діяльності аграрних підприємств.

Отже, при розробці ефективного механізму мотивації персоналу необхідно врахувати зв'язок з системою якості, результативністю, задоволеністю працівників з урахуванням стратегії розвитку підприємств.

Список використаних джерел:

1. Панібратець І. Мотивація персоналу в АПК. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.milkua.info/uk/technews/96/>
2. Мушкін І. Нематеріальна мотивація продуктивності праці./Персонал -2009 №4. С. 44-49.
3. Шалевська О.Ю. Чинники впливу на мотивацію праці в сільському господарстві/ Економіка АПК-2010, №8. С.81-86

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

Т.А. ДРОБАХА, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: професор ДЯЧЕНКО М.І.

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки одним з факторів ефективного функціонування суб'єктів господарювання є вихід на міжнародні ринки. На даному етапі розвитку світової економіки, коли між підприємствами ведеться конкурентна боротьба за кожного потенційного покупця, важливим аспектом успішного функціонування підприємства є його можливості на ринку даної галузі. Тому вихід на зовнішні ринки збуту – це перш за все нові можливості для більш швидкого росту, ніж на ринку своєї країни.

ДП " Уманське лісове господарство" розташоване в південно-західній частині Черкаської області на території семи адміністративних районів із загальною площею лісу 30332 га. Дане господарство виконує всі роботи по веденню лісового господарства і лісоексплуатації, починаючи зі збору лісового насіння, вирощування посадкового матеріалу, посадки лісу і закінчують вирубкою лісу проміжного та головного користування, переробкою деревини.

Як правило зовнішньоекономічна діяльність ДП «Уманське лісове господарство» здійснюється у формі експорту та імпорту продукції. Так, питома вага експорту в структурі зовнішньоекономічних операцій становить 97%. Підприємство експортує на зовнішній ринок лісопродукцію в обробленому та необробленому виді, зокрема: дрова, заготовки пиляні, фансировину, паркетні заготовки, будівельний ліс. Лісове господарство на зовнішньому ринку співпрацює з такими країнами як: Англія, Болгарія, Ісландія, Туреччина, Нова Зеландія, Латвія, Польща, Данія, Німеччина, Швейцарія та Кіпр.

В середньому за 2009-2011 рр. питома вага експорту у вартості продукції господарства склала 62%, тому підприємство можна вважати експортно-орієнтованим і таким, що успішно веде ЗЕД.

**1. Розподіл за категоріями лісових насаджень
ДП «Уманське лісове господарство», 2011 рік**

Показники		
1	Площа земель лісового фонду, га	30332
2	із них вкриті лісовою рослинністю, га	28187
3	в т. ч. лісових культур, га	20449
4	Розподіл за категоріями: ліси природоохоронного, наукового, історико-культурного призначення, га	784
5	рекреаційно-оздоровчі ліси	7300
6	захисні ліси	9981
7	експлуатаційні ліси	10122
8	Мисливські угіддя, га	4200
9	Розрахункова лісосіка по головному користуванню, тис. м ³	38,1
10	Розрахункова лісосіка по проміжному користуванню, тис. м ³	35,3
11	крім того, вибіркові санітарні рубки, тис. м ³	20,9
12	Заготівля деревини, тис м ³	73,4

Структура лісових насаджень ДП «Уманське лісове господарство» показано в таблиці 1.

Що стосується основних економічних показників діяльності ДП «Уманське лісове господарство», які представлені в таблиці 2 то можна відмітити, що вони з кожним роком зростають. Так, обсяг реалізованої продукції в 2011 році в порівнянні з 2009р. зріс на 3215 тис. грн., фонд оплати праці на 1135,2 тис. грн., середньомісячний дохід 1 працівника на 344,56 грн.

**2. Основні економічні показники діяльності
ДП "Уманське лісове господарство" за 2009-2011 роки**

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відхилення +,-
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	18472	17516	21687	3215
Реалізація на експорт, тис. грн.	7330,6	5962	8614	1283,4
Питома вага експорту в реалізованій продукції, %	39,7	34	39,7	0
Реалізація продукції переробки в загальному обсязі реалізації, %	20,6	16,2	13,9	6,7
Реалізація на одного працівника, грн.	45275	45144	56624	11349
Заготівля деревини, тис. грн.	73,8	72,2	73,4	-0,4
Середньооблікова чисельність в еквіваленті повної зайнятості, чол.	408	388	383	-25
Фонд оплати праці, тис. грн.	7317,8	6477,1	8453	1135,2
Середньомісячний дохід 1 працівника в еквіваленті повної зайнятості, грн.	1494,65	1391,13	1839,21	344,56

Всі ці досягнення були здобуті завдяки вмілому керуванню персоналом, впровадженню нових технологій виробництва продукції, удосконалення праці, введення інноваційної політики на кожному робочому місці налагодження і відновлення зовнішньоекономічних зв'язків.

Що стосується основних технічних показників діяльності ДП " Уманське лісове господарство" за 2009-2011 роки то вони наведені в таблиці 3.

Проаналізувавши основні технічні показники ДП «Уманське лісове господарство»

можна зробити висновки, що такі показники як обсяги реалізованої продукції, питома вага експорту в реалізованій продукції в 2011 році порівняно з 2009 роком збільшилась на 106,0 і 101,4%. Що стосується реалізації продукції переробки в загальному обсязі реалізації то вона має тенденції до зменшення, так у 2011 році вона зменшилась порівняно з 2009 роком на 60,5%.

3. Основні технічні показники діяльності ДП " Уманське лісове господарство" за 2009-2011 роки

Найменування показників	З початку року				
	2010р.	2011р.	2012р.	Темп росту%	Абсолютне відхилення +,-
Заготовлено деревини, всього кбм.	73394	74618	76028	101,7	1410
Обсяг вивезеної лісопродукції, кбм (на н/с+двір споживача)	45400	53134	53885	101,4	751
Залишки деревини (на верхніх і нижніх складах), кбм	8551	4330	4065	93,9	-265
Обсяг реалізації продукції (всього) тис. грн.	21687	31476	33360	106	1884
З загальної реалізації: експорт тис. грн.	8613,9	8632	9505,3	110,1	873,3

Для підвищення діяльності лісове господарство постійно займається пошуком нових партнерів та ринків збуту для своєї продукції.

Отже, ДП «Уманське лісове господарство» веде ефективну зовнішньоекономічну діяльність, що приносить прибутки, нарощує свій експортний потенціал, розширює асортимент продукції, освоює нові ринки. Для подальшого розвитку й активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно розширювати асортимент експортної продукції, збільшуючи її частку, налагоджувати партнерські відносини з втраченими у конкурентній боротьбі клієнтами та застосовувати повний набір інструментів маркетингу. Результатом буде освоєння нового рівня міжнародних ділових відносин та використання інших видів зовнішньоекономічної діяльності.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ПП «ДМИТРУШКИ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Л.М. ЖВАВА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: професор ГАВРИЛЮК Л.А.**

Ефективне функціонування і подальший розвиток вітчизняних сільськогосподарських підприємств можливі лише на основі використання дієвого механізму управління, важливою складовою якого є управління їх персоналом.

Питанням ефективного управління персоналом присвячено праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених: А. Маслоу, Ф. Тейлор, Б.М. Генкім, Дж. Гелбрет, В.М. Петюх, Л.І. Михайлова, І.В. Мурашко, М.Д. Виноградарський, О. М. Пожар, С.В. Зеленський.

Метою статті є: визначення основних проблем та напрямів удосконалення управління персоналом у сільськогосподарських підприємствах. У роботі над матеріалом використано такі методи: аналіз, синтез, узагальнення, порівняння.

Сьогодні всі розуміють, що для того, щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберігати конкурентоспроможність підприємства, керівництво має оптимізувати віддачу від будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських. Коли організація

дійсно турбується про людей її загальна філософія, клімат і настрої обов'язково відбивається на результатах.

Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні – як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані – як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці.

Аналіз системи управління персоналом у ПП «Дмитрушки» свідчить про ряд негативних тенденцій. Кадрова політика тут направлена на зменшення витрат на робочу силу та загалом є пасивною, що виражається у відсутності чіткої програми дій відносно персоналу, прогнозу кадрових потреб та способів оцінки праці персоналу, діагностики кадрової ситуації тощо.

На жаль, рівень роботи з персоналом не відповідає сучасним вимогам кардинальної перебудови управління економікою, втілення в життя активної соціальної і кадрової політики. Суттєво впливає на роботу кадрової служби рівень організаційно-правової і соціально-психологічної культури працівників відділу кадрів, неналежне ставлення до підвищення кваліфікації. Знання й уміння в області роботи з персоналом, відсутні або недостатні і у більшості працівників, що займають у ПП «Дмитрушки» керівні посади, що в цілому знижує ефективність управління.

Оцінимо економічну ефективність управління персоналом у ПП «Дмитрушки» Уманського району Черкаської області (табл. 1).

Аналіз даних таблиці свідчить про економічну ефективність управління персоналом у ПП «Дмитрушки» протягом досліджуваного періоду, на що вказує зростання продуктивності праці працівників в цілому по господарству у 2011 році на 15,7 грн., а також збільшення чистого прибутку від реалізації продукції на 787,6 тис. грн. (7 разів), порівняно з 2009 роком.

1. Економічна ефективність управління персоналом у ПП «Дмитрушки» Уманського району Черкаської області

Показники	2009	2010	2011	Відхилення 2011 від 2009	
				+, -	%
Виробництво валової продукції у розрахунку на 1 середньорічного працівника, грн.	56,12	62,00	71,85	15,7	128,0
у т.ч. рослинництва	54,21	119,2	143,6	89,39	264,9
тваринництва	61,16	20,67	20,02	-41,1	32,7
Чистий прибуток від реалізації продукції (послуг, робіт), тис. грн.	128,4	1433,7	916	787,6	713,4
Рівень рентабельності, %	4,10	42,10	21,16	17 п.п	x

Основними напрямками удосконалення управління персоналом для керівництва ПП «Дмитрушки» має бути необхідність кадрового планування. Адже нові соціально-економічні умови, які склалися в аграрному секторі України передбачають використання не тільки прогресивних технологічних розробок, але й нової технології роботи з

персоналом. Перш за все, керівництво повинно усвідомити, що формування, використання і розвиток трудового потенціалу кожного працівника має будуватися на плановій основі, а вирішення кадрових питань не має бути стихійним. У зв'язку з цим зростає роль кадрового планування та його інформаційного забезпечення.

Також необхідно збільшити витрати на навчання і перепідготовку кадрів. Негативна тенденція зменшення обсягу інвестицій у кадровий потенціал є наслідком загострення дефіциту кадрів, особливо спеціалістів і кваліфікованих робітників. Отож, однією з ключових проблем ПП «Дмитрушки» є відтік кваліфікованих кадрів, внаслідок чого погіршуються кількісні та якісні характеристики кадрового потенціалу, що знижує ефективність управління персоналом. Причинами такої ситуації є непривабливість праці, відсутність дієвих стимулів, малоефективний мотиваційний механізм, відсутність належного соціального захисту.

Отже, перспективними завданнями, вирішення яких сприятиме поліпшенню характеристик кадрового потенціалу ПП «Дмитрушки» є забезпечення стабільного росту показників фінансово-господарського розвитку, поліпшення матеріального стимулювання через підвищення заробітної плати.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ТОВ ВНФ «ЗЕЛЕНОГІРСЬКЕ» ЛЮБАШІВСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н.П. ЖОЛУБ, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент ВЕРНЮК Н.О.

Прийняття рішень – це процес який починається з виникнення проблемної ситуації і закінчується вибором рішення, тобто вибором дій з усунення проблемної ситуації. Управлінські рішення приймаються на всіх рівнях керівництва відповідно до функцій, обов'язків та правил, встановлених в організації. Процес ухвалення рішення пов'язаний з необхідністю вибору з великої кількості можливих варіантів справді найкращого. Тобто, управлінське рішення це вибір з безлічі можливих варіантів вирішення конкретної проблеми одного, який на думку керівника є найбільш оптимальним.

Особливий внесок у теорію прийняття рішень внесли такі вітчизняні й закордонні вчені як В. Бакуменко, А. Дегтяр, Я. Берсуцкий, С. Бир, Г. Саймон, М. Мескон, А. Фойль, Ф. Тейлор, О. Уайт, Д. Дерлоу, В. Маслоу та ін.

До управлінського рішення висувається ряд загальних вимог, серед яких слід відмітити:

1. Всебічну обґрунтованість рішення;
2. Своєчасність;
3. Необхідну повноту змісту;
4. Повноваження;
5. Узгодженість із прийнятими раніше рішеннями.

Робота з прийняття управлінських рішень вимагає від менеджерів високого рівня компетентності, значних затрат часу, енергії, досвіду. Вона передбачає високий рівень відповідальності, оскільки для втілення прийнятих рішень у життя необхідно забезпечити ефективну та злагоджену роботу всього організаційного механізму.

Прийняття оптимального управлінського рішення можливе внаслідок всебічного аналізу процесів і проблем виробничо-господарської, збутової, фінансової та інших видів діяльності з орієнтацією на інтереси, стратегічні цілі організації. Не менш важливим є врахування чинників, пов'язаних з економією матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, отриманням оптимального прибутку тощо.

Однозначно можна стверджувати, що діяльність керівника пов'язана із безперервною розробкою та прийняттям рішень, оскільки тільки рішення є конкретною формою прояву управлінської функції. Незалежно від різноманітності проблем, через які має бути прийнято те чи інше рішення, сам процес розробки є послідовним та містить низку дій.

Теорія менеджменту розглядає управлінське рішення як процес, що складається з трьох стадій: підготовки, прийняття і реалізації рішення.

Аналізуючи процес прийняття та реалізації управлінських рішень нами запропоновано таку систему операцій і процедур прийняття управлінських рішень (рис. 1).

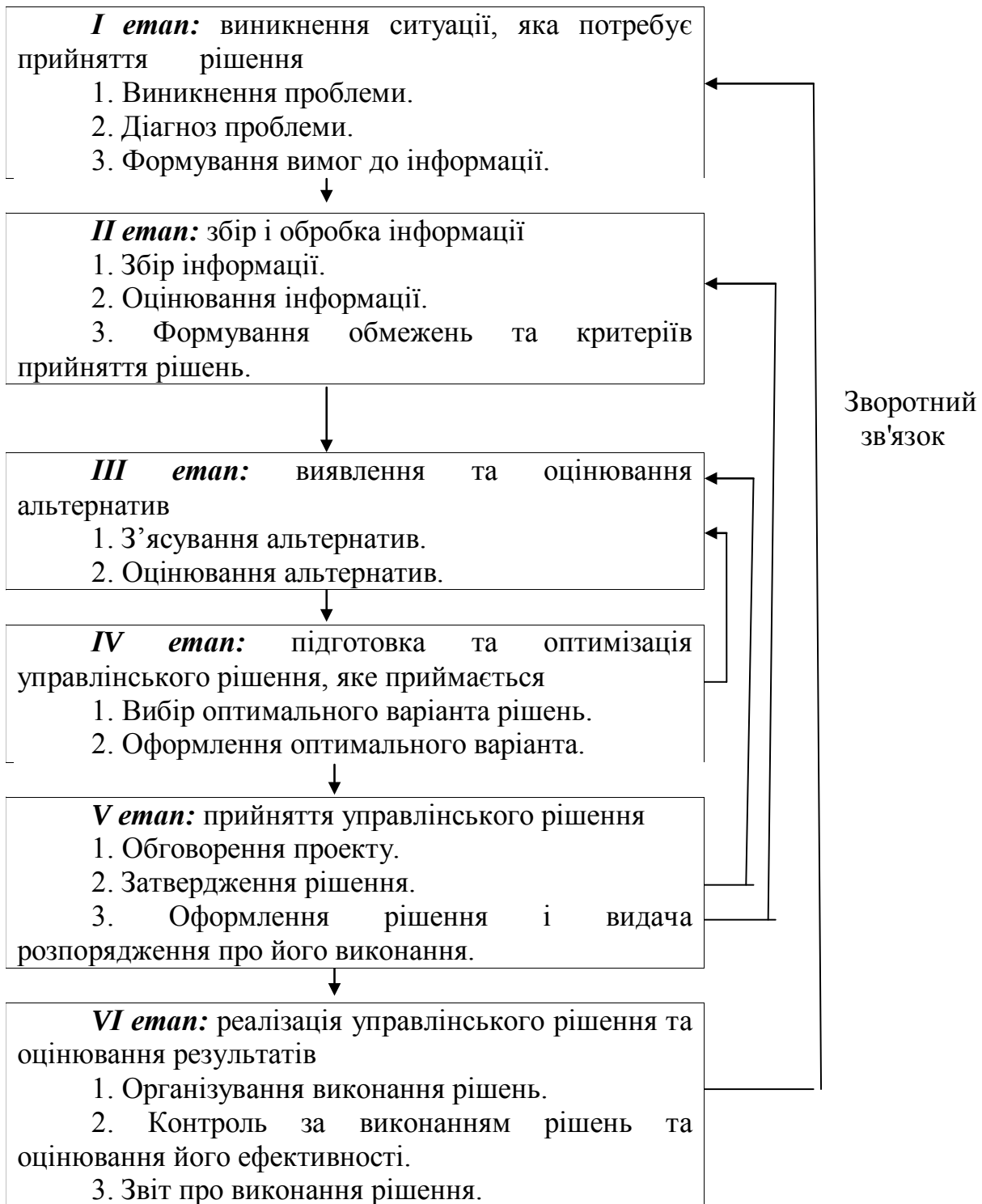


Рис. 1. Система операцій і процедур прийняття управлінських рішень

Наведена схема прийняття й реалізації управлінських рішень відображає логіку й технологію управлінської діяльності. На практиці цей процес є набагато складнішим і допускає паралельність виконання певних процедур, що може значно скоротити час прийняття рішень. Ефективність же цього процесу великою мірою залежить від методів, які використовують менеджери в ході виконання всіх видів управлінських робіт.

Звичайно в прийнятті будь-якого рішення присутні інтуїція та судження. Але менеджери середньої ланки все більше покладаються не на інтуїцію, а на одержану інформацію і допомогу. На прийняття рішення також впливають такі чинники, як особисті оцінки керівника, сфера прийняття рішень, інформаційні і поведінкові обмеження, негативні наслідки і взаємозалежність рішень.

Поряд із прийняттям управлінських рішень не менш важливою ланкою технології управління є їх реалізація. Поки рішення не втілено в життя – це не рішення, а лише добрі наміри. Потрібна велика організаторська робота, аби досягти його реалізації. Тому в технологічному ланцюзі управлінських операцій, спрямованих на розв'язання проблем, складним і відповідальним є етап виконання прийнятих рішень.

Провівши дослідження системи управління у ТОВ ВНФ «Зеленогірське» ми дійшли висновку, що основним недоліком процесу прийняття управлінських рішень є те, що рішення приймаються одноосібно керівником, носять суб'єктивний характер і відсутня система послідовності прийняття управлінських рішень. Ще однією проблемою управління у ТОВ ВНФ «Зеленогірське» є відсутність делегування повноважень, що свідчить про слабку динаміку його розвитку і можливість адаптуватися до зовнішнього середовища. Керівник підприємства не вміє і не завжди розуміє необхідність делегувати свої владні повноваження підлеглим працівникам.

Одним із напрямків удосконалення процесу прийняття і реалізації управлінських рішень є організація ефективної та скоординованої роботи всіх структурних підрозділів ТОВ ВНФ «Зеленогірське», та побудови дієвої системи делегування повноважень керівництвом на підприємстві.

Ми погоджуємося з думкою Федулової Л.І., що прискорити процес прийняття рішень і підвищити їхню якість можна, дотримуючись таких рекомендацій:

- формулювання проблем, розробка та вибір рішення мають бути сконцентровані на тому рівні ієрархії управління, де для цього є відповідна інформація;
- інформація повинна надходити від усіх підрозділів фірми, що перебувають на різних рівнях управління й виконують різноманітні функції;
- вибір і ухвалення рішення мусять віддзеркалювати інтереси й можливості тих рівнів керування, на які покладатиметься виконання рішення або які заінтересовані в його реалізації.

Таким чином впровадження запропонованої схеми системи процедур прийняття рішень та заходів із підвищення їх якості сприятимуть покращенню ефективності управлінських рішень у ТОВ ВНФ «Зеленогірське».

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ТОВ «НВП «АГРО-РИТМ»

С.А. ЗАВІРЮХА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н, доцент ТИМЧУК С.В.

В умовах здійснення імпорتنих операцій на ринку елітного насіння в Україні важливу роль відіграє оптимальна система управління. Успіх вдало проведеної імпоротної операції на підприємстві залежить від високої кваліфікації менеджерів сфери

зовнішньоекономічної діяльності. Від обсягів імпорتنих операцій залежить кількість персоналу відповідної кваліфікації, який забезпечуватиме управління в даному сегментів господарської діяльності підприємства.

Проблеми в сфері управління зовнішньоекономічними операціями досліджувалися такими вченими-економістами, як: Янковський Е.А., Островський Л.Е., Казанцев С.К., Макогон Ю.В., Кравченко В.А., Кравцова В.В, Мамутов В.К., Чувпило О.О., Новицький В.Е. та інші. Проте недостатньо вивченими залишаються умови та особливості управління імпортними операціями на підприємствах імпортерів елітного посівного матеріалу в Україні.

Найкращим способом удосконалення експортно-імпорتنих операцій є страхування від валютних ризиків, адже саме цей фактор спричиняє значні фінансові втрати. Правильно встановлені умови страхування можуть поліпшити загальний стан проведення зовнішньоекономічних операцій [3, 5].

Удосконалення організації управління імпортними операціями необхідно починати з правильного підбору менеджера з закупівель, адже від його кваліфікації залежить правильна організація імпорتنих операцій.

Гарний фахівець знає своїх людей, їх сильні та слабкі сторони. Він також розуміє динаміку галузі, потреби клієнтів, поточні економічні тенденції і конкуренцію. Хороший менеджер відділу закупівель – це хороший HR-manager. Саме він відбирає і розвиває високоефективну команду. Висококваліфікований фахівець повинен вміти досягти цілей чужими руками. Менеджери з закупівель повинні мати спеціальні знання і володіти здатністю використовувати їх у повсякденній роботі з управління торгівельною діяльністю. Вимоги до їх професійної компетенції можна умовно розділити на дві групи. Першу складають знання та вміння виконувати професійну роботу в управлінні, що вміщують:

- навики прийняття рішень в ситуаціях, для яких характерні висока динамічність і невизначеність;
- інформованість з питань розвитку галузі, в якій працює підприємство: конкурентності, динаміки попиту на продукцію;
- вміння використовувати сучасну інформаційну технологію, засоби комунікації та зв'язку.

Друга група вимог пов'язана зі здатністю менеджерів з закупівель працювати з людьми. Менеджери повинні мати особисті якості, які підсилюють довіру та повагу з боку інших. До цієї групи входять:

- високе почуття обов'язку і відданість справі;
- чесність у відносинах з людьми і довіра до партнерів;
- вміння чітко висловлювати свої думки і переконувати [4].

У ТОВ «НВП «Агро-Ритм» працюють висококваліфіковані фахівці з управління зовнішньоекономічними операціями, що дозволило налагодити зв'язки з Національним науково-виробничим сільськогосподарським інститутом м. Фундуля (Румунія). Предметом співпраці є продаж-купівля батьківських форм гібриду соняшника і надання права комерціалізації насіння біологічної категорії F1, яке буде вирощуватись покупцем, та право комерціалізації в Україні.

У 2012 р. з Румунії було імпортовано насіння соняшника на суму 15275 євро. Окрім Румунії елітне насіння імпортується також з Польщі та Молдови. У 2012 р. загалом було проведено імпорتنих операцій на суму понад 22995 євро. (табл. 1).

Найбільшу питому частку (66,4%) в обсязі імпорту У ТОВ «НВП «Агро-Ритм» займає продукція з Румунії. Продукція з Польщі та Молдови складає відповідно 18,8 та 14,8% у загальній структурі імпорتنих поставок.

1. Імпортні операції ТОВ «НВП «Агро-ритм» за 2012 р.*

Країна	Назва продукції	Сорт		Кількість, кг	Вартість, євро	Структура імпорту в розрізі країн, %
Румунія	Соняшник	LC-M Performer		55	4895	66,40
		LC-T Perfomer		10	790	
		LC-M Favorit		45	4005	
		LC-T Favorit		10	790	
		LC-M Funduela-225		45	4005	
		LC-T Funduela-225		10	790	
Польща	Кукурудза	Космо 230	«мама»-340	20	4320	18,80
			«папа»-140	19		
Молдова	Кукурудза	Порум-бень 295	«мама»-240	12	3400	14,80
			«папа»-100	14		

*Сформовано на основі даних підприємства

Загалом удосконалення ефективності імпортних операцій у ТОВ «НВП «Агро-Ритм» можна досягти шляхом:

- 1) пошуку більш вигідних постачальників;
- 2) застосовування засобів страхування валютних ризиків;
- 3) організації потрібних строків поставки;
- 4) організація безперервності поставок, якщо це необхідно для ефективної діяльності підприємства;
- 5) організації правильного транспортного забезпечення [1].

Вдало організована система управління імпортними операціями дозволить підприємству збільшити обсяги поставок, а відповідно і досягти гарних фінансових результатів в цілому. Удосконалення управління імпортними операціями у ТОВ «НВП «Агро-Ритм» можливе лише за умови врахування всіх складових даних операцій. Провідне місце в управлінні імпортними операціям належить висококваліфікованим фахівцям – менеджерам по закупівлям. Оперативний аналіз та дослідження окремих факторів дозволить підприємству розробити стратегію, яка в більшій мірі задовольнятиме підприємство, і сприятиме отриманню більших прибутків від здійснення зовнішньоекономічних операцій.

Список використаних джерел:

1. Антонюк О., доктор політичних наук, професор, директор Українсько-Російського інституту менеджменту та бізнесу МАУП Журнал інтелектуальної еліти «Персонал», №10/2006 р. -58с.
2. Казанцев С.К. «Основы страхования»: Навч. посіб. – Екатеринбург: ИПК УГТУ, 2000. – 101 с.
3. Корнєв В.Л., Корецький М. Х., Даций О. І. «Маркетингова цінова політика». Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007.,- 200 с.
4. Рэхем Н., Рафф Р. «Управление большими продажами»: Навч. посіб. – «НІРРО», 2003.,- 313 с.
5. Стровский Л.Е., Казанцев С.К., Шаблова Е.Г. «Внешнеэкономическая деятельность предприятия»: Навч. посіб. – М.: Юнити, 2001 г.,- 823с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ВАТ “ЗВЕНИГОРОДСЬКИЙ СИРОРОБНИЙ КОМБІНАТ”

**В.М. ЗАХАРЧЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент КОВАЛЕНКО Г.О.**

Наявність конкурентного середовища в умовах ринкової економіки зобов'язує приділяти величезну увагу проблемам якості. Серйозна конкурентна боротьба зумовила в країнах з розвинутою ринковою економікою розробку програм підвищення якості. Виникла необхідність вироблення об'єктивних показників для оцінки здібностей фірм виробляти продукцію з необхідними якісними характеристиками. Ці характеристики підтверджуються сертифікатом відповідності на продукцію. Багато фірм-виробників мають системи якості, які відповідають міжнародним стандартам.

В даний час саме сертифікат, що підтверджує відповідність продукції міжнародним стандартам на систему якості, служить вирішальним фактором для укладання контракту на поставку продукції. Успішна реалізація якісного продукту споживачеві є головним джерелом існування будь-якого підприємства. Історія багатьох зарубіжних та вітчизняних компаній – яскраве підтвердження цьому. Такі компанії, як “Макдональдс”, “Дельта Ейрлайнз” і багато інших, наочно демонструють цю залежність. Але існує чимало прикладів, які свідчать про те, що фірми зазнають невдачі, тому що якість їхньої продукції не відповідає очікуванням споживачів.

Актуальність роботи полягає в тому, що на даний момент в Україні спостерігається постійне підвищення вимог до якості продукції, до організації системи управління якістю на підприємстві.

Таким чином, мета роботи – аналіз і оцінка процесу управління якістю продукції на підприємстві ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат”.

Теоретичною основою даної роботи стали праці таких вчених-економістів, як В.В. Ковальова, Л.Т. Гіляровського, Г.В. Савицької, Є.В. Стояновой та інших.

Проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки. Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції. У сучасній літературі і практиці існують різні трактування поняття якості. Міжнародна організація по стандартизації визначає якість (стандарт ІСО-8402) як сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, які надають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби. Цей стандарт увів такі поняття, як «забезпечення якості», «управління якістю», «спіраль якості».

Філософія бізнесу ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат”: випуск натуральних продуктів високої якості і реалізація їх за доступними цінами. У ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат” виробляється широкий асортимент сирів. Між собою вони розрізняються по особливостях технології приготування, зовнішнім ознакам і органолептичними показниками.

Вимога до якості твердих сичужних сирів. Тверді сири ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат” залежно від органолептичних показників діляться на вищий і перший сорт. Органолептичним методом якість сирів визначають по 100-бальній системі. Усі сири вищого сорту повинні мати загальну оцінку 87-100 балів. Важливим показником є смак і запах – загальна оцінка не менше 37 балів. Загальна оцінка для сирів першого сорту 75-86 балів, у тому числі смак і запах не менше 34 балів. Сири вищого сорту повинні мати правильну форму; кірка тонка, рівна, чиста і пружна, без зморшок. У парафінованих сирів шар парафіну цілий, непорушений. Смак і запах мають бути

чистими, властивими цьому виду, без сторонніх присмаків і запахів. У першому сорті допускається слабовиражений кормовий і кислий присмак. Консистенція тіста має бути еластичною, однорідною по усій масі. Не допускаються до продажу сири, що мають вади.

Основний напрямок у роботі підприємства робиться на реалізацію тільки якісної продукції, для цього у ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат” здійснюється постійний контроль якості. На ринку молочної продукції конкуренцію можна назвати досить жорсткою, оскільки з’являються нові фірми-виробники молочної продукції. Кількість фірм, прагнучих в галузь, досі росте, оскільки галузь притягає великим рівнем прибутку, і попитом на продукцію. Це спричиняє за собою необхідність прояву гнучкості в роботі організації: швидкої зміни асортименту, додаткової закупівлі супутніх товарів, перекваліфікації фахівців і т. д.

Оскільки ВАТ “Звенигородський сироробний комбінат” працює на ринку, що розвивається, з сильною конкуренцією, то для нього найкращою буде комбінована стратегія, націлена на рішення своїх конкурентних переваг і передбачаюча глибше проникнення і географічний розвиток ринку, розширення асортименту молочної продукції. Це можна сформулювати таким чином. Спочатку мінімізувати витрати і тим самим зміцнити свою конкурентну позицію, потім вийти на нові ринки, уклавши угоди в регіонах, потім закріпитися в них, шляхом створення філій.

Наряду з діючою системою управління якістю на підприємстві доцільно створити систему аналізу якості керівництвом підприємства. Така система є ефективним управлінським інструментом на підприємстві, який дозволяє ліквідувати непогодженість у діях відділів, налагодити комунікації, поліпшити взаємодію з зовнішніми організаціями.

На підприємстві доцільно створити Раду якості, яка б формувалася з вищого керівництва підприємства. Основна мета засідань Ради якості – це забезпечення постійної придатності, адекватності і результативності системи менеджменту якості (СМЯ) компанії, уживання своєчасних заходів по поліпшенню її функціонування, а також рішень про необхідність внесення змін у СМЯ, у тому числі політику і цілі в області якості.

Керівники середньої ланки разом із провідними спеціалістами підрозділів у встановлений термін повинні проводити оцінку СМЯ, заповнюючи лист оцінки СМЯ і відправляючи його в Службу забезпечення якості, що аналізує дану інформацію і використовує її при складанні довідки про функціонування СМЯ.

Впровадження комплексної системи якості необхідно розділити на етапи:

Етап 1. Підготовка. Варто сформувати керівний комітет і робочу групу. У керівний комітет необхідно включити представника керівництва і вищих керівників організації. У робочу групу повинні входити ті співробітники організації, що будуть займатися документуванням різних процесів і модернізацією різних елементів системи якості; це повинні бути особи, відповідальні за подібні процеси.

Етап 2. Навчання персоналу. Необхідно організувати навчання для співробітників, що беруть участь у розробці СМЯ. Навчання управлінню якістю в організації повинне починатися з вищого керівництва, оскільки саме воно приймає стратегічне рішення про необхідність розробки СМЯ. Найбільший ефект досягається, якщо навчання проходить перевірку зверху вниз: керівники підприємства – керівники структурних підрозділів – співробітники.

Етап 3. Визначення цілей. На цьому етапі визначаються стратегія і цілі в області якості на основі аналізу місії організації.

Етап 4. Самооцінка в організації. Варто використовувати діагностичну самооцінку (критичний самоаналіз) разом з бенчмаркінгом (порівняння з іншими) як необхідний

інструмент управління. При цьому основну увагу рекомендується звертати на пошук причин недоліків і прорахунків у роботі.

Етап 5. Розробка плану усунення невідповідностей. Необхідно визначити дії і ресурси, які потрібні для усунення невідповідностей, виявлених на етапі 4. Встановити відповідальність і розробити календарний план виконання необхідних робіт.

Етап 6. Упровадження системи менеджменту якості. Упровадження повинне включати наступні етапи:

- затвердження структури служби керування якістю;
- впровадження в дію розроблених документів;
- проведення ознайомлювальних занять у підрозділах для інформування співробітників про нові вимоги;
- проведення внутрішніх аудитів і самооцінка;
- реалізація коригувальних і попереджуючих дій;
- проведення навчання і підготовки компетентного персоналу.

Нині основне завдання ВАТ “Звенигородський сиробробний комбінат” прагнути до максимально можливого розширення своєї частки ринку. Розширюючи ринок збуту, організація зможе збільшити об’єм продажів, що приведе до зниження витрат, що доводяться на товарну одиницю, і в перспективі – до довгострокового збільшення прибутку.

Необхідно, щоб підприємство значно більше часу приділяло таким сферам, як реалізація і збут продукції, поліпшення якості вироблюваної продукції, що реалізовується. Вміло організований аналіз витрат на якість і витрат браку може стати джерелом значної економії для підприємства, а також може підвищити імідж підприємства в очах потенційних клієнтів.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПРОЦЕСАМИ В ТОВ “СЛАВУТИЧ” ІЛЛІНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

С.Г. КИФЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: професор РОЄНКО А.В.

Сільськогосподарське виробництво — це складна інженерно-технічна і соціально-економічна система, яка побудована на тісній взаємодії великої кількості людей, машин і механізмів. Особливості сільськогосподарського виробництва, що одночасно визначають і його складність, полягають у сезонності виробництва, неспівпадінні періоду виробництва з робочим періодом, значній територіальній віддаленості виробничих об’єктів, одночасному використанню машин і знарядь на різних культурах, обмеженістю виконання робіт у часі. Ці чинники не дозволяють рівномірно використовувати техніку і робочу силу, вимагають виконання значного обсягу робіт у стислі терміни, а значна територіальна віддаленість викликає необхідність отримання оперативної інформації для запобігання організаційних неузгодженостей. Такі умови вимагають чіткості і своєчасності у прийнятті оперативних рішень, що не завжди має місце в практиці господарювання. У зв’язку з цим проблема оперативного управління виробничою діяльністю в сільськогосподарських формуваннях залишається досить актуальною. Виявлення можливостей удосконалення оперативного управління в СТОВ “Славутич” Іллінецького району Вінницької області і стало метою нашого дослідження.

Оперативне управління є сукупністю управлінських робіт, які пов’язані із

прийняттям своєчасних рішень щодо виконання планів, завдань, графіків, що базуються на достовірних даних про стан виробничих об'єктів. Воно передбачає здійснення фактично всіх функцій управління, які пов'язані із поточною діяльністю підприємства та його виробничих підрозділів. Тобто, мова іде про формування відповідної системи оперативного управління в господарстві, яка залежить від існуючих у ньому організаційної структури і структури управління.

До цільових завдань управління, які характерні для всіх його рівнів, належать:

- підвищення врожайності сільськогосподарських культур шляхом раціонального використання землі, підвищення її родючості, впровадження сучасних технологій тощо;

- підвищення продуктивності тваринництва шляхом раціонального використання кормів та покращення племінної роботи;

- підвищення продуктивності праці, скорочення термінів проведення польових робіт, підвищення рівня використання машинно-тракторного парку, зниження собівартості продукції, та досягнення кращих фінансових результатів,

Задачі оперативного управління можна розділити на чотири групи, що виконуються послідовно:

- а) первинний контроль виконання робіт на основі простої обробки показників виконання (порівняння фактичних і планових показників) і передача необхідної інформації. Вхідна інформація є в цьому випадку орієнтиром діяльності керівників;

- б) проведення оперативного аналізу та підготовка управлінських рішень. На даному етапі аналізують основні показники, причини відхилення від плану та очікуваний ефект;

- в) розробка та контроль виконання комплексних оперативних планів-графіків з урахуванням можливих змін ресурсів в декількох варіантах, як по бригадам так і по відділках;

- г) використання ЕОМ із застосуванням економіко-математичних методів для оптимального розподілу трудових, матеріальних та фінансових ресурсів і прогнозування процесу виробництва.

Суть оперативного управління в сільському господарстві полягає в детальній розробці планів підприємств та їхніх підрозділів (цехів, бригад, навіть робочих місць) на короткі проміжки часу – окремий виробничий період, місяць, декаду, робочий тиждень, добу, зміну. При цьому опрацювання планів органічно поєднується з вирішенням питань організації їх виконання та поточного регулювання.

Загальні функції оперативного управління розподіляють на такі групи: аналіз, планування, облік, регулювання та контроль.

Зміст аналізу полягає в порівнянні фактичного і запланованого ходу виробництва, виконання рішень, розпоряджень, планів, завдань, визначення їх ефективності.

Охоплюючи невеликі проміжки часу роботи сільськогосподарського підприємства та його підрозділів, оперативний економічний аналіз дозволяє детально дослідити весь хід виконання плану, всі фактичні зміни в роботі, виявити причини зростання витрат і підвищення собівартості.

Зміст планування в оперативному управлінні полягає у розробці та прийнятті короткотермінових управлінських рішень, їх фіксації в різних видах оперативних планів.

Оперативні плани мають узгоджувати та координувати взаємодію усіх служб господарства, виробничих і обслуговуючих підрозділів з метою збільшення виробництва продукції, підвищення продуктивності праці, ефективного використання матеріальних, технічних і трудових ресурсів.

Серед видів оперативного планування можна виділити робочі плани по періодах робіт, плани-завдання, плани-наряди, графіки-маршрути руху механізованих загонів і окремих агрегатів та ін. Всі види оперативних планів повинні бути взаємопов'язаними.

Оперативний облік в господарстві здійснюється шляхом проведення відповідних вимірів, прийому оперативних зведень, звітів, телеметричної інформації, методом особистих спостережень за ходом виробничих процесів. Інформація про хід робіт, отриману продукцію та інші дані надходять безпосередньо до особи, відповідальної за обробку і передачу звітних даних до керівництва підприємства.

Регулювання забезпечує заключну стадію процесу управління, сприяє налагодженню в господарстві і підрозділах необхідних темпів праці, підтриманню встановленої пропорційності і безперервності виробництва.

Контроль дає можливість керівнику вчасно виявити відхилення від плану, недоліки при організації виробничих процесів, визначити причини порушення ритмічності в роботі та розробити відповідні заходи по усуненню недоліків виробництва.

Важливими є такі види оперативного контролю:

1. Перевірка виконання. Здійснюється шляхом порівняння фактичних показників роботи із плановими чи нормативними.

2. Контроль невідповідності. Здійснюється шляхом порівняння фактичного ходу робіт із затвердженим планом або фіксування простоїв людей і техніки (як правило, доповнюється аналізом причин диспропорцій з метою їх усунення).

3. Контроль правильності прийнятого рішення. Здійснюється шляхом вивчення проміжних показників. Використовується у випадках, коли рішення прийнято із певною мірою ризику, а проміжні результати дають додаткову інформацію.

4. Контроль дотримання технологічних вимог (агротехнічних термінів робіт, норм внесення мінеральних добрив, послідовність виконання операцій). Здійснюється шляхом періодичного фіксування часу, спеціальних замірів, щоденного нагляду за станом рослин, підрахунку використаних матеріалів.

5. Контроль технічного стану засобів механізації і своєчасності технічного обслуговування. Здійснюється шляхом фіксування різних станів машин (робота, ремонт, технічне обслуговування та ін.) та показників цього стану в часі.

Враховуються показники, які дають можливість контролювати своєчасність ремонтів і технічних обслуговувань.

6. Контроль дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку. Здійснюється шляхом нагляду, вибіркового перевірок та ін.

Порівнюючи зазначені вище вимоги до забезпечення належного рівня оперативного управління виробничими процесами в сільськогосподарських підприємствах з його реальним станом в СТОВ "Славутич" Іллінецького району Вінницької області, можна зробити висновок, що в досліджуваному господарстві вона на даний час ще не сформувалася як система. Зокрема, ще не завжди якісно і своєчасно розробляються робочі плани по періодах робіт, відсутні графіки-маршрути окремих агрегатів, є недоліки в оперативному обліку, зокрема в подачі оперативних звітів, не завжди організаційно забезпечується безперервність виробництва, процесів, слабкою ланкою оперативного управління залишається контроль дотримання технологічних вимог тощо.

Для досягнення удосконалення оперативного управління виробничими процесами в господарстві потрібно розробити систему заходів щодо усунення наявних недоліків з визначенням відповідальних виконавців та забезпечити контроль за їх виконанням.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**О.С. КОВАЛЬЧУК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент АЛЬОШКІНА Л.П.**

Вступ. Для України, як для аграрно-промислової держави важливе значення має розвиток пивоварної галузі, в якій спостерігаються багатовекторні інтеграційні процеси та зростання конкурентної боротьби. Все це зумовлює необхідність розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.

Конкуренція є одним із факторів, який стимулює розвиток пивоварної галузі. Вона змушує виробників покращувати технологію виробництва, виробляти нові сорти пива для того, щоб привабити споживача, розширити свою мережу збуту [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми галузі пивоваріння в Україні і світі та їх конкурентними можливостями займалися вчені-економісти зокрема: В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, В.Н. Гончарова, Л.В. Гринів, Г.М. Дроздова, В.М. Мазур, М.В. Місюк, І.П. Мойсеєнко, П.Т. Шпичак та ін.

Результати дослідження. Аналізуючи ринок пива в Україні, слід зауважити, що на сьогодні на ринку пива України діє більше 50 підприємств, але лідерство між собою розділяють чотири пивоварних холдинги, що займають 95,3% загального обсягу виробництва пива: Sun Inbev («САН Інтербрю Україна», Десна-Чернігів, Рогань-Харків, Янтар-Миколаїв), «Оболонь», Baltic Beverages Holding (Славутич-Запоріжжя, Арсенал – Київ, Львівська броварня), SABMiller («Сармат», Донецький пивоварний завод). Також на ринку працюють пивоварні заводи меншого масштабу, що виробляють близько 0,4 млн. дал пива в рік: АТЗТ «Родомишль», «Пивзавод на Подолі», «Запорізький пивзавод № 1», «Бердичівський пивзавод», «Микулинецький пивзавод «Бровар», об'єднання «Хмельпиво», «Уманьпиво», Лисичанський пивзавод, «Ніжинський пивзавод», Одеський завод «Гамбринус», Ровенський пивзавод та ін.

Як показують результати досліджень в конкурентну боротьбу також активно втрутилися середні й малі пивзаводи, які в останні роки перебували в досить нестабільному положенні через відсутність засобів для успішного конкурування з великими броварниками. Зараз вони шукають споживачів на нових сегментах ринку. Це відбувається за рахунок виведення на ринок оригінальних, не властивих для ринку, сортів пива – наприклад, не фільтрованого, крижаного, безалкогольного, фруктового, «живого» пива.

Ринок «живого» пива в Україні сильно диференційований по виробниках (більше 70 брендів) і невеликих по частці (менш 1%), з погляду маркетингових зусиль підприємств по побудові й просуванню бренду, мало витратний канал збуту продукції. Але він більшою мірою перспективний для тих підприємств, у яких не вистачає ресурсів для побудови бренду для виходу в мережний роздріб.

Враховуючи олігополістичний тип ринку, відносно подальшого розвитку структури ринку пива слід припустити можливість витіснення з нього середніх за потужністю компаній. У цьому прибутковому бізнесі в перспективі залишається декілька великих гравців. Однак це не виключає існування паралельно з ними невеликих заводів, що практично не впливають на структуру ринку, але вносять різноманітність в асортимент пива на регіональному рівні.

Проводячи політику стримування зростання цін на продукцію в умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства також змінювали також структуру виробництва

пива в різних видах тари. За останні роки значно збільшилось використання PET пляшок та кегів, а використання скляних пляшок зменшується.

Пивна галузь має значний експортний потенціал. Експортується близько 10% виробленого в Україні пива. Проте залежність пивоварної галузі від імпоротної сировини, розмірів митних зборів веде до зменшення обсягів експорту.

Обсяг імпорту пива в Україні незначний і складає близько 1% ринку в натуральному та близько 2% у вартісному виразі. Причому більше половини ринку імпортного пива України належить Росії, а самим великим імпортером є «Балтика». Частка цієї компанії становить 68% від загального обсягу імпорту пива. Інші 32% приблизно рівномірно розділяються між Бельгією, Чехією, Великобританією, Німеччиною, Іспанією. Впродовж останніх років зберігається чітка тенденція до зростання імпорту пива [1, 3].

Конкурентна боротьба на українському ринку пивоваріння посилюється з кожним роком. Лідери галузі нарощують оберти виробництва пива, витісняючи слабких конкурентів. Конкуренція з боку таких могутніх виробників, як «Сан Інтербрю Україна» і «Baltic Beverages Holding» створює стимул для роботи вітчизняних пивоварів в нових сегментах ринку.

Для того, щоб зміцнити свої позиції на ринку, нині пивоварам доводиться проводити більш агресивну маркетингову політику.

По-перше, за рахунок виведення на ринок оригінальних, не властивих для ринку, сортів пива, наприклад, нефільтрованого, крижаного, безалкогольного фруктових пива.

По-друге, за рахунок розвитку окремих сегментів. Ринок завойовують і завдяки активній експансії в регіони. Сьогодні крупні компанії представляють свою продукцію майже у всіх областях України, продовжуючи відвойовувати ринок у дрібних пивзаводів місцевого значення.

Розвиток пивоварної галузі в Україні є досить перспективним. Проте існують певні проблеми на українському ринку пива, але їх легко подолати шляхом покращення ефективності державного регулювання.

Розвитку пивоварної галузі та посиленню конкуренції на ринку пивоваріння України сприяло б подальше збільшення обсягів виробництва високоякісного солоду. Для цього потрібно реконструювати та модернізувати існуючі солодовні та ввести в дію нові, що потребує значних капіталовкладень. Окрім технічної модернізації солодового виробництва важливою є проблема налагодження власної сировинної бази, а саме: розробки та реалізації довгострокових програм вирощування високоякісного пивоварного ячменю.

До проблем галузі пивоваріння можна віднести також й проблему нестійкості та недосконалості українського законодавства, яка негативно впливає на розвиток всіх напрямків цієї галузі. І, як наслідок, з'являється великий тіньовий ринок з виробництва та реалізації різноманітних фальсифікатів, що зменшує надходження до бюджету [3].

Серед несприятливих тенденцій вітчизняного ринку варто виділити зниження темпів зростання ринку через низьку платоспроможність як торгових посередників, так і кінцевих споживачів, сезонність попиту, високий рівень валютного ризику, збільшення акцизного збору, загрозу несприятливої зміни законодавства тощо.

На сьогоднішній день український внутрішній ринок пива знаходиться все ще в стадії розвитку, а мережі реалізації практично всіх великих та середніх виробників – у стадії розбудови.

Висновки. Отже, перед українськими виробниками пива, в тому числі й ТОВ «Уманьпиво» стоїть немало серйозних проблем, вирішення яких дозволить ефективно функціонувати на пивоварному ринку.

Запозичення іноземних технологій та певних елементів маркетингової політики

виведе українську галузь пивоваріння на новий рівень, відкриє нові ринки збуту та розширить коло споживачів.

Список використаних джерел:

1. Білоног Т.В. Аналіз пивоварної галузі України та її роль у забезпеченні сталого розвитку економіки / Т.В. Білоног. // Економіка та управління національним господарством – 2012. – № 6. – С. 51-54.
2. Ємцев В.І. Конкурентоспроможність підприємств та проблеми її розвитку у пивоварній промисловості / В.І. Ємцев // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності – 2011. – Випуск 2. – С. 78-83.
3. Ємцев В.І. Сучасний стан та проблеми ринку пива України / В.І. Ємцев // Галузеві проблеми, події, заходи. – 2011. – № 5. – С. 4-7.
4. Муляр Т.С. Ефективність управління діяльністю підприємств галузі хмелярства / Т.С. Муляр // Агросвіт. – 2010. – № 23. – С. 33-37.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ В ТОВ «КАТЕРИНОПІЛЬСЬКИЙ ЕЛЕВАТОР»

М.Є. КОЗЛОВСЬКА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ФЕДОРЕЦЬ Л.М.

Постановка проблеми. Питання розширення експорту та його стимулювання в сільськогосподарських підприємствах є складним і різновекторним. Вирішення цієї проблеми вимагає системного підходу для вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, що сприятиме посиленню конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Аналіз існуючих досліджень. Вітчизняними та зарубіжними економістами розробляються різні підходи та орієнтири, спрямовані на вдосконалення системи стимулювання експорту. Найбільш широко досліджувана позиція представлена в працях Андріанова В.Д., Глазєва С.Ю., Гайдуцького П.І., Єнгібарова А.В., Захматова М.І., Кандиби А.М., Кочетова Є.Г., Кравця М.А., Пирожкова С., Пили В.І., Смірнова М.А., Соколенка С.І., Фамінського І.П. і ін.

Мета та завдання дослідження. Сучасна економічна наука свідчить про переваги функціонування вітчизняних підприємств, що базуються на використанні потенціалу експортного сектору економіки. Метою статті є пошук та розробка ряду інструментів стимулювання експорту як основи вирішення проблем конкурентоспроможності і підтримки національного виробництва.

Виклад основного матеріалу. Активна зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з основних факторів ринкової трансформації економіки підприємства, підвищення його ефективності та конкурентоспроможності. Формування та стимулювання експортного комплексу, збільшення його обсягів та становлення збалансованої товарної структури відносяться до ключових пріоритетних напрямів регулювання зовнішньоекономічної діяльності в ТОВ «Катеринопільський елеватор» [2].

Основною складовою, що характеризує процес розвитку експортного потенціалу є експорт. Формування міцних конкурентоспроможних позицій досліджуваного підприємства відбувається, насамперед, за рахунок ефективної системи стимулювання експорту.

Важливим є загальноекономічне визначення стимулювання, яке являє собою сукупність інструментів та заходів, які внутрішньо спонукають до збільшення збуту вітчизняних товарів і послуг на іноземних ринках з метою підвищення ефективності діяльності товариства [3].

Змістовна сторона досліджуваного поняття задається, насамперед, визначеними обсягами експорту представленої у таблиці 1.

1. Обсяг експорту в ТОВ «Катеринопільський елеватор»

Продукція	2010 р.		2011 р.		2012 р.	
	Вартість, тис. дол.США	Всього відвантаже но, т	Вартість, тис. дол.США	Всього відвантаже но, т	Вартість, тис. дол.США	Всього відвантаже но, т
Соняшникова олія	15464,000	15464,0	22416,927	20033,0	28854,550	25535,0
Соняшникове лушпиння гранульоване	1046,000	10460,0	2426,400	20220,0	3298,476	23902,0
Всього	16510,000	25924,0	24843,327	40253,0	32153,026	49437,0

Результати обрахунків свідчать, що соняшникова олія забезпечує близько 89,7% валютних надходжень від експорту у звітному році. Обсяги олії у 2012 році порівняно з 2010 роком збільшились на 13390,550 тис. дол. США (темп росту 86%). На другому місці знаходиться лушпиння гранульоване, поставки якого зросли на 2252,476 тис. дол. США (темп росту 215%) відносно базового року.

Для розширення експортної діяльності сільськогосподарської продукції ТОВ «Катеринопільський елеватор» необхідно застосувати ряд інструментів, які сприятимуть збільшенню збуту сировини. При цьому важливо вдосконалити механізми стимулювання експорту [1].

Приоритетними напрямками роботи із вдосконалення системи стимулювання експортної діяльності сільськогосподарського комплексу ТОВ «Катеринопільський елеватор» є:

- здійснення експорту готової та напівготової продукції;
- залучення та накопичення власних інвестиційних ресурсів, що стали б основою для здійснення перетворень у структурі експортних поставок;
- задоволення ринкових потреб, створення умов для нарощування обсягів і підвищення ефективності експорту вітчизняної продукції.
- формування надійних схем забезпечення підприємства сировиною;
- розробка заходів мінімізації негативного впливу зміни цін на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- оновлення стану обслуговуючих та ремонтних служб у відповідності з виробництвом та реалізацією експортної продукції [3].

Основними заходами для реалізації даної програми є:

- активна реклама, що акцентує увагу на якісному товарі;
- заохочення партнерів до повторних закупівель шляхом надання знижок;
- участь у виставках, ярмарках та різноманітних демонстраціях з метою попереднього огляду товару та його якісних характеристик;
- влаштування екскурсій власне на підприємстві для ознайомлення із технологічними процесами на виробництві, дотримання всіх норм та параметрів;
- розширення асортименту продукції для більш повного задоволення потреб споживачів;
- застосування знижок за купівлю великих партій товару.

Модель сприяння розвитку експортного потенціалу підприємства зображена на рис. 1.

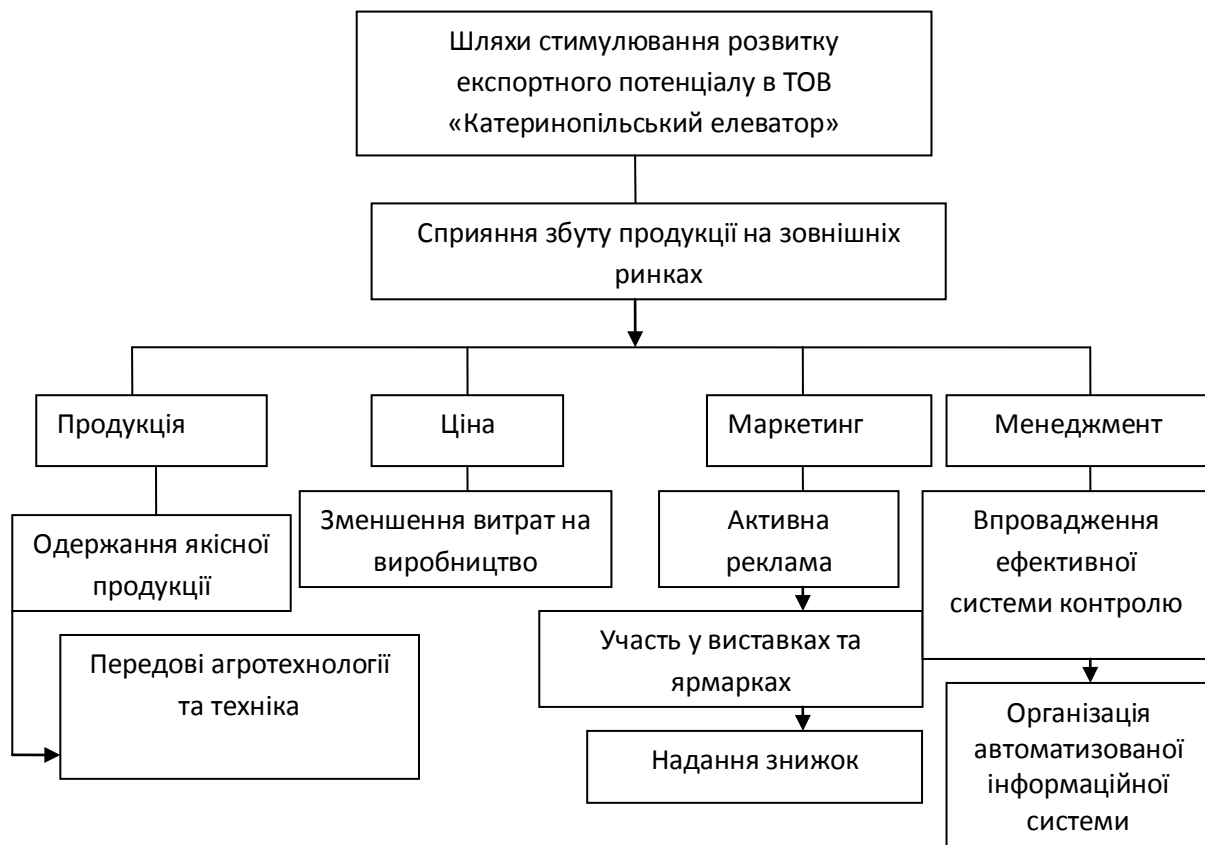


Рис 1. Модель сприяння розвитку ТОВ «Катеринопільський елеватор» з метою підвищення ефективності використання експортного потенціалу

Висновки. Оскільки інтеграція у світову економіку призводить до значно вищих темпів економічного зростання, то розробка системи розширення та стимулювання експорту має стати стратегічною метою економічної політики ТОВ «Катеринопільський елеватор».

Список використаних джерел:

1. Брутян К. С., Якименко М. В. Експортна стратегія України як засіб інтеграції на світовий ринок [Електронний ресурс]- режим доступу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Economics/2_84882.doc.htm
2. Ковтун Е.О., Дронов Д.В. Шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємств / Е.О. Ковтун, Д.В. Дронов [Електронний ресурс]- режим доступу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64169.doc.htm.
3. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання/ В.М. Соколовська [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1092>

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ КЕРІВНИЦТВОМ ТОВ НВП "АГРО-РИТМ" ІЗ ЗАРУБІЖНИМИ ПАРТНЕРАМИ

О.В. КОНДРАТЮК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент КЛИМЕНКО Л.В.

Протягом своєї діяльності кожне підприємство здійснює переговори з постачальниками, партнерами та іншими суб'єктами підприємницької діяльності,

узгоджуючи умови співпраці. Актуальність досліджень зумовлена тим, що подальший розвиток підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю залежить від вміння керівника вести переговори із міжнародними партнерами.

Ряд дослідників: Дегтеренко А. М., Маркічева Ф. Б., Снітинський В.В., Завальницька Н.Б. розкривають способи та методи ведення переговорів з зарубіжними партнерами. Щоб виробити вірну лінію поведінки в переговорному процесі, дуже корисно знати сутність ділових переговорів, основні етапи, специфіку, методи, стилі і прийоми проведення ділових переговорів. Уміння професійно провести переговори підвищує культуру спілкування і забезпечує ріст як усього підприємства або фірми в цілому, так і кожного його співробітника окремо [1].

У наукових працях Снітинського В.В., Завальницької Н.Б. наводиться наступне визначення: "Переговори – це двосторонній взаємозв'язок, призначений для досягнення згоди за допомогою ділового спілкування, спрямованого на вирішення певної спільної проблеми" [4].

Об'єктом дослідження є ТОВ НВП "Агро-Ритм" Любашівського району Одеської області. Діяльність підприємства полягає в купівлі елітного насіння кукурудзи, соняшнику, сої та ячменю з-за кордоном, з подальшим його вирощуванням на власних полях і реалізацією отриманого насіння першої репродукції. Зарубіжними партнерами ТОВ НВП "Агро-Ритм" є: Національний науково-виробничий сільськогосподарський інститут в м. Фундуля (Румунія); Державний Інститут Рослинництва "Порумюбель" (Молдова); Малопольська Ходовля Рослин – ХБП сполка (Польща); Евраліс Семане (Франція).

На підприємстві відсутній відділ зовнішньоекономічної діяльності, оскільки протягом року укладається лише 3-4 контракти, тому директор Стоцький Віктор Павлович особисто здійснює пошук закордонних партнерів, проводить переговори та підписує договір.

Відразу зазначимо, що технічні засоби зв'язку для ведення переговорів на підприємстві застосовуються рідко, зокрема тоді, коли: країни контрагентів розташовані далеко одна від одної; підприємства добре знають одне одного і підтримують довгострокові контакти; необхідно повторити замовлення за раніше укладеним контрактом [3].

Основними способами ведення переговорів Стоцького В. П. є особисті зустрічі та використання технічних засобів (телефон та Інтернет). Але найбільш частіше директор ТОВ НВП "Агро-Ритм" веде переговори шляхом особистих зустрічей. Адже всі закордонні партнери знаходяться на території Європи.

В міжнародній практиці ділового спілкування розроблено єдині правила і норми проведення ділових переговорів. Проблемою даного підприємства є те що, при веденні переговорів Стоцький В. П. не враховує національні та культурні особливості партнерів і часто це призводить до зриву переговорів та подальшій відмові від співпраці.

Для вирішення даної проблеми, керівництву підприємства потрібно при налагодженні тактики переговорів та вибиранні аргументації, важливо враховувати національні особливості учасників переговорного процесу, їхню психологію, звички, звичаї, захоплення, що визначає різні стилі ведення переговорів. Оскільки партнери проживають в Європі, то при переговорах Стоцькому В. П. варто вивчити наступні характеристики міжнародних стилів ведення переговорів.

"Американський стиль" – це високий професіоналізм, напористість, дружелюбність і відкритість при переговорах, енергійність у спілкуванні, оперативне реагування на дії партнера.

"Англійський стиль" – це прагматизм, дотримання якогось виробленого режиму переговорів, традиційно починають обговорення з загальних життєвих проблем,

стриманість у прийнятті рішень, досить гнучко і позитивно реагують на ініціативу протилежної сторони.

"Французький стиль" – значна увага приділена попереднім домовленостям, твердість у ході переговорів, часто вибирають конфронтаційний стиль, ввічливість у зверненні, схильність до жарту, мала поступливість, прагнення використовувати французьку мову як офіційну мову переговорів.

"Німецький стиль" – це педантичність і ощадливість, цінують точність та пунктуальність, зважають на титули, ретельно готуються до переговорів, починають переговори тоді, коли впевнені в позитивному рішенні [2].

Отже, керівництву ТОВ НВП "Агро-Ритм" проводячи переговори із зарубіжними партнером потрібно враховувати їх національні особливості, психологію, звички, звичаї, захоплення. Адже для успішної діяльності підприємства на міжнародному ринку необхідна безперечна репутація підприємства, а невдалі переговори цьому не сприяють.

Список використаних джерел:

1. Мистецтво ведення ділових переговорів і нарад [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=463769>

2. Сутність, етапи і тактика переговорів з іноземними партнерами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.virtual.ks.ua/essays-term-papers-and-diplomas/852-essence-stages-and-tactics-of-negotiations-with-forei.html>

3. Проведення переговорів з іноземним партнером [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/54/3930.html>

4. Снітинський В.В., Діловий етикет в міжнародному бізнесі/ Снітинський В.В., Завальницька Н.Б., Брух О.О.// Навчальний посібник. – Львів, 2008.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА У ПП «АГРОНІКА» ТЕПЛИЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

К.О. КОНОВАЛЬЧУК, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., викладач ЖМУДЕНКО В.О.

На всіх етапах розвитку сільського господарства одним із основних напрямів є виробництво продукції рослинництва. Рослинництво є первинним та основним щаблем сільськогосподарського виробництва. Виробничо-технологічні процеси в рослинництві відрізняються великим різноманіттям і пред'являють специфічні вимоги до виконання сільськогосподарських робіт. Ефективність і конкурентоспроможність галузей рослинництва визначається витратами і результатами виробництва, які у свою чергу залежать від того, наскільки ефективна діюча система управління галуззю в господарстві. Важливим також є вжиття заходів, спрямованих на зниження витрат, пов'язаних з організацією та управлінням виробництвом, удосконалення їх обліку та розподілу.

Виробництво рослинницької продукції є постійною задачею всіх господарюючих суб'єктів аграрного сектору та спрямоване на формування ринку продовольства. Ефективність розвитку рослинництва формується під впливом багатьох чинників, зокрема ґрунтово-кліматичних, технологічних, біологічних та інших, що ускладнює пошук додаткових можливостей для її підвищення.

Управління є складним процесом, який має економічний, функціональний, організаційний та соціальний аспекти. Його основні функції у виробничому процесі полягають у плануванні, організації та контролі діяльності людей, активізації їх

ініціативи та творчого підходу до вирішення завдань для досягнення спільної мети. Ефективним можна вважати тільки таке управління, яке успішно вирішує проблеми економіки на основі визначення напрямів аграрної політики.

Питанню вивчення значення управління в аграрних формуваннях присвятили свої праці такі вітчизняні вчені, як Й. Завадський, В. Немцов, С. Дем'яненко, І. Степаненко та ін.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення управління виробництвом продукції рослинництва у ПП «АгроНіка» Теплицького району Вінницької області.

Приватне сільськогосподарське підприємство ПП «АгроНіка» є багатогалузевим господарством, що знаходиться в селі Тополівка Теплицького району Вінницької області. ПП «АгроНіка» створене шляхом реорганізації у формі перетворення Теплицького агрокооперативу сільгоспвиробників «Ріпак» та злиття з ТОВ «Агрофірма «Авангард» і є правонаступником ТОВ «Агрофірма «Авангард».

Метою дослідження є на основі вивчення теоретичних основ управління виробництвом продукції рослинництва проаналізувати сучасний стан виробництва продукції, виявити проблеми, недоліки і на основі цього обґрунтувати основні шляхи удосконалення управління виробництвом продукції рослинництва на підприємстві.

Предметом діяльності досліджуваного підприємства є:

1. Виробництво сільськогосподарської продукції на особистих і орендованих землях та реалізація товарної продукції і сировини;
2. Проведення селекційно-дослідницької роботи в рослинництві;
3. Виконання будівельних та ремонтно-будівельних робіт та інше.,,

ПП «АгроНіка» має високий виробничий потенціал та належні природно-кліматичні умови для вирощування більшості сільськогосподарських культур та ефективного ведення аграрного виробництва. Станом на 1 січня 2011 року площа земельних угідь господарства складала 2134,23 га, середньорічна чисельність працівників – 57 чол., з них зайнятих в рослинництві – 35 чол., в тваринництві – 22 чол., середньорічна вартість основних виробничих фондів – 2243 тис. грн., а оборотних – 5723 тис. грн.

Основним видом діяльності є виробництво продукції рослинництва. В структурі товарної продукції галузі рослинництва найбільшу питому вагу займають зернові та зернобобові культури, які дали можливість отримати в середньому за 5 років 82,3% загальної виручки від реалізації сільськогосподарської продукції, що становить 42594,6 тис. грн. Друге місце посідає озима пшениця, від реалізації якої було отримано 45,8% виручки, що становить 22943,2 тис. грн. Отже, для підприємства характерний зерново-технічний напрям спеціалізації з середнім рівнем спеціалізації.

Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва в ПП «АгроНіка» за досліджуваний період збільшується. Варто зазначити, що вартість валової продукції у 2011 році склала 161,1 тис. грн., що на 2,1 тис. грн. або 1,3% менше від рівня 2007 року, коли даний показник становив 163,2 тис. грн. Виручка від реалізації продукції протягом досліджуваного періоду зросла до 2883,6 тис. грн. у 2011 році, що на 1770,2 тис. грн. або 2,5% більше, ніж у 2007 році. Позитивним фактом є збільшення розміру прибутку майже в 2 рази, однак, слід відмітити і підвищення собівартості виробництва продукції, все це спричинило коливання рівня рентабельності на 2,45 пункти, який у 2011 році склав 76,3%.

Структура управління ПП «АгроНіка» є лінійно-функціональною. Підприємство очолює Бевз Валентин Євгенович, який має змішаний стиль управління.

Таким чином, ПП «АгроНіка» – це середнє за розмірами прибуткове підприємство, яке забезпечене виробничими ресурсами. Однак, результати аналізу свідчать про наявність у господарстві резервів підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва за рахунок усунення вузьких місць в управлінні виробництвом продукції.

А саме, необхідне застосування інтенсивних технологій при вирощуванні зернових культур та відновлення основних та оборотних фондів. Також для збільшення обсягів виробництва необхідно забезпечити підприємство необхідними трудовими ресурсами, раціонально їх використовувати та збільшувати продуктивність праці.

Необхідно покращувати структуру посівних площ, планувати сівозміну культур, лише правильна послідовність чергування культур дасть змогу одержати високу урожайність і якість продукції, а також забезпечить раціональне використання ґрунту, а саме забезпечить захист від виснаження. Також необхідно вносити оптимальну кількість мінеральних та органічних добрив, використовувати елітне насіння культур, дотримуватись вчасного виконання весняно-осінніх польових робіт, бо від дотримання технологічної дисципліни залежить 15% валового збору урожаю.

Для поліпшення ситуації слід здійснити докорінні зміни в організації управління виробничими процесами на підприємстві. На мою думку, основні дії щодо удосконалення організації управління виробництвом в підприємстві у сучасних ринкових умовах повинні бути направлені на: внутрішньогосподарське кооперування виробництва, впровадження прогресивних форм організації і оплати праці, створення ефективного механізму господарювання, розробка нової схеми потоку інформації, підбір і навчання кадрів для роботи в нових умовах.

Лише виконання вище зазначених умов дасть змогу ПП «АгроНіка» не лише створити оптимальну організацію управління виробництвом продукції рослинництва, а й стати конкурентоспроможним на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках, адже ефективна організація виробничих процесів створює сприятливі передумови до зростання ефективності та прибутковості виробництва.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Л.М. КОРЕНЮК, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент ВЕРНЮК Н.О.

Розвиток економічної та соціальної сфери є характерною ознакою громадянського суспільства, складовою цивілізованого способу життя. У сучасних умовах господарювання роль людини в економічному зростанні розвинених країн та нагромадженні національного багатства стала провідною. Це свідчить, про важливість першочергового розв'язання проблем реформування соціальної сфери в країнах, які розвиваються і прагнуть стати рівноправними членами світової спільноти. В Україні набуває розвитку економіка, заснована на різних формах власності та використанні найманої робочої сили. Вирішення соціально-економічних питань її розвитку, залежить від ефективності реформ в сфері мотивації праці найманих працівників, які складають понад 70% зайнятого населення.

Метою статті є розробка шляхів удосконалення управління системою мотивації праці в ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

Об'єктом дослідження було обрано ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

В таблиці 1, нами проведено аналіз чисельності працівників ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області за останні три роки.

Дані таблиці свідчать, що зменшення чисельності працівників відбулось, переважно, за рахунок зменшення чисельності працівників рослинництва та управлінського персоналу.

1. Чисельність працівників в ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області

Працівники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відхилення
Всього в господарстві, чол.	161	168	145	-16
у т.ч. в рослинництві, чол.	36	56	45	9
в тваринництві, чол.	72	68	72	0
Управлінський персонал, чол.	53	44	28	-25

Розглянемо характеристику управлінського персоналу в ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області в таблиці 2.

Таким чином, майже 90% управлінського персоналу мають вищу освіту та стаж роботи більше трьох років.

З 1 січня 2012 року в ДП ДГ «Христинівське» мінімальний гарантований розмір тарифної ставки робітника, який виконує роботу, що не вимагає кваліфікації, не може бути меншим 1047 гривень за повністю виконану місячну норму праці або 6,24 грн. за годину. Мінімальний гарантований розмір тарифної ставки робітника першого розряду за повну місячну норму праці 1064 грн. в розрахунку за місяць або 6,26 грн. за годину. Мінімальні гарантовані розміри годинних тарифних ставок окремих категорій працівників з 1 січня 2012 року представлено в таблиці 3.

Перелік, розміри та умови виплати і надбавок до тарифних ставок і посадових окладів працівників у ДП ДГ «Христинівське» встановлюються з дотриманням норм і гарантій чинного законодавства та Колективного договору. До переліку основних доплат і надбавок у ДП ДГ «Христинівське» відносять:

1. За ви конання обов'язків тимчасово відсутнього працівника – до 100% тарифної ставки відсутнього працівника;

2. За роботу у важких і шкідливих, особливо важких, особливо шкідливих умовах праці – за роботу у важких і шкідливих умовах праці – 4,8-12%, за роботу в особливо важких і шкідливих умовах праці – 16,20-24% тарифної ставки;

3. За керівництво бригадою – за чисельністю працівників: до 10 осіб – 15%, 11-25 осіб – 25%, понад 25 осіб – 40% тарифної ставки;

2. Характеристика управлінського персоналу ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області

ПІБ	Посада	Вік	Стаж, років	Освіта, спеціальність	Університет, що закінчив (ла)
1	2	3	4	5	6
Передрій Микола Миколайович	Директор	32	6	Вища, агроном	Уманський державний аграрний університет
Гладько Марія Андріївна	Головний бухгалтер	36	5	Вища, бухгалтер	Вінницький державний аграрний університет
Кунець Віктор Іванович	Головний економіст	38	6	Вища, менеджер-економіст	Київський національний економічний університет
Баріло Сергій Васильович	Головний агроном	27	3	Вища, агроном	Уманський державний аграрний університет
Тундра Інна Борисівна	Головний зоотехнік	48	18	Середня спеціальна, зооветеринар	Білоцерківський аграрний технікум
Кузнецов Ігор Павлович	Бригадир тракторної бригади	53	12	Середня спеціальна, машиніст-тракторист	Тальнівський аграрний коледж

1	2	3	4	5	6
Дрогобич Алла Миколаївна	Бригадир рілляночї бригади	56	16	Вища, економїст	Вїнницький торгово- економїчний університет
Чорній Ольга Дмитрівна	Завїдуєчий молочно- товарною фермою	34	4	Вища, менеджер	Уманський державний аграрний університет
Салїй Петро Іванович	Завїдуєчий свино-товарною фермою	43	6	Вища, зоотехнік	Бїлоцерківський аграрний унїверситет

4. За ненормований робочий день для водіїв легкових автомобілів – 25% тарифної ставки;

5. За науковий ступінь кандидата, доктора наук – 15 і 20% посадового окладу.

3. Мінімальні гарантовані розміри годинних тарифних ставок окремих категорій працівників у 2012 році

Види робіт, виробництв діяльності	Розряди					
	1	2	3	4	5	6
На ручних роботах в рослинництві	6,26	6,92	7,59	8,52	9,75	11,69
На ручних роботах в тваринництві	7,35	7,99	8,78	9,85	12,08	12,97
Трактористи-машиністи	8,25	8,87	9,74	10,93	12,62	14,51
Робітники, зайняті на ремонтних роб.	6,73	7,32	7,94	8,92	9,62	11,95

Розміри та умови виплат надбавок до тарифних ставок працівників ДП ДГ «Христинівське» наведено в таблиці 4.

Умови і розміри оплати праці директора підприємства встановлюються органом управління майном у контракті, розміри посадових окладів керівників, спеціалістів і фахівців встановлюються на основі посадового окладу техника (фахівця) всіх спеціальностей, який не може бути меншим за тарифну ставку робітника третього розряду основного виробництва в розрахунку на місяць.

4. Розміри та умови виплат надбавок до тарифних ставок працівників

Категорія працівників	Розряд, клас	Розмір надбавок, %
За високу професійну майстерність	III розряд	12
	IV розряд	16
	V розряд	20
	VI розряд	24
За класність водіям	I клас	25
	II клас	10
За класність машиністам	I клас	20
	II клас	10
За інтенсивність праці		50
За виконання важких робіт		50

Окремим висококваліфікованим робітникам, які зайняті на особливо важких, відповідальних роботах, можуть встановлюватися місячні оклади в розмірі 2,9 тарифних ставок робітника першого розряду. При застосуванні режиму неповного робочого часу за ініціативи адміністрації оплата праці здійснюється на умовах, встановлених в Колективному договорі. При цьому її розмір не може бути меншим, ніж встановлено згідно трудового договору.

При виконанні робітниками робіт з різної кваліфікації оплата праці проводиться за роботою вищої кваліфікації. Робота в надурочний час оплачується наступним чином:

- всі години відпрацьовані понад встановлену норму робочого часу на тиждень оплачується в подвійному розмірі тарифної ставки, окладу працівника;

- якщо надурочні роботи складають понад 120 годин на рік, оплата за відпрацьовані понад цю норму години проводиться у пропорційному розмірі не пізніше 15 січня наступного року;

- при відрядній формі оплати праці обсяг виконаної в надурочний час роботи оплачується за подвійними відрядними розцінками.

У разі застосування підсумкового обліку робочого часу оплачується як надурочна робота так і всі відпрацьовані години понад норму тривалості робочого часу в обліковому періоді. У разі звільнення працівника йому виплачується грошова компенсація за всі невикористані ним дні щорічних відпусток за період роботи на підприємстві, яка проводиться в день звільнення.

Заробітна плата виплачується працівникам у першочерговому порядку у строки: – аванс – 20 числа місяця; – кінцевий розрахунок – 10 числа наступного місяця за звітний період.

Видача сільськогосподарської продукції в рахунок оплати праці проводиться, як правило, за згодою працівника, в межах до 30% заробітної плати за цінами, що не перевищують собівартості продукції.

При звільненні у зв'язку з виходом на пенсію працівникам, які пропрацювали на підприємстві не менше 10 років, виплачується матеріальна допомога в розмірі 2-х посадових окладів.

Отже, аналізуючи систему морального та матеріального заохочення працівників ДП ДГ «Христинівське» можна відмітити, що на підприємстві виплачуються премії, надбавки, доплати, встановлені законодавством, але заробітна плата залишається все ще на низькому рівні. Майже не приділяється увага моральному стимулюванню. Для того, щоб людина цінувала свою роботу та намагалась виконувати її якомога краще, необхідно, щоб вона ставилась до неї свідомо. Кожного працівника необхідно переконати, що він є членом команди, що від його праці залежить кінцевий результат роботи всього колективу.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК

**М.О. КОРОТКОВА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: ст. викладач ЗБОРОВСЬКА Ю.Л.**

Інтеграція підприємств АПК у міжнародне середовище є одним з найважливіших процесів входження країн у ринковий простір. Ефективне здійснення зовнішньоекономічної діяльності можливе лише за умови оволодіння тією часткою світового ринку, яка відповідає вимогам конкурентно-економічного та науково-технічного потенціалу держави.

Реформування та розвиток економіки країн, значною мірою залежить від вирішення проблем зовнішньоекономічних зв'язків, які відіграють суттєву роль у національній економіці і істотно впливають на темпи економічного росту, створення конкурентного ринкового середовища та успіх трансформаційного процесу.

Експортно-імпорتنі операції є стимулюючим чинником економічного росту та дозволяють отримати товари, внутрішнє виробництво яких неможливе або занадто

дороге. В економічній літературі зустрічається багато праць, присвячених управлінню підприємствами, орієнтованими на зовнішні ринки. Багато проблем знайшли відображення в наукових доробках О. Гребельника, І. Багрової, О. Школьного, Л. Масловської та інших вчених. Однак, окремі аспекти залишаються невизначеними та потребують подальших наукових досліджень, оскільки ефективність управління експортно-імпортними операціями значною мірою пов'язана з ефективністю функціонування підприємства в цілому.

Прибутковість експортних операцій в першу чергу залежить від налагодженої функції менеджменту на підприємствах. Недосконалість в управлінні часто призводить до низької ефективності використання експортного потенціалу. Основною причиною цього є відсутність у більшості аграрних формувань відділу зовнішньоекономічних зв'язків. Часто такі повноваження виконує окремий спеціаліст, проте інколи вони розподіляються між різними працівниками. Все це негативно відзначається на експорті, тому що крім головної роботи спеціалісти змушені виконувати ще й додаткову – пов'язану з зовнішньоекономічними зв'язками.

Основними проблемами українських підприємств при формуванні організаційної структури є [1]:

- відсутність структури управління компанією;
- горизонтальні зв'язки в управлінні підприємством з метою посиленого контролю керівництва за внутрішніми процесами;
- глибокі вертикальні зв'язки;
- відсутність чітко сформульованих посадових обов'язків для працівників.

Відсутність відділу зовнішньоекономічної діяльності негативно відображається на стратегії підприємства. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства є сукупністю перспективних планів і завдань, які необхідно виконати, щоб досягти поставлених цілей. Послідовність розробки стратегії є індивідуальним процесом для кожного суб'єкта підприємництва. Проте загалом основними етапами її формування є:

- аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища;
- розробка місії і цілей підприємства;
- вибір конкретної стратегії розвитку;
- реалізація підприємством вибраної стратегії.

На прийняття рішення щодо укладання зовнішньоторговельної угоди значною мірою впливає ціна. Багато суб'єктів господарювання нині зустрічаються з проблемою ціноутворення продукції для зовнішніх ринків. Адже загальновідомо, що експортер зацікавлений продати свій товар за якомога вищими цінами, а імпортер бажає купити за якомога нижчою ціною. Щоб підвищити ефективність експортних операцій менеджерам вітчизняних підприємств АПК необхідно ретельно дослідити ціни на продукцію, які пропонуються іншими експортерами та скоригувати власну ціну до такого рівня, який би задовольнив експортера та імпортера. Також необхідно здійснювати дослідження цін на продукцію, щоб своєчасно відреагувати на зміни. В деяких випадках дохід від експорту може бути значно вищим [2].

Зовнішньоекономічна діяльність є більш ризиковою, ніж діяльність в межах внутрішнього ринку. Перш за все пов'язано з валютним ризиком. Валютний ризик – це ризик можливих фінансових втрат від коливання валютного курсу. Його можливо уникнути, використовуючи два методи: правильно вибрати валюту та здійснювати регулювання валютної позиції по контрактах.

Отже, ефективне управління експортно-імпортними операціями вітчизняних підприємств АПК неможливе без створення оптимальної організаційної структури відділу зовнішньоекономічної діяльності, розробки дієвої експортної стратегії та стратегії уникнення ризиків, вибору механізму ціноутворення.

Список використаних джерел:

1. Зозульов О. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств / О. Зозульов, А. Длігач, Н. Писаренко // Економіка України. – 2002. – №6. – С. 41-46.
2. Давиденко В.В. Удосконалення експортно-імпорتنних операцій підприємства в умовах кризи / В.В. Давиденко, О.А. Зубарева // Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/pspe/2010_1/Zubareva_110.htm

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТОВ «АГРОВІТ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

С.О. КОШОВИЙ, студ. V курсу

Науковий керівник: професор РОЄНКО А.В.

*Управління — це «мистецтво знати
точно, — що слід зробити
і як це зробити найкращим
і найдешевшим способом»*

Ф. Тейлор

Управління в широкому розумінні являє собою особливий вид діяльності, який здатний з працівників зробити ефективну, цілеспрямовану і продуктивну групу. Здійснити це можна лише через процес планування, організації, мотивації та контролю спільних дій.

Управління в сільському господарстві стосується, насамперед, господарської діяльності. Під господарською діяльністю розуміється праця у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. Господарську діяльність в конкретному підприємстві необхідно розглядати як динамічний процес, бо її форми, методи і функції перебувають під впливом багатьох факторів: масштабу підприємства, напряму спеціалізації, складності його структури, наявності зв'язків з іншими суб'єктами господарювання, рівня прибутковості і конкурентоспроможності тощо.

Практика показує, що в силу різних обставин система управління не завжди є досконалою, що негативно проявляється на результатах виробничої діяльності. Це стосується і ТОВ «Агровіт» Уманського району Черкаської області, яке належить до категорії складних систем і багаторівневих ієрархічних структур. Актуальність проблеми удосконалення управління виробничою діяльністю, в даному господарстві, і визначила мету нашого дослідження, а ТОВ «Агровіт» став об'єктом дослідження.

Виробничий напрям господарства – виробництво зерна з розвинутим молочно – м'ясним тваринництвом. ТОВ «Агровіт» створене трьома засновниками з метою одержання прибутку за рахунок ефективного господарювання у сфері виробництва, зберігання, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, а також у сфері надання послуг і виконання робіт на замовлення населення та організацій. Характеризуючи досліджуване підприємство, слід відмітити, що воно є досить великим за своїми розмірами в регіоні діяльності. Так обсяг товарної продукції господарства в середньому за 2009-2011 рр. становив 48964,16 тис. грн. Площа сільськогосподарських угідь в 2009-2011 рр. коливалась в межах 8000-8266 га. Поголів'я ВРХ в середньому за 2009-2011 рр. становила 777 голів. Чисельність працівників в досліджуваному підприємстві за 2009-2011 рр. коливались від 222 до 279 чол.

Що ж стосується показників економічної ефективності господарювання, то в 2009 і 2010 роках підприємство було збитковим (збиток складав відповідно 4607,81 та 44,30 тис. грн.) і лише в 2011 р. був одержаний прибуток в сумі 7913,70 тис. грн.

Підприємство має трьохступеневу організаційну структуру (підприємство – відділок – бригада, ферма). В ТОВ «Агровіт» є 4 відділки, які знаходяться в с. Бабанка Уманського району, та селах Велика Севастянівка, Леськово та Аврамівка Христинівського району. Звідси видно, що підприємство має значну територіальну віддаленість між його структурними підрозділами. Центральний офіс знаходиться в с. Бабанка. Тут розміщена і центральна бухгалтерія.

В організаційну структуру підприємства входять також чотири служби – агрономічна, зооветеринарна, інженерна та економічна. На відділках є ферми ВРХ, свиноферма, 2 тракторні бригади, 1 рільнича бригада та ряд обслуговуючих та допоміжних підрозділів.

Організаційній структурі господарства відповідає лінійно – функціональна структура управління. Її суть полягає в тому, що між керівниками різних рівнів існують лінійні зв'язки, а керівники функціональних служб (агрономічної, зооветеринарної, інженерної, економічної) здійснюють свій управлінський вплив на діяльність всіх інших підрозділів господарства тільки в межах своєї компетенції.

Із загальної характеристики досліджуваного підприємства видно, що головною його проблемою є низький рівень економічної ефективності господарювання. А це в свою чергу свідчить про недосконалість діючої системи управління виробничою діяльністю. Є недоліки при реалізації всіх основних функцій управління: планувальної, організаційної, мотиваційної, координаційної та контрольної. Тобто, потребує удосконалення вся система управління господарською діяльністю підприємства.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У СТОВ «ІСКРЕНЕ» ІШПОЛЯНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Т.І. КРАВЧЕНКО, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент СВІТОВИЙ О.М.

Сільськогосподарське виробництво — це складна соціально-економічна система, яка побудована на тісній взаємодії великої кількості людей, машин і механізмів. Особливість сільськогосподарського виробництва, що одночасно визначає і його складність, полягає у сезонності виробництва, неспівпаданні періоду виробництва з робочим періодом, значній територіальній розосередженості виробничих об'єктів, одночасному використанню машин і знарядь на різних культурах, обмеженістю виконання робіт у часі. Ці чинники не дозволяють рівномірно використовувати техніку, робочу силу, вимагають виконання значного обсягу робіт у стислі терміни, а значна територіальна розосередженість викликає необхідність отримання оперативної інформації для запобігання організаційних неузгодженостей.

З огляду на вищезазначені фактори дана тема дуже актуальна, оскільки оперативне управління є незамінним інструментом по забезпеченню ритмічності в роботі, усунення виробничих труднощів, неузгодженості, особливо в період весняно-польових робіт та збирання врожаю.

Організаційно-економічні перетворення що здійснюються в аграрному комплексі привносять нові елементи у зміст оперативного управління, проте ні в якому випадку не зменшують його ролі та значення у забезпеченні ритмічної роботи господарства [1, с. 156].

Поняття "оперативне управління" недостатньо ясно й неоднозначно визначається різними авторами. Нерідко змішуються або ототожнюються такі поняття, як "оперативно-календарне планування", "контроль", "облік", "регулювання" і оперативне управління найчастіше зводиться до оперативно-календарного планування або диспетчеризації. Це призводить до того, що ряд завдань оперативного управління вирішується нерегулярно, не регламентовано й, отже, неефективно. Оперативне управління розглядається в самому загальному виді як уміння швидко оцінювати ситуацію й приймати рішення відповідно до масштабів і цілей певного рівня керування.

Оперативне управління охоплює сукупність взаємозалежних технічних, організаційних, економічних, соціально-психологічних та інших чинників. В оперативному управлінні застосовується сукупність методів в основі яких знаходяться структурно-функціональний, комплексний, оптимізаційний та інші підходи. В оперативному управлінні знаходять своє відображення також методи соціальної психології, методи індукції, дедукції, аналізу і синтезу, порівняння, міркування, асоціації, інтуїції тощо. Для дослідження причинних зв'язків використовуються методи традиційної логіки: метод подібностей, метод різниць, поєднаний метод подібностей і різниць, метод супутніх змін, метод залишків.

Основне завдання оперативного планування полягає в конкретизації показників поточного плану з метою організації планомірної та ритмічної роботи підприємства в єдиний виробничий організм [2, с. 328].

Метою даного наукового дослідження є висвітлення такого типу управління на сільськогосподарському підприємстві як оперативне. Об'єктом дослідження є СТОВ "Іскрене" в селі Іскрене Шполянського району Черкаської області.

Розглядаються сам процес, проблеми та удосконалення оперативного управління, а саме складання оперативних планів з потижневим, поденним, та погодинним переліком робіт, швидко донесення цих завдань до структурних підрозділів та робітників, організація зворотнього зв'язку, та контролю за процесом виробництва.

СТОВ „Іскрене” створене 2 березня 2000 року на базі колишнього КСП – успішне сільськогосподарське підприємство, яке бере активну участь в житті села Іскрене Шполянського району, на території якого працює. Товариство обробляє більше 2409 га землі, вирощує зернові, горох, гречку, соняшник; займається свинарством та вирощуванням ВРХ. Урожай зернових тут один з найвищих у районі – підприємство ефективно займається своєю роботою. Тваринництво, за словами І.М. Брусліновського, директора підприємства, – це можливість забезпечувати роботою працівників товариства цілий рік. Колектив підприємства невеликий – 53 особи. Основний напрямок виробництва – рослинництво. Структура посівних площ виглядає наступним чином: пшениця – 13,08%, кукурудза на зерно – 53,52%, соняшник – 9,54%, соя – 2,05%, та молоко – 17,41%. Рентабельність господарства в останні роки коливається в межах 33-40%.

Змістом оперативного управління основним виробництвом є встановлення місця (цеху, бригади, робочого місця) і часу (кварталу, місяця, декади, зміни), виготовлення продукції; облік фактичного ходу виробничого процесу; визначення відхилень від зазделегідь встановленого плану і, нарешті, регулювання ходу виробництва, здійснюваного для того, щоб ліквідувати наслідки небажаних відхилень і забезпечити своєчасне виконання основних задач оперативного управління.

Оперативне управління основним виробництвом здійснюється на основі плану виготовлення продукції, розробленого на рік (квартал). Особливості оперативного управління сільському господарстві пов'язані з сезонним характером виробництва, необхідністю виконання певних видів робіт у чітко визначені агротехнічні строки. Тому в рослинництві розробляють оперативні робочі плани на періоди найважливіших сільськогосподарських робіт (весняних, догляду за посівами і насадженнями, збирання врожаю та ін.), а також плани-наряди на виконання робіт.

Оперативне управління є сукупністю управлінських робіт, які пов'язані із прийняттям своєчасних заходів щодо виконання планів, завдань, графіків, що базуються на достовірних даних про стан виробничих об'єктів. Оперативне управління передбачає здійснення фактично всіх функцій управління, які пов'язані із поточною діяльністю підприємства та його виробничих підрозділів. Формування відповідної системи оперативного управління в господарстві залежить від типу існуючих у ньому організаційної структури і структури управління. Проте, відомо, що розглядаючи сільськогосподарське підприємство як дві підсистеми – керуючу та керовану, що тісно взаємопов'язані, більш високий рівень організації однієї із підсистем впливає на іншу, а отже і на ефективність виробництва в цілому [3, с. 247].

Отже, сутність оперативного управління на виробництві зводиться до складання оперативних планів, які є завершальною ланкою в системі планування діяльності підприємства і виступають як засіб виконання довго-, середньо- та короткострокових планів. Посилення нестабільності сфери функціонування сільськогосподарських підприємств у динамічних умовах ринкової економіки підвищує роль оперативного планування (своєчасне коригування норм витрат виробничих резервів, їх аналіз та контроль).

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко С. І. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві. – К.: КНЕУ, 1998. – 264 с.
2. Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві: Підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 495 с.
3. Хорунжий М.Й. Організація агропромислового комплексу: [навчальний посібник] / М.Й. Хорунжий. – К.: КНЕУ, 2001. – 340 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В СВК «НИВА» ГАЙСИНЬСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

І.В. КУЗЬМЕНКО, студ. V курсу

Науковий керівник: професор ДЯЧЕНКО М.І.

Демографічна ситуація в країні характеризується зменшенням чисельності населення, зайнятого на селі, збільшенням відтоку висококваліфікованих кадрів, наростанням міграційних процесів, погіршенням умов працевлаштування та прихованим безробіттям. Тому проблема управління трудовими ресурсами є актуальною на даному етапі економічного розвитку, особливо в аспектах формування, розподілу та використання трудових ресурсів як головної продуктивної сили суспільства.

Значний внесок у розробку питань праці та управління трудовими ресурсами внесли В.Юрчишин О. Петрос О. Бугуцький, Ю. Краснов, О.І. Чалий, Р.П.Макаренко, К. Якуба, В.Юрчишин й ін.

Ефективність системи управління трудовими ресурсами залежить від багатьох факторів, але найголовнішими з них є державна підтримка, вдосконалення існуючої системи соціальних гарантій, підвищення заробітної плати, гарантоване працевлаштування громадян.

Об'єктом дослідження є СВК «Нива» Гайсинського району Вінницької області.

Досліджуване підприємство середнє за розміром. В середньому за три роки площа сільськогосподарських угідь складала 2656 га. Вартість валової продукції у 2011 році становила 5240,3 тис. грн., а реалізованої 8353 тис. грн. Про ефективність роботи підприємства свідчать такі показники, як рівень рентабельності та норма прибутку. Так у 2011 році рівень рентабельності у СВК «Нива» склав 29,1%, а норма прибутку 0,14%.

Наявність трудових ресурсів підприємства та їх ефективність використання наведені у таблиці 1.

1. Наявність трудових ресурсів та ефективність їх використання у СВК «Нива» Гайсинського району Вінницької області

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Середньооблікова чисельність працівників,чол.	112	105	104
Номінальний фонд робочого часу працівника, днів	285	285	285
Відпрацьовано за рік 1 працівником, днів	255	258	267
Коефіцієнт використання трудових ресурсів	0,89	0,90	0,93
Середня тривалість робочого дня, год.	7,0	7,0	7,0
Фактичний фонд робочого часу, тис. люд. – год.	190	183	170
Коефіцієнт використання запасу праці	0,95	0,96	0,87
Показник трудової активності працівників, год.	1593	1720	1797

Аналізуючи дані таблиці 1, видно, що середньооблікова чисельність працівників у 2011 році склала 104 особи.

Коефіцієнт використання трудових ресурсів становив 0.93, це свідчить про доволі високий рівень зайнятості працівників даного підприємства.

Що стосується коефіцієнту використання запасу праці, то він наближався до одиниці. Це говорить про те, що на даному підприємстві трудові ресурси використовуються раціонально, з максимально можливою потужністю. Щодо показника трудової активності працівників, то бачимо, що за досліджуваний період, він мав тенденцію до зростання з 1593 год. в 2009 році до 1797 год. в 2011 році.

Якщо взяти до уваги показники ефективності управлінської праці СВК «Нива» то слід відмітити, що ефективність праці апарату управління у 2011 році згідно наших розрахунків складала 173 грн., якщо порівнювати цей показник з попередніми роками, то він стрімко зростає. То ж одного управлінського працівника в середньому за досліджуваний період припадає 10 середньорічних працівників.

Розмір прибутку на 1 управлінського працівника у 2011 році складав 161,3 тис. грн., що значно зріс порівняно з 2009 роком, у якому він становив 134,9 тис. грн.

На нашу думку, з метою вдосконалення управління трудовими ресурсами в СВК «Нива», потрібно провести ряд заходів, а саме:

- здійснювати перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників ;
- розробити систему матеріального заохочення працівників ;
- залучення на підприємство молодих спеціалістів;
- забезпечення умов і організації праці, які сприяють повній реалізації трудового потенціалу працівників.

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

С.В. КУЧЕР, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: доцент КУСТРИЧ Л.О.

В умовах становлення ринкової економічної системи на селі, значного вивільнення робочої сили, виникає гостра потреба в об'єктивному вивченні ефективності і раціоналізації зайнятості, засобів стимуляції та мотивації трудової діяльності, плануванні потреб та розвитку трудових ресурсів підприємств агропромислового комплексу. Ось чому дослідження проблеми управління трудовими ресурсами сільськогосподарських підприємств є досить актуальним в даний час.

Тому, метою статті є характеристика трудових ресурсів, ефективність їх використання та вміння управляти цими ресурсами на прикладі СТОВ ім. Б. Хмельницького Тростянецького району Вінницької області.

На сьогоднішній день проблемам управління трудовими ресурсами присвятили свої роботи такі вчені, як Маршалл А., Портер М., Воронін А., Замора О.І., Качан Є.П., Пастух А., Романішин В.О., Травін В.В., Геєць В.М., Долішній М.І., Абалкін Л.І., Горелов М.О., Заславська Т.І., Кочетков О.П., Крушельницька О.В., Осовська Г.В. та ін.

Основною метою управління трудовими ресурсами є забезпечення мінімізації витрат підприємства на формування та утримання трудових ресурсів та максимізація результатів від їх використання.

Повноту використання трудових ресурсів можна оцінити за інтенсивністю використання робочого часу. Так, на досліджуваному підприємстві максимально можливий фонд часу (наявний час), тобто максимальна кількість часу, який би міг бути відпрацьований відповідно до трудового законодавства, за період 2009-2011 рр. знизився на 2862 людино-години, або на 2%, і в 2011 р. складав 161068 людино-годин. При цьому ступінь використання максимально можливого фонду часу зменшилась на 1,7% і становила в 2011 р. 95%.

1. Динаміка показників ефективності управління виробництвом в СТОВ ім. Б. Хмельницького Тростянецького району Вінницької області

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відхилення (+ . -) 2011 р. від 2009 р.
Середньооблікова чисельність працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві, осіб	121	82	91	-30
в тому числі в рослинництві	77	40	60	-17
в тваринництві	44	42	31	-13
Виробництво валової продукції на 1 працівника, тис. грн.	79,62	181,48	144,20	+64,58
Фондовіддача, тис. грн.	0,83	1,29	1,10	+0,27
Собівартість 1 ц, грн.: зерна	66,63	72,30	103,63	+37
соняшника	172,17	274,24	235,54	+63,37
великої рогатої худоби в живій масі	769,74	902,10	1342,34	+572,6
свиней	1551,63	1117,42	1293,64	-257,99
молока	131,33	255,67	335,08	+203,75
Чистий прибуток на 1 середньорічного працівника, тис. грн.	6,18	9,89	15,91	+9,73
Рівень рентабельності, %	19,9	33,4	29,9	+10

Вплив трудових ресурсів на діяльність підприємства безперечний. Від його забезпеченості достатньою кількістю працівників необхідного рівня кваліфікації та досвіду залежить рівень продуктивної діяльності підприємства. Підвищення ефективності управління трудовими ресурсами сприятливо впливає на ефективність використання устаткування, машин, механізмів, своєчасність виконання робіт, і, як результат, обсяг виробництва продукції, її собівартість, прибуток та інші показники (табл. 1).

Не можна ставити питання підвищення продуктивності праці та зростання ефективності діяльності підприємства за відсутності матеріального стимулювання. Основним мотиваційним фактором підвищення ефективності праці є заробітна плата. Так, в товаристві за досліджуваний період розмір фонду заробітної плати штатних працівників збільшився на 381,1 тис. грн., або в 1,3 рази і в 2011 р. становив 1804,9 тис. грн., разом з тим середньомісячна заробітна плата одного працівника зросла з 1236 грн. у 2009 р. до 1617 грн. у 2011 р.

Для оцінки ефективності використання коштів на оплату праці необхідно застосовувати показники, наведені в табл. 2.

Із табл. 2 видно, що досліджуване підприємство за 2009-2011 рр. досягло підвищення ефективності використання коштів фонду оплати праці.

Варто зазначити, що використання застарілих методів управління трудовими ресурсами приводить до зниження мотивації, відсутності передумов підвищення продуктивності праці, низького рівня внутрішнього кадрового резерву. У цьому зв'язку, пропонуємо вдосконалити структуру системи управління трудовими ресурсами для найбільш повного й адекватного обліку сучасних вимог.

2. Показники ефективності використання фонду оплати праці в СТОВ ім. Б. Хмельницького Тростянецького району Вінницької області, грн.

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відхилення 2011 р. від 2009 р. (+,-)
Виробництво продукції в поточних цінах на 1 грн. зарплати	5,63	6,98	7,16	+1,53
Виручка на 1 грн. зарплати	5,41	5,65	6,21	+0,80
Сума валового прибутку на 1 грн. зарплати	0,90	1,41	1,43	+0,53
Сума чистого прибутку на 1 грн. зарплати	0,48	0,57	0,80	+0,32

Сьогодні управління трудовими ресурсами передбачає комплексне вивчення процесів, що впливають на формування, розвиток і затребуваність трудових ресурсів. Цей процес потребує активного пошуку і розроблення оптимальних моделей, які допоможуть підприємству досягти запланованих цілей. В умовах дефіциту трудових ресурсів найважливішим напрямом у сфері їх формування повинна стати політика ефективного використання. Вирішення цієї проблеми є запорукою стабілізації функціонування підприємства. Отож, серед шляхів підвищення ефективності використання трудових ресурсів в агропромисловому секторі визначено такі: удосконалення структури виробництва, його науково-технічне оновлення; підвищення наукоємності виробництва, розвиток і активне використання нових технологій; поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва; подальша механізація та автоматизація робіт; врахування регіональних і галузевих умов використання праці; вдосконалення системи економічного стимулювання робіт; вдосконалення підготовки та перепідготовки кадрів; зміна характеру праці; поліпшення соціальних умов праці.

Зазначені проблеми обов'язково повинні враховуватися під час розроблення сучасного механізму управління трудовими ресурсами. Механізм управління є серйозним інструментом стабілізації персоналу, підвищення ефективності, результативності та якісної діяльності будь-якої організації.

Персонал, що володіє кваліфікацією необхідного рівня, сприяє розвитку сучасного підприємства і забезпечує йому конкурентну перевагу на ринку. Ефективно використовуючи елементи механізму управління трудовими ресурсами, знаючи мотивацію кожного конкретного працівника, розуміючи не тільки його актуальні потреби, але й враховуючи його природний потенціал, на який можна й потрібно

опиратися, виникає можливість управляти працівниками, об'єднуючи цілі організації з їхніми інтересами.

Таким чином, комплексний характер процесу управління трудовими ресурсами і компетентність в його здійсненні приведуть до бажаних результатів та досягнення головної місії підприємства – максимального отримання прибутку.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИКЛАДІ ДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

В.О. ЛЕВЧЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ФЕДОРЕЦЬ Л.М.

Постановка проблеми. У сучасних умовах трудові ресурси розглядають як найбільш коштовний капітал, яким володіє підприємство. Науково-технічний прогрес і пов'язане з ним різке збільшення частки наукомістких технологій обумовлює ріст вимог до професійних, соціально-психологічних якостей і культурного рівня працівника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам теорії, методології і практики управління персоналом присвятили велику кількість наукових праць закордонні і вітчизняні економісти: Журавльов П.В., Колпаков В.М., Лобанов А.А., Пагрушев В.Д., Поклонський Ф.Ю., Рак М.Г., Синк Д.С., Скударь Г.М., Томпсон А.А.

Метою статті є необхідність вдосконалення аналітичної роботи з оцінки управлінської праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Функції по управлінню персоналом в ДП " Уманське лісове господарство" покладені на інспектора з кадрів. Основною задачею управління персоналом в підприємстві є найбільш ефективне використання здібностей співробітників відповідно до цілей підприємства.

Аналізуючи освітній склад штатних працівників ДП " Уманське лісове господарство", відмітимо, що найбільше в підприємстві працює працівників з середньо спеціальною освітою 52,4%, частка працівників з вищою освітою складає 12,6%, а з середньою 35,0%.



**Рис.1. Структура працівників ДП «Уманське лісове господарство»
за освітою в 2012р.**

Плинність кадрів в ДП " Уманське лісове господарство" порівняно невисока. За 2012 рік вона складає – 7,45%, Така ситуація частково пояснюється рівнем оплати праці в лісгоспі та соціальними гарантіями працівникам, які передбачені в колективному договорі підприємства.

Винагорода за виконану роботу працівникам підприємства здійснюється за такими формами і системами оплати праці: відрядна; відрядно-преміальна; почасова; почасово-преміальна; акордна тощо. В Колективному договорі ДП " Уманське лісове

господарство" передбачено цілий ряд соціальних пільг, гарантій та компенсацій для працівників та пенсіонерів держлісгоспу:

- надавати матеріальну допомогу при виході на пенсію в розмірі 2-х або 3-х місячного окладу чи тарифної ставки в залежності від стажу роботи в лісгоспі не менше 10 років;

- надавати дрова паливні для опалення вдовам працівників Уманського держлісгоспу: 5 с/м по ціні 50% вартості від діючих цін і 5 с/м по діючим цінам щорічно;

- з метою додаткового стимулювання своєчасного і якісного виконання доведених завдань, ефективного і раціонального використання лісосічного фонду, забезпечення здорових та безпечних умов праці тощо організувати трудове суперництво серед підрозділів підприємства. Підсумки суперництва проводити до Дня працівників лісу, поквартально, за рік. Для стимулювання переможців трудового суперництва встановити премії;

Однією з функцій управління персоналом в ДП " Уманське лісове господарство" є робота по підвищенню професійного рівня працівників. Так, протягом останніх п'яти років підвищили кваліфікацію:

- 40 чол. керівників та ІТП (з них 13 чол. (32.5%) за останні 2 роки);

- 151 чол. робітників (з них 64 чол. (42.4%) протягом 2 років).

Розглянувши управління персоналом на прикладі підприємства можна запропонувати деякі методи полегшення роботи відділу кадрів, наприклад: проводити атестацію і ротацію кадрів кожні 6 місяців, запровадження методу економіко-математичного моделювання при розподіленні вакантних посад, створення нових цільових кадрових програм. Також необхідно введення нових прогресивних методів оцінювання персоналу, наприклад, метод оцінювання «Оцінка 360°» найпопулярніше джерело інформації для розвитку особистості, що допоможе в подальшому проводити навчання, стимулювання та кар'єрне планування персоналу.

Висновки. Таким чином, кажучи про оцінку ефективності управління персоналом, не можна не сказати про оцінку власне служби управління персоналом. Ефективне управління і розвиток підприємства багато в чому визначаються особовими і професійними якостями самого керівника підприємства, ступенем усвідомлення ним необхідності вчитися самому і сприяти навчанню інших, щоб відповідати соціально-економічному середовищу, яке постійно змінюється.

Список використаних джерел:

1. Синк С.Д. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. – М.: Прогрессе, 1989. – С. 272-273.

2. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. За ред. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 680 с.

3. Технології управління персоналом. Настольная книга менеджера. / Журавлев П.В., Карташов С.А., Маусов Н.К., Одегов Ю.Г. – М.: Экзамен, 2009. – 576 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ С.-Г. ПРОДУКЦІЇ У ПСП «ІМ. ГЕТЬМАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО» ЛИСЯНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н.А. ЛЕВЧЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: доцент КАРИЧКОВСЬКИЙ В.Д.

В умовах ринкової економіки забезпечення ефективності управління є метою будь-якого підприємства, оскільки саме ефективність управління забезпечує успішне функціонування та розвиток кожної організаційно-господарчої ланки.

Оперативне управління сучасними підприємствами є одним з важко формалізуючих видів організаційного керування. Тому сформовані в цей час концепції створення різних систем управління нерідко опираються на подання про необмежені можливості обчислювальної техніки і застосуванні найбільш загальних імітаційних моделей і далекі від реального механізму управління.

По даному питанню немає єдності думок. Поняття "оперативне управління" недостатньо ясно й неоднозначно визначається різними авторами (В.П. Долинський, В.С. Єфремова, О.Ю. Єрмакова, А.В. Іщенко, І.В. Коновалова, М.И. Круглова, О.В. Крисальний, М.Ю. Коденська). Однак, здобутки науковців мало використовуються у практичній діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Метою статті є визначення можливих напрямків реалізації внутрішніх і зовнішніх факторів удосконалення управління виробництвом с.-г. продукції на підприємстві.

Об'єкт дослідження – виробничо-господарська діяльність ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» Лисянського району Черкаської області.

Предметом дослідження виступає процес управління виробництвом с.-г. продукції підприємства.

Засновником ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» є Сільськогосподарське Товариство з обмеженою відповідальністю «а.ф. «Злагода» с. Шендерівка Корсунь-Шевченківського району Черкаської області.

За організаційно-правовою формою підприємство є приватним сільськогосподарським підприємством. ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» є юридичною особою, має самостійний баланс, рахунки у банківських установах, кутовий штамп, печатку із власним найменуванням, бланки, торговельну марку, іншу атрибутику юридичної особи, може від свого імені укладати договори, набувати майнові та пов'язані з ними не майнові права, нести обов'язки, бути позивачем та відповідачем у судді, господарському суді, третейському суді.

Підприємство створено з метою виробництва сільськогосподарської продукції та реалізації на основі отриманого прибутку інтересів учасників Товариства, а також економічних та соціальних інтересів трудового колективу.

Загальна земельна площа підприємства складає 1583 га, середньорічна чисельність працівників – 35 осіб, з них 32 особи зайняті у рослинництві і 3 – у тваринництві. Підприємство має технічно-зерновий виробничий напрям.

Під час аналізу виробничої діяльності підприємства слід звернути увагу на показники економічної ефективності, які можна представити у таблиці 1

1. Основні показники економічної ефективності виробничої діяльності ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» Лисянського району Черкаської області

Показник	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Вартість валової продукції у розрахунку на: 100 га с.-г. угідь, грн.	127,05	123,37	120,76
1 середньорічного працюючого, грн.	65,81	49,76	45,92
100 грн. основних виробничих фондів с.-г. призначення, грн.	156,53	186,06	56,49
Чистий прибуток у розрахунку на: 100 га с.-г. угідь, грн.	3,95	1,09	14,19
1 середньорічного працюючого, грн.	2,04	0,44	5,4
100 грн. основних виробничих фондів с.-г. призначення, грн.	4,86	1,64	6,64
Норма прибутку, %	2,98	0,88	5,27
Рівень рентабельності, %	2,02	0,46	6,05

Аналіз даних таблиці показує, що виробнича діяльність на підприємстві є ефективною, про що свідчить зростання показників норми прибутку і рівня рентабельності у 2011 році на 2,32% та на 4,03% відповідно порівняно з 2009 роком. Також слід зазначити, що відбулося збільшення чистого прибутку в розрахунку на 100 га с.-г. угідь, 1 середньорічного працівника та на 100 грн. основних виробничих фондів у 2011 році порівняно з базисним на 10,24 грн., 3,36 грн. та 1,78 грн. відповідно.

Аналізуючи структуру управління ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» та оцінюючи її ефективність можна зробити висновок, що вона є оптимальною для невеликого за розмірами господарства. Керівник має можливість щоденно отримувати інформацію про стан справ в господарстві, що називається з перших уст, а отже, має змогу здійснювати оперативне керівництво усіма процесами виробництва.

Ефективно вирішувати завдання оперативного управління дозволяє організація в господарстві диспетчерської служби.

Диспетчерська система управління покликана:

1. Звільнити працівників управлінського апарату від великого обсягу нетворчої оперативної роботи шляхом централізації і механізації операцій інформативного забезпечення.

2. Удосконалювати організацію і забезпечувати підвищення продуктивності праці керівників, спеціалістів шляхом перерозподілу функцій і сил апарату управління.

3. Підвищувати оперативність у вирішенні виробничих завдань шляхом зміцнення прямих зв'язків первинних підрозділів з апаратом управління, і навпаки.

4. Створити умови, необхідні для нормального ходу трудових виробничих процесів, а також більш ефективного використання виробничих ресурсів шляхом здійснення більш чіткої взаємодії між виробничими ланками і своєчасного усунення причин, які порушують запланований хід робіт.

Оперативне управління виробництвом с.-г. продукції у ПСП «ім. Гетьмана Хмельницького» є невід'ємною частиною його ефективного функціонування. Воно допомагає підвищити оперативність роботи, скоротити витрати робочого часу, своєчасно усунути виробничі труднощі та підвищити якість управлінських рішень, що призводить до раціонального використання виробничих ресурсів і підвищує ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Беспалов В. О. Управління сільськогосподарським виробництвом: навч. посіб. / В. О. Беспалов. – К.: «Вища школа», 1992. – 256 с.
2. Михайловська О. В. Операційний менеджмент: Навчальний посібник/ О. В. Михайловська. – К.: Кондор, 2008. – 550 с.
3. Соснін О. С. Виробничий і операційний менеджмент: Навч. посібник/ О.С. Соснін, В.В. Казарцев. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2001, – 147 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ТОВ «ДУБОВА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**А.С. ЛЮБАРЕЦЬ, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент СВІТОВИЙ О.М.**

Стабілізація та подальше підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах посідає провідне місце в аграрній економіці. Адже головною метою будь-якого підприємства є досягнення високої прибутковості,

максимізація доходів, які б забезпечували необхідні умови діяльності господарюючих суб'єктів. З досягненням цієї мети безпосередньо пов'язана система управління.

Пошук напрямів і механізмів удосконалення управління підприємств агропромислового комплексу завжди був і залишається актуальним і життєво необхідним. Особливо це стосується сучасного розвитку, коли необхідно якомога швидше забезпечити вихід із кризової ситуації. Однією з причин, що зумовлюють кризову ситуацію в агропромисловому виробництві, є втрата функцій державного управління даною галуззю [1, с. 54].

Питання вдосконалення системи управління виробництвом сільськогосподарської продукції досліджували: Н.С. Алексєєв, Н.І. Архіпова, Л.А. Базилевич, Я.Г. Берсудський, А.Е. Воронков, І.А. Гаврилова, Д.М. Гвашіані, В.Л. Плєскач, А.А. Фатхудінов, М.Д. Виноградський, О.М. Гірняк та інші.

Метою нашого дослідження є аналіз існуючого стану управління виробництвом продукції на сільськогосподарському підприємстві та шляхи його удосконалення.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Дубова» Уманського району Черкаської області. Центральна садиба та контора підприємства знаходиться у селі Дубова, що за 30 км від районного центру міста Умань та за 180 км від обласного центру міста Черкаси.

1. Основні показники діяльності ТОВ «Дубова» Уманського району Черкаської області за 2009-2011 роки

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Валова продукція в порівняльних цінах тис. грн.	5212,7	5058,6	6760,8
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	63	60	63
Вартість основних фондів, тис. грн.	5683	9630	11135
Фондозабезпеченість, тис. грн.	90,21	160,5	176,75
Фондовіддача, тис. грн.	0,92	0,53	0,61
Чистий прибуток, тис. грн.	2101	4469	4132
Рівень рентабельності, %	42,1	92,35	76,05

Аналізуючи дані таблиці 1, можна зробити висновок, що підприємство протягом 2009 – 2011 років працювало, ефективно про що свідчать показники. Так валова продукція у 2011 році зросла 1548,1 тис. грн. порівняно з 2009 роком та на 1702,2 тис. грн. порівняно з 2010 роком. Вартість основних фондів також збільшувалася протягом трьох років і у 2011 році становила 11135 тис. грн., що на 5452 тис. грн. більше ніж у 2009 році та на 1505 тис. грн. більше ніж у 2010 році. Чистий прибуток найбільшим був у 2010 році – 4469 тис. грн., а найменшим у 2009 році – 2101 тис. грн. Аналогічно і рівень рентабельності найвищим був у 2010 році – 92,35%.

Отже можна зробити висновок, що загальний стан підприємства протягом трьох років був достатньо стабільним, усі показники економічної ефективності підприємства зростали.

Водночас у ТОВ «Дубова» є ще багато недоліків, які можливо мінімізувати за допомогою вдосконалення управління виробництвом. Основними напрямками вдосконалення управління виробництвом на підприємстві можуть бути: удосконалення організаційної структури управління підприємством; запровадження нових економічних методів управління виробництвом, які б базувалися на комп'ютерних технологіях; удосконалення мотивації праці на підприємстві; удосконалення системи планування, шляхом застосування ЕОМ при економічному аналізі, обліку, збору інформації, обробки даних.

З метою удосконалення управління виробництвом в ТОВ «Дубова» слід вирішити такі питання:

1. Організовувати досягнення результату, а не виконання завдань. Кілька спеціалізованих завдань, що раніше виконували різні люди, варто поєднувати в єдине завдання.

2. Приймати рішення в ході робіт і вводити контроль у сам процес. Процес прийняття рішень повинен бути частиною процесу виконання роботи.

3. Ресурсозбереження — це прогресивний напрям використання природно-ресурсного потенціалу, що забезпечує економію природних ресурсів та зростання виробництва продукції при тій самій кількості використаної сировини, палива, основних і допоміжних матеріалів.

4. Прискорити науково-технічний прогрес на підприємстві, розвивати виробничу інфраструктуру. Першочергова увага повинно приділятися сферам заготівлі, зберігання й реалізації продукції.

5. Розвиток спеціалізації й концентрації на базі сільськогосподарської кооперації й агропромислової інтеграції.

6. Удосконалювання взаємин між сільськогосподарськими, промисловими й заготівельними підприємствами всіх галузей, що входять до складу АПК, підвищення їхньої взаємної відповідальності за збільшення виходу кінцевої продукції й зниженню витрат на її виробництво.

7. Суворе дотримання режиму економії, зниження собівартості продукції, підвищення її якості.

8. Основним напрямком підвищення економічної ефективності виробництва є ріст продуктивності тварин при ощадливому витрачанні матеріально-грошових коштів на вирощуванні тварин. Основу розвитку тваринництва становлять добре збалансовані раціони годівлі й належний догляд за тваринами. У цьому зв'язку першочергове значення повинне бути приділене прискореному розвитку кормової бази [2, с. 217].

Удосконалення управління сільськогосподарським виробництвом є важливим резервом підвищення його ефективності. Досвід багатьох сільськогосподарських підприємств і об'єднань підтверджує, що там, де керівники і фахівці постійно займаються вдосконаленням управління виробництвом, трудові колективи під їх керівництвом забезпечують постійне зростання виробництва продукції сільського господарства, продуктивності праці, економії коштів та підвищення рентабельності всіх галузей. Необхідність вдосконалення управління обумовлена також що відбуваються кількісними та якісними змінами в умовах виробничо-господарської діяльності в умовах ринкової економіки.

Список використаних джерел:

1. Беспалов В. О. Управління сільськогосподарським виробництвом: навч. посіб. / В. О. Беспалов. — К.: «Вища школа», 1992. — 256 с.

2. Завадський Й. С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК / Й. С. Завадський. — К.: “Вища школа”, 1992. — 356 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ В ТОВ НВП „АГРО-РИТМ” ЛЮБАШІВСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В.В. МАНОЛІЙ, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент СВІТОВИЙ О.М.

Досягнення високих результатів роботи підприємства забезпечує ефективне управління витратами. Це складний процес, що означає по своїй сутності управління всією діяльністю підприємства, тому що охоплює всі сторони виробничих процесів, що відбуваються.

Під управління собівартістю продукції розуміється планомірний процес формування витрат на виробництво всієї продукції, контроль за виконанням завдань по зниженню її собівартості продукції. Основними елементами системи управління собівартістю продукції є: прогнозування й планування, нормування витрат, облік і калькулювання, аналіз і контроль за собівартістю.

Важливим елементом управління витратами є планування. Планування собівартості здійснюється з метою визначення суми витрат і вишукування можливостей її зниження. Економічно обґрунтоване планування собівартості повинне опиратися на систему прогресивних техніко-економічних норм і нормативів матеріальних, трудових і грошових витрат.

Нормування – це метод розробки й установлення граничних величин запасу й витрати виробничих й інших ресурсів, необхідних для забезпечення процесу виробництва й збуту продукції. Норми й нормативи встановлюються з метою: недопущення зайвої витрати ресурсів; забезпечення встановленого режиму роботи підприємства; недопущення відхилень від заданих характеристик виробництва продукції. Управління витратами на основі норм запобігає непотрібним втратам, підвищує ефективність виробництва.

Дослідження проблем раціонального використання виробничих ресурсів, зменшення рівня собівартості продукції в аграрній сфері постійно перебуває в центрі уваги вчених-аграріїв. Значний внесок в розробку цих проблем зробили О.А. Бугуцький, В.Я. Месель-Веселяк, О.М. Шпичак, В.О. Юрчишин та ін. Але в умовах формування в Україні ринкових відносин економічні дослідження щодо ефективності використання сільськогосподарських виробничих ресурсів потребує подальших досліджень.

Об'єктом дослідження з удосконалення управління виробничими витратами є ТОВ НВП «Агро-Ритм» Любашівського району Одеської області. Розміри ТОВ НВП «Агро-Ритм» показані у таблиці 1. Аналізуючи таблицю 1 ми бачимо, що товариство в 2011 році значно збільшило виробництво валової продукції у порівнянні з 2009 р. Також збільшилась площа сільськогосподарських угідь за визначений період майже у 3 рази, з роками збільшується і середньорічна вартість основних та оборотних фондів.

1. Динаміка основних показників розміру ТОВ НВП «Агро-Ритм» Любашівського району Одеської області

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2011р. до 2009р, %
Валова продукція в порівнянних цінах 2005 р., тис. грн.	1848,68	4555,4	7885,1	426,5
у т. ч рослинництва	1848,68	4555,4	7885,1	426,5
Товарна продукція, тис. грн.	7762	14581	26916	346,8
Загальна земельна площа, га	1176	2670	3490	296,8
у т. ч. с. г угіддя, га	1176	2670	3490	296,8
із них рілля, га	1176	2670	3490	296,8
Середньорічна чисельність працівників, чол.	54	70	119	220,4
у т. ч. рослинництва	54	70	119	220,4
Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	1285	2091	4508	350,8
Середньорічна вартість оборотних коштів, тис. грн.	1534	1918	1744	113,7

До основних джерел зниження витрат виробництва і реалізації продукції ТОВ НВП «Агро-Ритм» можна віднести:

- зниження витрат сировини, матеріалів, палива і енергії на одиницю продукції;
- зменшення витрат живої праці на одиницю продукції та збільшення темпів

зростання її продуктивності відносно темпів зростання середньої заробітної плати, при впровадженні прогресивних технологій вирощування сільськогосподарських культур.

- зменшення розміру амортизаційних відрахувань, що припадають на одиницю продукції, (забезпечується застосуванням енергозберігаючих технологій сільськогосподарських культур);
- скорочення адміністративних витрат та накладних витрат.

Витрати на основне виробництво у рослинництві ТОВ НВП «Агро-Ритм» покажемо у таблиці 2. За даними таблиці можна сказати, що у 2011 році проти базового 2009 року зростає питома вага таких елементів витрат, як витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, матеріальні витрати. Також підвищилися інші витрати, у тому числі витрати за оренду земельних паїв. Збільшення частки амортизаційних витрат свідчить про те, що підприємство більше закуповує сільськогосподарської техніки. Виходячи із проведеного аналізу можна сказати, що підприємство має усі можливості для застосування інтенсивних ресурсощадних технологій вирощування сільськогосподарських культур. Про це свідчить і зменшення оплати послуг і робіт, що виконані сторонніми організаціями у 2011 році у порівнянні з 2010 роком.

2. Витрати на основне виробництво у рослинництві ТОВ НВП «Агро-Ритм»

Елементи витрат	2009 р.		2010 р.		2011 р.	
	тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку	тис. грн.	% до підсумку
Витрати на оплату праці	517	2,88	908	2,43	1525	2,92
Відрахування на соціальні заходи	154	0,86	426	1,14	863	1,65
Матеріальні витрати	7816	43,5	17783	47,5	24051	45,9
у тому числі насіння	2312	12,8	3234	8,64	4828	9,2
мінеральні добрива	1600	8,92	4731	12,6	6704	12,8
нафтопродукти	2421	13,5	2375	6,35	5524	10,6
Запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали	1063	5,92	903	2,42	843	1,6
Оплата послуг і робіт, що виконані сторонніми організаціями	420	2,34	6540	17,5	6152	11,7
Амортизація основних засобів	61	0,34	129	0,35	614	1,17
Інші витрати	1492	8,32	205	0,55	615	1,17
в там числі за земельні частини (паї)	93	0,51	185	0,49	605	1,16
Усього витрат	17949	100	37419	100	52324	100

На економію ресурсів значно впливає велика кількість техніко-економічних чинників. Найбільший вплив мають такі групи внутрішньовиробничих чинників:

- підвищення технічного рівня виробництва;
- удосконалювання організації виробництва і праці.

Всі вони призводять до зниження основних статей витрат. На розмір витрат істотний вплив має і зміна цін на покупну сировину і матеріали. При їхньому збільшенні

витрати зростають, а при зниженні – зменшуються. Отже, для удосконалення управління виробничими витратами ТОВ НВП «Агро-Ритм» важливо враховувати усі без виключення фактори, що впливають на рівень витрат.

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТОВ «ІНТЕРАГРОІНВЕСТ» СТАВИЩЕНСЬКОГО РАЙОНУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

К.І. МОСТІПАН, студ. V курсу

Науковий керівник: викладач КЛИМЕНКО О.А.

Вступ. Удосконалення управління виробничою діяльністю є важливим резервом підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Досвід багатьох сільськогосподарських підприємств і об'єднань підтверджує, що там, де керівники і фахівці постійно займаються вдосконаленням управління виробництвом, трудові колективи під їх керівництвом забезпечують постійне зростання виробництва продукції сільського господарства, продуктивності праці, економії коштів та підвищення рентабельності всіх галузей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питання управління підприємством займалися багато науковців. Значний внесок зробили такі відомі вчені: Ансофф І., Гемел Г., Гофер К.В., Ендрюс К., Мінцберг Г., Портер М.Е., Томсон А.А. та інші. Фундаментальні та теоретичні проблеми управління виробничою діяльністю розглядалися також в працях вітчизняних вчених: Немцова В.Д., Білошапко В.А., Доленка Л.Х., Пономаренка В.С., Наливайка А.П., Воронкова А.Е., Шершеньової З.Є. та багатьох інших.

Основною метою даної статті є: аналіз існуючого стану управління виробничою діяльністю на сільськогосподарському підприємстві та визначення напрямів його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Управління виробничою діяльністю – діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру.

Функції управління виробництвом різнобічні, їх можна класифікувати за такими ознаками:

- керованого об'єкта: підприємство, цех, виробнича ділянка, бригада, агрегат (робітник);
- виду діяльності: економічна, організаційна, соціальна;
- змісту робіт: наукові дослідження, постачання і збут, оперативне управління, техніко-економічне планування і аналіз, бухгалтерський облік, управління кадрами, планування і облік фінансів тощо.

На даний час управління виробничою діяльністю для всіх сільськогосподарських підприємств має дуже важливе значення, оскільки посідає одне з центральних місць і визначає основні напрямки роботи підприємства на коротко- та довгострокову перспективу.

Однак аналіз тенденцій розвитку управління виробництвом на підприємствах України переконує в тому, що у цій сфері є значні можливості і резерви удосконалення управлінської діяльності.

Об'єктом нашого дослідження було обрано ТОВ «Інтерагроінвест» Ставищенського району Київської області. Підприємство створено в 2004 році на базі концерну «Ставище-Агро-Віта». Предметом діяльності підприємства є: організація сільськогосподарського виробництва та оптово-роздрібна торгівля продукцією та

сировиною; вирощування зернових та технічних культур; розведення великої рогатої худоби; заготівля, переробка й зберігання сільськогосподарської продукції та сировини як власного виробництва, так і придбаной; надання матеріально-технічної та агросервісної допомоги на селі в обробітку землі, збирання й переробці урожаю.

Географічно вдале розміщення господарства поряд з шляхами міжнародного та регіонального значення сприяє розвитку галузей, а також прискорює міжміські товароперевезення, що позитивно впливає на структуру товарообігу господарства. Основними каналами збуту продукції рослинництва є ПАТ "Державна продовольчо-зернова корпорація України" "Миколаївський портовий елеватор" та ПАТ "Балтське хлібоприймальне підприємство". Продукцію тваринництва реалізують по таких каналах збуту: молоко – ПАТ «Канівський маслосирзавод», м'ясо – ПП «Маршалок».

Одним з важливих факторів підвищення ефективності виробництва є спеціалізація та концентрація виробництва. На даному підприємстві проміжною галуззю є рослинництво, питома вага якого в структурі товарної продукції в середньому за 2009 – 2011 роки становить 92,78%, продукція тваринництва – 6,2%, а послуги – 1,02%.

1. Основні економічні показники діяльності ТОВ «Інтерагроінвест» Ставищенського району Київської області

Показник	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Вартість валової продукції, тис. грн.	42841,97	32155,24	46598,14
в т.ч. на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	191, 62	149,2	227,02
1 середньорічного працюючого, тис. грн.	82,39	68,13	99,78
Загальна земельна площа, га	26829,6	25861,2	24631,2
Середньорічна чисельність працівників по господарству, грн.	520	472	467
Вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	56302	37201	37868
Велика рогата худоба – всього, гол.	1097	809	899
ВРХ	247	328	430
Молоко	850	481	469
Рівень рентабельності, %	- 28,1	- 39,6	46,5

ТОВ «Інтерагроінвест» має зерно-молочний виробничий напрям, тому що, найбільшу питому вагу в галузі тваринництва займає – молоко (1,75%), а в рослинництві займають зернові та зернобобові (23,29%).

Проаналізувавши основні економічні показники діяльності ТОВ «Інтерагроінвест» можна зробити висновок, що спостерігається тенденція до їх покращення. Вартість валової продукції в 2011 році в порівнянні з 2009 роком зросла на 3756,17 тис. грн. Вартість основних виробничих фондів в 2011 році в порівнянні з 2009 роком зменшилася на 18434 тис. грн., а порівняно з 2010 роком зросла на 667 тис. грн. Кількість працівників в досліджуваному підприємстві з кожним роком зменшується. Так у 2011 році працювало 467 чоловік, що на 53 працівники менше ніж у 2009 році. У тваринницькій галузі відбулися негативні зміни. У 2011 році зменшилося поголів'я ВРХ порівняно з 2009 роком на 198 голів, а порівняно з 2010 роком збільшилося на 90 голів. Рівень рентабельності підприємства у 2011 році значно зріс в порівнянні з попередніми роками, що є позитивним явищем.

Висновки. В ході проведених досліджень було встановлено, що процес управління діяльністю ТОВ «Інтерагроінвест» потребує вдосконалення, яке повинне мати комплексний характер. Для удосконалення системи управління в ТОВ «Інтерагроінвест» ми пропонуємо такі заходи:

- удосконалення організаційної структури управління (створення відділу маркетингу, уточнення функцій підрозділів);

- розробку стратегічних цілей розвитку підприємства, його основних сфер діяльності, а саме розробка та впровадження в дію виробничої програми по збільшенню виробництва продукції тваринництва (побудова свиногокомплексу на 2000 гол. та залучення інвесторів);

- впровадження ресурсозберігаючих технологій та постійного контролю за витратами на всіх стадіях виробничого процесу;

- проведення заходів, що сприяють підвищенню рівня кваліфікації управлінського персоналу (курси підвищення кваліфікації, атестація кадрів, проведення та відвідування семінарів, конференцій тощо).

Отже, головна запорука успіху та прибутковості аграрного підприємства – це вдале управління його виробничою діяльністю, досконалий стратегічний план розвитку на майбутнє та вміння керівника пристосовуватися до змін в ринковому середовищі.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО – ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ПК «ЗОРЯ ПОДІЛЛЯ» ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**О.М. МОСТОВИЙ, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач САКОВСЬКА О.М.**

Інтеграція України в світовий ринковий простір вимагає впровадження в практику діяльності підприємств концепції маркетингу, яка докорінно змінює підходи до розуміння мети діяльності, завдань, методів реалізації та засобів їх досягнення. Змінюється сама філософія управління виробничою та збутовою діяльністю підприємства.

Збутова діяльність є сукупністю всієї функціональної діяльності, здійснюваної після завершення виробничої стадії (після закінчення виготовлення продукції) до безпосереднього продажу товару покупцю, доставки його споживачеві і після продажного обслуговування [2].

Переважає більшість українських підприємств в останні роки опинилися перед серйозними проблемами у сфері збуту. Падіння обсягів продажу, зниження рентабельності виробництва, скорочення частки ринку аж до повної її втрати, надмірне використання товарообмінних операцій – це далеко не повний перелік взаємопов'язаних негараздів, що супроводжують сферу збуту навіть тих підприємств, які ще вчора здавалися благополучними [1]. Труднощі вітчизняних товаровиробників викликані причинами двоякого характеру: одні породжені серйозними структурними зсувами в економіці, інші – стали наслідком неготовності управлінського персоналу до „самостійного плавання” у бурхливому вирі ринкової економіки. Адже протягом десятиріч управління у сфері збуту зводилося до неухильного виконання вказівок вищих органів. А в умовах ринку і руйнування централізованого розподілу перед підприємствами враз постала необхідність самостійно управляти збутом. Сьогодні вже загальновизнано, що початковою точкою цього процесу має бути діагностування збуту, тобто виявлення проблем (існуючих і можливих) під час самого здійснення збуту, визначення основних напрямів адаптації застосовуваної стратегії до змін у ринковому середовищі [3].

Наявність добре розробленої маркетингової стратегії в системі збуту є запорукою нормального функціонування підприємства. Вивчення даної проблеми необхідне для розуміння основних аспектів діяльності підприємства, що пов'язані також з його адаптацією до ринкових умов.

Вивченню питань виробничо-збутової діяльності підприємств присвячені наукові праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, як Є.С. Барвінської, П.С. Берегівського, О. Гаджинського (Польща), Ф.В. Горбоноса, Т.Г. Дудара, Ю.Ф. Єлізарова (РФ), В.В. Зіновчука, А.Г. Кальченка, О.І. Карого, Ф. Котлера (США), Дж. Коула (США), В.В. Липчука, Ю.В. Огерчука, М.К. Пархомця, Н.В. Поліщук, С.І. Поперечного, П.Т. Саблука, І.В. Сороки, Г.В. Черевка, В.С. Шебаніна та ін. Проте, питання управління виробничою та збутовою діяльністю підприємств потребують подальшого вивчення.

Метою дослідження є вивчення процесу виробництва і збуту сільськогосподарської продукції в ТОВ «ПК «Зоря Поділля» Гайсинського району Вінницької області та розробка шляхів його удосконалення.

Об'єктом дослідження є виробничо-збутова діяльність ТОВ «ПК «Зоря Поділля» Гайсинського району Вінницької області. Це підприємство створене з метою отримання максимального прибутку від господарської діяльності.

Для успішного ведення господарства підприємство повинне бути забезпечене усіма необхідними ресурсами та ефективно їх використовувати, тому забезпеченість ТОВ «ПК «Зоря Поділля» ресурсами та ефективність їх використання розглянемо в таблиці 1.

1. Основні показники забезпеченості ресурсів та ефективності їх використання у ТОВ «ПК «Зоря Поділля» Гайсинського району Вінницької області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.
I. Показники ефективності використання землі			
Урожайність, ц/га: зернових та зернобобових	43,13	53,84	32,95
Виробництво на 100 га відповідних угідь, ц			
зерна	2902,09	3152,16	1816,32
молока	248,51	182,02	231,90
живої ваги ВРХ	10,26	8,63	191,06
живої ваги свиней	0,70	0,12	0,00
Одержано на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.			
валової продукції	385782,54	477543,21	390059,61
чистого прибутку	2,84	2,52	4,48
II. Показники ефективності використання основних виробничих фондів			
Фондоозброєність, тис. грн.	283,89	373,04	317,93
Фондозабезпеченість, тис. грн.	9,88	10,49	463,29
Фондовіддача, грн.	390,59	455,40	12,64
Фондомісткість, грн.	0,003	0,002	0,002
Припадає в розрахунку на 1 грн. основних виробничих фондів, грн.:			
валового доходу	39059,04	45539,71	24581,26
чистого прибутку	1,51	7,05	1,44
III. Показники ефективності використання трудових ресурсів			
Виробництво валової продукції у розрахунку на 1 середньорічного працівника, грн.	11088427,84	16988334,44	7815034,69
у т. ч. рослинництва	135740,63	189622,43	80333,84
тваринництва	395,55	631,16	59195,49

Аналізуючи дані таблиці 1, необхідно відмітити, що протягом 2010 – 2012 років ефективність забезпеченості та використання ресурсів у досліджуваному підприємстві

зменшилася. Так, урожайність зернових зменшилася на 10,2 ц/га, виробництво зерна на 100 га ріллі також зменшилася на 1085,77 ц, спостерігається зменшення виробництва молока на 100 га сільськогосподарських угідь на 16,61 ц. Спостерігається значне збільшення живої ваги ВРХ на 100 га сільськогосподарських угідь на 180,8 ц, у 2012 році підприємство перестало займатися свинарством. Валової продукції на 100 га сільськогосподарських угідь у 2012 році було отримано на 4277,07 тис. грн. більше порівняно з 2009 роком, чистий прибуток збільшився на 1,64 тис. грн. Фондоозброєність збільшилася на 34,04 тис. грн., фондозабезпеченість – на 453,41 грн., фондомісткість залишилася незмінною, а фондовіддача зменшилася на 377,95 грн.

Трудові ресурси в ТОВ «ПК «Зоря Поділля» використовуються неефективно, про це свідчить зменшення виробництва валової продукції у розрахунку на 1 середньорічного працівника на 3273393,15 грн. у 2012 році. В тому числі зменшилося виробництво валової продукції рослинництва на 55406,79 грн., а тваринництва – збільшилось на 58799,94 грн. у розрахунку на 1 середньорічного працівника.

Управління збутовою діяльністю в ТОВ «ПК «Зоря Поділля» займає важливе місце в діяльності підприємства. На підприємстві збутовий відділ інтенсивно працює над проблемами збуту та якості продукції. Не дивлячись на економічну кризу в країні, підприємство виробляє та реалізує продукцію, відповідаючи за якість і ліквідує дефекти ще в процесі виробництва. Тому потенційні клієнти, а саме сільськогосподарські підприємства України та закордонні підприємства – партнери підтримують зв'язок, замовляючи продукцію на ТОВ «ПК «Зоря Поділля». В подальшому ТОВ «ПК «Зоря Поділля» планує підписання контрактів з підприємствами інших країн про співпрацю, що є позитивним для розвитку підприємства та виходу на нові міжнародні ринки.

Проте, у ТОВ «ПК «Зоря Поділля» є ще багато недоліків, які можливо мінімізувати за допомогою вдосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства. В ТОВ «ПК «Зоря Поділля» відсутня маркетингова служба і підприємство не застосовує реклами своєї продукції, тому рекомендується створити дану службу, яка займатиметься рекламою продукції та дослідженням ринків.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Сучасна аграрна політика: проблемні аспекти / Андрійчук В. Г., Зубець М. В., Юрчишин В. В. – К.: Аграрна наука, 2005. – 140 с.
2. Косарева Т. В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність / Т. В. Косарева // Економіка АПК. – 2008. – № 10. – С. 37-43.
3. Функціонування аграрного ринку в умовах глобалізації економіки / Саблук П. Т., Білорус О. Г., Кваша С. М. та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 56 с.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н.В. НЕВЛАД, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент КУСТРИЧ Л.О.

Ефективність функціонування та розвиток підприємства прямо залежать від того, наскільки раціонально воно розпоряджається своїми фінансовими ресурсами. Стимулювання розвитку ринкових відносин і прискорені темпи аграрної реформи спричинили недорозвиненість системи управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств. Типові проблеми фінансування аграріїв ускладнюються відсутністю кваліфікованого фінансового менеджменту і, як наслідок, поетапного процесу управління фінансовими ресурсами.

Дослідження питань управління фінансовими ресурсами підприємств розглядалися у працях вітчизняних та зарубіжних науковців Г.М. Азаренкової, М.Д. Білика, І.О. Бланка, О.Д. Василика, В.М. Гейця, Л.А. Дробозиної, Г.Г. Кірейцева, М.Н. Крейніної, В.І. Міщенко, С.В. Науменкової, А.М. Поддєрьогіна, В.М. Родіонової, П. Самуельсона, І.В. Сала, В.М. Суторміної, Є.С. Стоянової, А.Д. Шеремета та ін.

Проте в умовах трансформації ринкової економіки питання удосконалення управління фінансовими ресурсами, а саме сільськогосподарських підприємств, потребують більш детальнішого розгляду, що і є метою даної статті.

Важливим етапом управління фінансовими ресурсами є аналіз та оцінка фінансового стану підприємства. Під фінансовим станом підприємства розуміють міру його забезпеченості необхідними фінансовими ресурсами для здійснення ефективної діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Оцінку фінансового стану доцільно здійснювати за допомогою ряду показників, які наведені в табл. 1.

1. Показники оцінки фінансового стану СТОВ «Удич» Бершадського району Вінницької області

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Показники оцінки майнового стану			
Коефіцієнт зносу	0,631	0,614	0,618
Коефіцієнт придатності	0,369	0,386	0,382
Показники ліквідності			
Коефіцієнт загальної ліквідності	16,283	16,201	12,340
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,146	2,165	1,182
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,742	1,481	0,719
Показники фінансової стійкості			
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,522	0,528	0,587
Коефіцієнт фінансування	29,298	28,799	19,303
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,967	0,966	0,951
Показники ділової активності			
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,842	0,722	0,833
Коефіцієнт оборотності оборотних засобів	1,549	1,290	1,377
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	1,316	1,115	0,971
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	105,964	45,509	41,637
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	20,368	25,143	22,631
Коефіцієнт оборотності усіх активів	0,962	0,802	0,957
Показники рентабельності			
Рентабельність активів	0,160	0,113	0,211
Рентабельність власного капіталу	0,168	0,117	0,221
Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком	0,200	0,163	0,265
Рентабельність продукції (робіт, послуг)	0,242	0,291	0,595

Так, коефіцієнти зносу та придатності основних засобів свідчать про покращення їх технічного стану. Коефіцієнти ліквідності за досліджуваний період відповідають нормативним значенням, тобто підприємство має фінансові ресурси для розширення діяльності й інвестування та можливість швидкого погашення поточних зобов'язань. Для

здійснення його поточної діяльності за досліджуваний період в обігу знаходилося від 52,2 до 57,8 тис. грн. власного капіталу. Коефіцієнти ділової активності не відповідають нормативним значенням, що означає збільшення тривалості обороту власного капіталу, оборотних засобів та виробничих запасів і зниження їх оборотності за досліджуваний період, а це безпосередньо впливає на платоспроможність підприємства. Позитивним моментом діяльності підприємства є зростання показників рентабельності в динаміці. В цілому фінансовий стан товариства можна оцінити як стійкий.

Існуюча на сільськогосподарських підприємствах, в тому числі й на досліджуваному, система управління фінансами не може бути якісною без здійснення управлінських заходів, серед яких варто виділити фінансове планування, організацію фінансових розрахунків, фінансовий контроль.

Фінансове планування є важливим гарантом розширення кругообігу виробничих фондів, досягнення високої результативності діяльності підприємства, створення умов, які б забезпечили його платоспроможність та фінансову стійкість. З метою покращення фінансового планування сільськогосподарським підприємствам необхідно виявляти резерви у господарській діяльності та спрямовувати їх на підвищення ефективності виробництва; забезпечувати раціональні та взаємовигідні економічні відносини з іншими підприємствами-постачальниками матеріальних ресурсів, бюджетом та банками; здійснювати контроль за господарсько-фінансовою діяльністю підприємства та за утворенням й використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів.

Важливою частиною фінансової роботи щодо забезпечення підприємства фінансовими ресурсами є правильна організація розрахунків, що забезпечують стійку систему фінансових відносин з постачальниками ресурсів і споживачами продукції. При цьому необхідно розробити чіткий механізм кредитно-товарної політики, суть якої полягає у контролюванні дебіторської заборгованості, встановленні процедур інкасації дебіторської заборгованості, що в свою чергу сприятиме поверненню власних коштів до підприємства, а також варто розглянути інші джерела залучення позикових коштів, наприклад, такі як лізинг, адже лізинг дає можливість підприємству отримати активи й почати їх експлуатацію, не відволікаючи гроші з обігу.

Фінансовий контроль повинен здійснюватися на всіх стадіях кругообігу засобів підприємства. В результаті фінансового контролю виявляються відхилення фактичних показників від передбачених фінансовим планом. Відхилення і порушення виявляються через нестачу або періодичну відсутність грошових коштів на поточному рахунку, що свідчить про поточну неплатоспроможність підприємства, а надмірна і тривала за часом кількість грошових коштів на рахунках (в порівнянні з середніми залишками в попередніх періодах) свідчить про незадовільне використання грошей. Тому політика управління грошовими коштами повинна полягати в підтримці мінімального залишку грошових коштів для безперервного здійснення розрахунків; врахуванні сезонних змін залишку грошових коштів; створенні резерву грошових коштів на випадок розширення обсягів діяльності; формуванні резерву коштів для компенсації можливих непередбачених витрат і втрат в процесі фінансово-господарської діяльності; своєчасній трансформації вільних грошових коштів у високоліквідні фінансові інструменти та їх зворотній конвертації для поповнення залишку грошових коштів.

Отже, стійке фінансове становище підприємства є результатом вмілого, прорачованого управління його фінансовими ресурсами. На нашу думку, стабільне функціонування, динамічний розвиток, ринкова позиція підприємства в повній мірі залежить від удосконалення системи управління фінансовими ресурсами. Тому виникає необхідність у науковій організації роботи з управління ними, яка дасть змогу забезпечити високий рівень розробки і прийняття ефективних управлінських рішень.

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМ РИЗИКОМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В.А. НЕМИРОВСЬКА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПІТЕЛЬ Н.Я.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємства пов'язана з необхідністю приймати ризикові управлінські рішення, які можуть принести збитки або додаткові прибутки. Важливо навчитись керувати ризиками ЗЕД, оскільки близько 40% комерційних операцій закінчуються невдачею через недостатнє врахування та управління даними ризиками. У цьому разі виникає потреба в обґрунтуванні механізму, який дав би можливість найбільш раціональним способом врахувати ризик та мінімізувати втрати. Таким механізмом є ризик-менеджмент ЗЕД, а в умовах глобалізації в системі ринкових відносин управління ризиком виступає об'єктивно необхідним.

Науковий доробок із проблем управління ризиком включає праці відомих українських та зарубіжних вчених: І.Т. Балабанова, В.В. Вітлінського, В.В. Глуценка, В.М. Гранатурова, С.М. Ілляшенко, Г.Б. Клейнера, В.А. Москвіна, Є.А. Уткіна, М.В. Хохлова, О.С. Шапкіна, А.Д. Штефанича, О.І. Ястремського та інших. Їх праці присвячені дослідженню сутності ризику, визначенню факторів і причин його виникнення, характеристиці методів оцінки ступеня ризику. Разом з тим, існуючі підходи до вирішення проблем ризик-менеджменту у ЗЕД як дієвої системи управління ризиком досі не узагальнені, хоча існує нагальна потреба у формуванні системи менеджменту господарських ризиків, адаптованої до сучасних економічних процесів.

Управління підприємницьким ризиком – це сукупність дій організаційного, економічного та технічного характеру, спрямованих на конкретизацію джерел ризику, його видів, факторів, оцінку величини, розробку та реалізацію заходів щодо зменшення його негативного впливу та запобігання можливих втрат.

Під ризиками ЗЕД розуміють загрозу втрат ресурсів, додаткових витрат, недоотримання прибутку суб'єктами ЗЕД; непередбачуваність зовнішньоекономічних операцій; неповну інформацію про їх ефективність. Ризик ЗЕД – це невизначеність для її суб'єктів у розвитку, наслідках окремих експортно-імпортних операцій, виборі напрямків, ніш та сегментів на світовому ринку.

Причинами ризику можуть бути нестабільність економічних процесів у різних країнах, недостатня кількість інформації про стан економіки, відсутність чітких цілей діяльності суб'єкта ЗЕД, неефективна економічна політика, яку здійснює влада, особливості державного устрою і законодавства, етнічні й регіональні проблеми, різка поляризація інтересів різних соціальних груп тощо. На прибутковість підприємництва можуть впливати валютне та торговельне регулювання, ліцензування, квотування, зміна митних зборів тощо [1].

Сучасні теоретичні підходи до визначення сутності ризик-менеджменту в умовах ЗЕД недостатньо повно його характеризують. Зустрічається позиція, що ризик-менеджмент – це процес, характерний для реактивного управління, тобто процес впливу на об'єкт з метою пошуку можливих напрямів мінімізації, а не запобігання ризику. Такий підхід не спрямований на розробку попереджувальних заходів уникнення майбутніх ризиків.

Враховуючи основні положення теорії управління та узагальнюючи точки зору провідних вчених щодо управління ризиками, вважаємо за доцільне розглядати управління ризиком у ЗЕД як процес впливу на об'єкт підприємництва в міжнародному бізнесі, при якому забезпечується охоплення широкого діапазону можливих ризиків і застосування всіх можливих методів впливу на них в процесі прийняття рішень та зведення ступеня впливу виявлених ризиків до прийнятних або мінімальних меж.

Результатом таких дій стає розробка стратегії поведінки об'єкта управління у випадку настання конкретних ризикових подій.

Таким чином, ризик-менеджмент в ЗЕД – це сукупність методів, принципів і форм управління організацією, а також її поведінкою в міжнародному середовищі в умовах невизначеності та конфліктності.

У рамках ризик-менеджменту зовнішньоторговельної діяльності вирішуються три основні завдання [2]:

- збільшення додаткового прибутку, який отримує підприємство внаслідок управління ризиками;
- зменшення збитку, спричиненого ризиками;
- профілактика виникнення ризиків.

Основна мета ризик-менеджменту – це мінімізація або ліквідація можливих збитків від ризику ЗЕД.

Важливе значення у системі управління ризиком при здійсненні ЗЕД відіграє правильний вибір заходів попередження і зниження ризику, які загалом визначають її ефективність.

У міжнародній практиці напрацьована велика кількість різноманітних і досить оригінальних напрямів та способів мінімізації ризику. До основних дієвих напрямків регулювання ступеня ризику в ЗЕД належать: розподіл ризику, збереження, диверсифікація, лімітування, здобуття додаткової інформації, вирівнювання, створення резервів, страхування, хеджування, уникнення, зменшення та передача ризику. Ці методи не виключають один одного, тому можуть застосовуватись одночасно.

Існування різних способів регулювання ступеня ризику в ЗЕД створює проблему вибору найбільш прийнятної в конкретній ситуації. На нашу думку, найкращим варіантом вибору шляхів оптимізації ризику є обґрунтована комбінація кількох методів, а основним критерієм вибору – наявність оптимального співвідношення між досягнутим ступенем зменшення ризику та необхідними для цього витратами.

Після вибору найбільш оптимального способу впливу на ризики з'являється можливість розробити стратегію управління всім комплексом ризиків ЗЕД підприємства. Це етап прийняття управлінського рішення, коли визначаються необхідні трудові, фінансові, матеріальні ресурси, розподіл завдань серед менеджерів, проводять консультації зі спеціалістами тощо. Завершальним етапом ризик-менеджменту в умовах ЗЕД виступає контроль і коригування результатів реалізації обраної стратегії з врахуванням нової інформації. Систематично повинен відбуватися перегляд даних про ефективність заходів щодо управління ризиками з урахуванням інформації про зміни, що відбулися за цей період в економічній системі [2].

У цілому, від прийнятої концепції управління ризиками ЗЕД значною мірою залежить успішність результатів господарювання суб'єктів бізнесу. Визначення мети ризик-менеджменту ускладнюється існуванням прямої залежності між ризиком і прибутком, тому підприємства повинні самостійно визначити той рівень ризику, який є прийнятним для них з метою отримання запланованих прибутків.

Таким чином, формування системи ризик-менеджменту у ЗЕД покликане забезпечити високу ефективність прийнятих управлінських рішень для досягнення стратегічних і тактичних зовнішньоекономічних цілей підприємства. Використання в господарській практиці ризик-менеджменту дозволяє скоригувати стратегію розвитку ЗЕД із врахуванням ступеня ризику та підвищити прибутковість функціонування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Злидник Ю. Характеристика ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємств: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/4267/1/4.pdf>

2. Мостенська Т.Л. Ризик-менеджмент як інструмент управління господарським ризиком підприємства при здійсненні ЗЕД / Скопенко Н.С., Мостенська Т.Л.//: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/Vest_Ek7-3-2010-PDF/072-79.pdf

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПАТ «ЗВЕНИГОРОДСЬКИЙ СИРОРОБНИЙ КОМБІНАТ»

М.О. НЕПОТРІБНА, студ. V курсу

Науковий керівник: к.е.н., доцент ГОМЕНЮК М.О.

Світова економічна криза та пов'язані з нею організаційно-економічні зміни у промисловості України безпосередньо вплинули на діяльність підприємств агропромислового комплексу. Наслідками кризових явищ на макрорівні стали: спад виробництва, цінові та структурні диспропорції, зниження продуктивності праці, зростання рівня безробіття, неплатоспроможність і незбалансованість відтворювальних процесів тощо. Зовнішні показники кризи доповнилися внутрішніми проблемами на рівні окремих підприємств. Це поставило перед керівництвом і трудовими колективами підприємств нові проблеми, які потребують реальної оцінки власного потенціалу та визначення пріоритетів розвитку.

Дослідження управління маркетинговою діяльністю на ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» є актуальним напрямком наукового пошуку.

ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» розпочав свою діяльність у 1933 року.

В 1995 році державне підприємство «Звенигородський сироробний комбінат» шляхом акціонування було перетворено в відкрите акціонерне товариство з колективною формою власності. Згідно Закону України «Про акціонерні товариства» ВАТ «Звенигородський сироробний комбінат» було перейменовано в ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» у березні 2012 року. З 23.07.2007 року підприємство очолює Паскаль Мартін громадянин Франції.

ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» виробляє такі види продукції – сир твердий сичужний, сир плавлений, масло тваринне, суху знежирену сироватку. Підприємство працює під торговою маркою «Звенигора».

Основним видам продукції є твердий сир, який виробляється в асортименті: Російський, Звенигородський, Мармуровий, плавлені сири із смаковими добавками.

Управління маркетингом на ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» передбачає аналіз, планування, реалізація та контроль програм, які спрямовані на створення, підтримку та розширення вигідних відносин з цільовим покупцем для досягнення глобальних цілей підприємства. Таким чином, управління маркетингом спрямовується на управління попитом, яке, в свою чергу, передбачає управління стосунками зі споживачами.

Маркетингова направленість у діяльності підприємства, динамічна зміна технологій, боротьба за споживача, ріст конкуренції заставляють підприємства повному розглядати весь комплекс питань управління.

Організаційна структура управління ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат», орієнтованим на маркетинг, передбачає зменшення рівнів управління і збільшення горизонтальної підпорядкованості. Встановлення функціональних зв'язків з іншими підрозділами організаційної структури управління для виконання маркетингових цілей.

**1. Склад та структура основної продукції
в ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат»**

Продукція	2009 рік			2010 рік			2011 рік		
	Обсяг виробництва в натуральних одиницях, т	Обсяг виробництва у грошовому виразі (у діючих цінах) (тис.грн.)	%	Обсяг виробництва в натуральних одиницях, т	Обсяг виробництва у грошовому виразі (у діючих цінах) (тис.грн.)	%	Обсяг виробництва в натуральних одиницях, т	Обсяг виробництва у грошовому виразі (у діючих цінах) (тис.грн.)	%
Сир жирний твердий	3836,3	82369,3	78,6	3715,4	97761,3	67,7	3407,3	125074,1	46,3
Суша знежирена сироватка	1152,3	8538,3	8,1	1669,2	6817,7	4,70	1863,3	10643,1	25,3
Сир плавлений	689,3	7896,3	7,5	1286,7	27919,4	19,30	1222	32216,0	16,6
Масло	350	3980,3	3,8	229,2	5473,6	3,8	276,3	8792,8	3,8
Інші товари (послуги)		2036,3	2,0	314,3	6496,00	4,5		13995,9	8,1
Всього		104820,5	100		144468	100		190721,9	100

Управління маркетингом в ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» здійснює відділ маркетингу, до складу якого входить 12 працівників. Очолює відділ директор з маркетингу. Показники результативності та ефективності управління маркетингом на ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» наведені в таблиці 2.

**2. Результативність та ефективність управління маркетингом на ПАТ
«Звенигородський сироробний комбінат» Черкаської області**

Показники	2007 р.	2008р.	2009 р.	2010р.	2011 р.	2011р. до 2007 р. в%
Вартість товарної продукції, тис.грн	94232,8	149187	171154	243511	304197	322,8
Кількість працівників служби маркетингу, осіб	9	10	10	11	12	133,3
Припадає товарної продукції на одного з спеціаліста маркетингу, тис.грн.	10470,3	14918,7	17115,4	22137,4	25349,8	242,1
Чистий дохід всього, тис.грн.	-7740,6	-21702	-3217	9331	-2374	30,7
Припадає чистого доходу на одного спеціаліста з маркетингу, тис.грн.	-860,1	-2170,2	-321,7	848,3	-197,8	23,0
Витрати на маркетинг, всього тис. грн.	4524,9	9262	12311	20816	31954	706,2
Припадає витрат на маркетинг на одного спеціаліста з маркетингу, тис. грн.	502,8	926,2	1231,1	1892,4	2662,8	529,6

Служба маркетингу ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» намагається бути максимально наближена до споживача і незалежно від варіантів організаційної структури повинна забезпечити максимальний контакт всіх без винятку працівників служби з реальними і потенційними споживачами продукції підприємства.

ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» висуває на перший план розробку рекомендацій щодо формування і проведення виробничо – збутової політики підприємства, а також координацію діяльності в цій галузі підрозділів підприємства.

Таким чином, організація маркетингу в ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» повинна стати своєрідним синтезом вимог ринку, з одного боку, і забезпечити найбільш ефективне функціонування підприємства на ринку.

В умовах кризи, здійснюючи маркетингову діяльність, ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат» повинно чітко дотримуватись ефективної маркетингової політики, яка являє собою встановлені межі діяльності і визначення поведінки у сфері управління, спрямовуючи функціонування підприємства у напрямі реалізації її маркетингових стратегій. Ефективна маркетингова політика дозволить ПАТ «Звенигородський сироробний комбінат»: саморегулюватися і контролювати зовнішню і внутрішню ситуацію; мати гнучкість щодо змін, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі; розробляти директиву, що визначає кордони дії підприємства; доповнювати маркетингову стратегію, додавати необхідну гнучкість і рухливість досягнення маркетингової стратегічної мети; регламентувати управлінську діяльність і поведінку підприємства.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

О.А. ОВЧАРУК, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент ВЕРНЮК Н.О.

Хлібопекарська галузь належить до найважливіших галузей харчової промисловості, особливо з позиції забезпечення продовольчої безпеки країни. В 2012 році обсяг реалізації хліба і хлібобулочних виробів становив 7907,4 млн. грн., що складає 4,1% від всього обсягу реалізації харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів. При цьому обсяги виробництва та реалізації хліба і хлібобулочних виробів постійно знижується. Якщо в 2000 році обсяг виробництва хліба і хлібобулочних виробів становив 2,46 млн. т, то в 2012 році цей показник складає 1,73 млн. т.

Основною причиною такого стану, перш за все, є скорочення чисельності населення України з 49,4 млн. осіб в 2000 році до 46 млн. в 2012 році. Однак, слід зауважити, що виробництво хліба та хлібобулочних виробів скорочується більшими темпами ніж населення України. Так, населення щороку зменшується в середньому на 0,7% в порівнянні з попереднім роком, в той час, як виробництво хліба і хлібобулочних виробів щороку зменшується в середньому на 3,4% в порівнянні з попереднім роком.

Крім, зменшення загального обсягу виробництва хліба, варто також відмітити і зменшення обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів в розрахунку на одну особу. Так в 2012 році виробництво хліба на одну особу в рік становило 37,6 кг/рік або 103 грами на добу, що є дуже сумнівним, оскільки навіть у воєнні часи ця норма була вищою. Крім того норма споживання хліба і хлібобулочних виробів, що входить до споживчого кошику, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 10.04.2000 року № 656 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення», становить 101 кг/рік або 277 грам в день, що перевищує обсяги виробництва хліба в 2,7 рази. Тому це може свідчити про наявність невідображеного у статистичній звітності «тіньового» обсягу хліба і хлібобулочних виробів, що випікається в приватних пекарнях або в приватних господарствах, пекарнях при магазинах, тощо.

Страждають при цьому потужні промислові підприємства, які через посилений адміністративний тиск знаходяться в скрутному фінансовому положенні. Якщо, за даними Міністерства економіки, в 2012 році збитки у хлібопекарській діяльності становили 99,1 млн. грн., то в 2013 році, за попередніми даними, збитки будуть на рівні 309 млн. грн. Пов'язане це з тим, що більше 60% продукції цих підприємств – сорти хліба масового вжитку, ціни на які підлягають регулюванню шляхом встановлення граничних рівнів рентабельності їх виробництва відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 25.12.1996 р. № 1548.

Умовою забезпечення безперебійного виробництва якісної продукції, хлібопекарської галузі є наявність якісної сировини в необхідній кількості, зокрема борошна, що займає приблизно 40-46% в структурі собівартості хліба. Аналіз динаміки виробництва борошна в Україні свідчить, що за період 2000-2012 рр. воно скоротилось з 3076 тис. т до 2632 тис. т., тобто на 14,4%. Натомість обсяги виробництва пшениці характеризуються поступовим зростанням, що пов'язано як із збільшенням посівних площ пшениці, так і зі збільшенням її урожайності. Однак, в 2012 році відбулося зменшення як посівних площ, так і урожайності з 1 га, що в результаті призвело до зменшення обсягів виробництва пшениці на 19% в порівнянні з 2011 роком. Крім того, питома вага продовольчої пшениці в 2012 році склала лише 45% всього урожаю, оскільки сільськогосподарські товаровиробники не зацікавлені у її вирощуванні, що є ще однією вагомою проблемою для хлібопекарських підприємств – відсутність в достатній кількості якісного борошна з якісного зерна вітчизняного виробництва.

Впродовж 2011-2012 маркетингового року через зростання цін на зерно як на світових так і на внутрішніх ринках відбувалося зростання цін на борошно (31-39%). Разом з тим ціни на хліб і хлібобулочні вироби залишалися майже незмінними. Цей факт свідчить про те, що підприємства хлібопекарської галузі знаходяться в несприятливих умовах для їх подальшої ефективної роботи.

Найбільші виробничі потужності хлібопекарської галузі зосереджені, як правило, у регіонах найбільшого виробництва борошна, а також у великих промислових центрах і столиці. Так, приблизно 49% хліба і хлібобулочних виробів, вироблених в Україні, зосереджено в 6 найбільших промислових регіонах. Найбільшу частку у виробництві хлібобулочних виробів займає місто Київ (більше 10% сукупного обсягу виробництва), а також Донецька (більше 10%) і Дніпропетровська (більше 10%) області. Причиною є густота населення зазначених регіонів і більш високий рівень економічного розвитку, а виходить, і платоспроможність попиту. Загалом у хлібопекарській галузі України на сьогоднішній день діє більше 1000 хлібо заводів різної потужності. Асортимент продукції дуже різноманітний та широкий і щорічно оновлюється. Потужності промислових хлібо заводів використовується на 30 – 40%, за винятком хлібо заводів Києва та деяких великих міст – тут заводи працюють на повну потужність. Мова йде про високу конкурентноздатність продукції та її якість. У структурі виробництва 72% хліба і хлібобулочних виробів випікають промислові хлібо заводи, розташовані в містах і районних центрах. Їх близько 400. Ще 6% хліба виробляють підприємства колишньої системи «Укркооспілка». Таких хлібо заводів близько 500. Як правило, це хлібо заводи невеликої потужності, які обслуговують сільську зону. І, 5% хліба припадає на частку підприємства «Укрпродсоюзу». І, нарешті, 20% хліба і хлібобулочних виробів випікають малі пекарні.

Таким чином, проблемою розвитку хлібопекарської галузі є: по-перше, адміністративне регулювання цін на хліб та хлібобулочні вироби, що не дає змогу здійснювати ефективну господарську діяльність та створює умови для розвитку тіньового ринку хлібопекарської продукції; по-друге, відсутність в достатній кількості продовольчого зерна призводить до нестачі і здорожчання борошна необхідної якості для виробництва хліба та хлібобулочної продукції.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ АКПП «ПЕРЕМОГА» ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

А.С. ОЛЕКСАНДРУК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ПЕТРЕНКО Н.О.

Інвестиції є передумовою забезпечення економічного зростання підприємства, а у зв'язку з дефіцитністю власних фінансових ресурсів, виникає необхідність залучення інвестицій. Для отримання інвестиційних ресурсів підприємство повинно відповідати ряду характеристик, тобто бути інвестиційно привабливим.

Теоретичні та практичні аспекти інвестиційної привабливості підприємств знайшли відображення в наукових роботах вітчизняних та зарубіжних економістів таких як: В. Бочаров, І. Бланк, С. Гуткевич, Г. Лайко, В. Гриньова, К. Ізмаїлова, О. Коюда, Л. Лігоненко, О. Ястремська та інших.

Метою наукової статті є сформулювати основні шляхи управління інвестиційною привабливістю АКПП «Перемога» Тростянецького району Вінницької області.

В умовах глобалізації економіки набуває важливості поняття «інвестиційної привабливості» як основного фактору підвищення економічного розвитку підприємства, яке повинне відповідати певному переліку характеристик. В ході проведення наукового дослідження встановлено, що в економічній літературі немає однозначного визначення даної категорії. Так, на думку В.М. Гриньової, інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливості залучення інвестиційних ресурсів; оцінка інвестиційної привабливості підприємства – інтегральна характеристика його внутрішнього середовища.

Виходячи із вказаного вище можна сказати, що управління інвестиційною привабливістю підприємства – це управління сукупністю характеристик його внутрішнього та зовнішнього середовища.

Система управління інвестиційною привабливістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством і включає розробку напрямів діяльності підприємства в частині інвестиційної, що орієнтована на збільшення прибутку, за рахунок довгострокових вкладення капіталів, призначених для створення, розміщення, реконструкції, модернізації, технічного переозброєння підприємства.

Об'єктом дослідження обрано АКПП «Перемога» Тростянецького району Вінницької області. Площа сільськогосподарських угідь в АКПП «Перемога» за 2012 р. становила 2404,7 га, середньорічна чисельність працюючих – 150 чол. Показник валової продукції у 2012 р. становить 4814,3 тис. грн., а прибуток кооператив отримав у розмірі 312 тис. грн. Виробничий напрямок господарства зерно-молочний з розвинутим скотарством. За досліджувальний період підприємство мало стабільну рентабельність на рівні 5,9%.

При управлінні інвестиційною привабливістю враховують для кого підприємство повинно бути привабливим, так як різні групи інвесторів надають перевагу різним оціночним показникам.

К.В. Ізмаїлова для оцінки інвестиційної привабливості підприємств пропонує застосовувати методику затверджену Агенством з питань запобігання банкрутства. Вона ґрунтується на розрахунку показників майнового стану, фінансової стійкості підприємства, ліквідності активів та прибутковості. Показники оцінки фінансового стану АКПП «Перемога» представлені в таблиці 1.

З даних таблиці 1 можна зробити висновок, що коефіцієнт зносу у 2011р. становить 0,648, що є меншим на 0,047 в порівнянні з 2007р. Можна зазначити позитивну

тенденцію до збільшення коефіцієнта придатності, що свідчить про покращення технічних основних засобів. Даний показник у 2011р. становить 0,351, що є більшим за 2007р. на 0,047. Також відбувається зростання в динаміці коефіцієнта оновлення. В 2011р. даний показник становить 0,131, що є більшим за 2007р. на 0,028. Коефіцієнт вибуття у 2011р. становить 0,0007, що є меншим за 2007р. на 0,113. Коефіцієнт загальної ліквідності у 2011р. досяг 15,116, що є меншим показником за 2007р. на 1,364 і дає змогу свідчити проте, що кооператив в змозі вчасно погашати свої зобов'язання перед кредиторами. Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2011р становить 2,327, що є меншим в порівнянні з 2007р. на 0,213. Коефіцієнт абсолютної ліквідності в 2011р. становить 0,186, що є меншим в порівнянні з 2007 р. на 0,756. Даний показник є достатнім для роботи кооперативу враховуючи те, що рекомендоване значення коливається в межах 0,2 – 0,25. Коефіцієнт маневреності власного капіталу у 2011р. становить 0,543, що є меншим за 2007р. на 0,03. Коефіцієнт фінансування або фінансової стабільності у 2011р. становить 5,253, що є меншим за 2007р на 7,973. Даний показник говорить проте, що в кооперативу не має проблем з платоспроможністю. Коефіцієнт фінансової незалежності у 2011р. становить 0,840, що є меншим показником за 2007 р. на 0,089 який стверджує проте, що кооператив досить залежний від зовнішніх джерел фінансування.

1. Показники оцінки фінансового стану АКПП «Перемога» Тростянецького району Вінницької області

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Показники оцінки майнового стану					
Коефіцієнт зносу	0,695	0,667	0,648	0,690	0,648
Коефіцієнт придатності	0,304	0,332	0,351	0,309	0,351
Показники ліквідності					
Коефіцієнт загальної ліквідності	13,752	13,890	16,180	15,031	15,116
Коефіцієнт швидкої ліквідності	2,540	2,734	2,811	1,626	2,327
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,942	0,980	1,051	0,065	0,186
Показники оцінки фінансової стійкості					
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,573	0,494	0,536	0,549	0,543
Коефіцієнт фінансування	13,226	5,681	5,568	6,478	5,253
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,929	0,766	0,847	0,866	0,840

Проведене дослідження інвестиційної привабливості АКПП «Перемога» свідчить про те, що ситуація є досить неоднозначною, оскільки деякі параметри, що впливають на неї, покращуються, деякі ж навпаки – погіршуються. Проте зусилля колективу АКПП «Перемога» повинні спрямовуватися на забезпечення підвищення результативності діяльності, на здійснення та запровадження нових підходів до управління кооперативом, оскільки це є невід'ємною частиною формування інвестиційної привабливості.

Встановлено, що оцінка фінансового стану підприємства передбачає лише оцінку майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, рентабельності, ділової активності, але цього не достатньо. Подальшого дослідження потребує розробка практичних пропозицій щодо визначення окремих показників інвестиційної привабливості підприємства з врахуванням багатокритеріального підходу та факторів ризику і невизначеності.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ТОВ «ПОЛЯНЕЦЬКЕ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**М.С. ОЛІЙНИК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач САКОВСЬКА О.М.**

Світова і вітчизняна практика переконливо довела, що якісне перетворення управління суб'єктами ринку набуває сьогодні виняткового значення, приводить до об'єктивної необхідності радикальних змін у менеджменті, будь-який ринковий обстановці, запобігає появу негативних явищ у бізнесі, забезпечує фінансову стабільність підприємств і організацій. Важливого значення набуває питання удосконалення системи управління, зокрема виробництвом сільськогосподарської продукції.

Управління — складний і динамічний процес, керований і здійснюваний людьми для досягнення поставленої мети. Привести в дію організовану систему, щоб одержати потрібний результат можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та прикладних аспектів управління виробництвом на підприємствах зробили такі вітчизняні та іноземні вчені: М. Альберт, П.І. Белінський [1], І.О. Бланк, В.І. Бойко, Й.С. Завадський [2], А.М. Колот, І.І. Кравчук, С.В. Кучер, Ю.Я. Лузан, О.В. Мальцев, М.Х. Мескон, Дж. Г. Сигел, О.М. Скібіцький, П.Т. Саблук, В.Р. Тихоненко та інші. Однак дана проблема і надалі залишається актуальною.

Мета наукової статті – це аналіз сучасного стану управління виробництвом сільськогосподарської продукції в ТОВ «Полянецьке» та обґрунтування основних напрямків його вдосконалення.

Об'єктом дослідження є процес управління виробництвом у ТОВ «Полянецьке» Уманського району Черкаської області. Підприємство має зерно-технічний напрямок спеціалізації з розвиненим тваринництвом.

Господарська діяльність ТОВ «Полянецьке» ведеться на орендованій землі, площа якої складає 1346 гектарів. Середньорічна чисельність працівників у 2011 році становила 49 осіб, зокрема, у галузі рослинництва – 21 особа, у галузі тваринництва – 28 осіб.

Аналізуючи дані табл. 1, зазначимо, що урожайність зернових і зернобобових у 2011 році становила 45,85 ц/га, що є більшим значенням, ніж у 2009 році майже у 2 рази. Збільшення відбулося за рахунок використання більш урожайніших сортів. Також збільшилось одержання валової продукції на 100 га сільськогосподарських угідь у 2011 році порівняно з 2009 роком на 119,34 тис. грн., а щодо чистого прибутку, то даний показник зменшився на 0,07 тис. грн.

Аналізуючи показники ефективності використання основних виробничих фондів, відзначимо збільшення показників фондоозброєності і фондозабезпеченості у 2011 році порівняно з 2009 роком відповідно на 0,24 і 0,03 тис. грн., що свідчить про погіршення результатів діяльності підприємства. Розмір прибутку в середньому за 2009-2011 роки склав 0,36 грн. у розрахунку на 1 грн. основних виробничих фондів.

Щодо показників ефективності використання трудових ресурсів, то виробництво валової продукції у розрахунку на 1 середньорічного працівника у 2011 році збільшилось на 32,37 грн. порівняно з 2009 роком.

Структура управління виробництвом у ТОВ «Полянецьке» є лінійно-функціональною. Дана структура характеризується поєднанням лінійного підпорядкування всіх питань, пов'язаних з управлінням підприємством, з функціональним управлінням. Лінійно-функціональна структура управління забезпечує поєднання переваг лінійної та функціональної засад і сприяє створенню структури, в якій

одні органи приймають рішення і владно проводять їх у життя, а інші – забезпечують їх інформацією.

1. Основні показники забезпеченості ресурсів та ефективності їх використання у ТОВ "Полянецьке" Уманського району Черкаської області

Показник	2009 р.	2010 р.	2011р.
I. Показники ефективності використання землі			
Урожайність, ц/га: зернових та зернобобових	28,81	31,71	45,85
Виробництво на 100 га відповідних угідь, ц			
зерна	1788,59	1399,55	1955,35
молока	481,75	496,36	433,21
живої ваги ВРХ	27,52	34,55	30,53
живої ваги свиней	1,11	4,46	6,17
Одержано на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.			
валової продукції	168,07	187,69	287,41
чистого прибутку	1,63	1,63	1,56
II. Показники ефективності використання основних виробничих фондів			
Фондоозброєність, тис. грн.	27,71	26,92	27,47
Фондозабезпеченість, тис. грн.	0,24	0,22	0,21
Фондовіддача, грн.	0,41	0,42	0,61
Фондомісткість, грн.	2,44	2,37	1,65
Припадає в розрахунку на 1 грн. основних виробничих фондів, грн.:			
валового доходу	40,97	42,11	60,67
чистого прибутку	0,39	0,37	0,33
III. Показники ефективності використання трудових ресурсів			
Виробництво валової продукції у розрахунку на 1 середньорічного працівника, грн.	46,58	50,53	78,95
у т. ч. рослинництва	61,07	66,38	137,33
тваринництва	34,77	38,07	35,16

У ТОВ «Полянецьке» при управлінні виробництвом застосовуються різноманітні економічні методи, а саме: планування, економічне стимулювання виробництва, фінансування та кредитування, ціноутворення, господарський розрахунок, організація праці та управління.

Проте, у ТОВ «Полянецьке» є ще багато недоліків, які можливо мінімізувати за допомогою вдосконалення управління виробництвом. Основними напрямками вдосконалення управління виробництвом на підприємстві можуть бути: удосконалення організаційної структури управління підприємством; запровадження нових економічних методів управління виробництвом, які б базувалися на комп'ютерних технологіях; удосконалення мотивації праці на підприємстві; удосконалення системи планування шляхом застосування комп'ютерної техніки при економічному аналізі, обліку, збору інформації, обробки даних.

Результати дослідження засвідчили, що управління виробництвом у ТОВ «Полянецьке» є недостатньо ефективним. Широко використовуються економічні методи управління, проте є ще багато проблем, вирішення яких може суттєво підвищити ефективність управління виробництвом на досліджуваному підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій: навч. посібник. / П.І. Белінський. – К.: вид-во ЦУЛ, 2008. – 624 с.
2. Завадський Й.С. Менеджмент: підручник: У 2 т. / Й.С. Завадський. – Т. 2. – К.: вид-во Європейського університету, 2002. – 640 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В ПОСП «СВОБОДА» КРИВООЗЕРСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

І.І. ОНУФРАК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: викладач НАГЕРНЮК Д.В.

В ринковій економіці важливим чинником успіху продукції є конкурентоспроможність. У теорії і практиці дослідження конкурентоспроможності розрізняють: конкурентоспроможність продукції, підприємства, галузі, регіонів та країни в цілому. Між усіма цими рівнями існує взаємозв'язок, адже конкурентоспроможність країни і галузі залежить від здатності конкретних виробників виробляти конкурентоспроможну продукцію.

Конкурентоспроможність продукції є свого роду зовнішнім вираженням та інструментом забезпечення конкурентоздатності підприємства. Підвищення конкурентоспроможності продукції призводить до послідовного зростання конкурентних переваг підприємства, галузі, регіону, країни. На споживчому ринку в першу чергу конкурує продукція, тому саме вона є первинною ланкою ієрархічної системи конкурентоспроможності та реальним об'єктом конкуренції.

Конкурентоспроможність як економічна категорія розглядається у наукових працях вітчизняних вчених-економістів: С.М. Кваші, Н.Є. Голомші, М.Й. Маліка, О.А. Нужної, Н.А. Мазура, М.С. Місюка, І.З. Должанського, Т.О. Загорної, В.Д. Андріанова, М.Г. Долинської, І.А. Соловйова, О.М. Шпичака та багатьох інших учених. Але чимало питань потребують подальшого дослідження, насамперед, з'ясування економічного змісту поняття конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств.

Існує ряд визначень поняття конкурентоспроможності, які водночас часто протистоять один одному. Одні автори вважають, що конкурентоспроможність продукції — це сукупність споживчих властивостей товару, яка визначає його відмінність від інших аналогічних товарів за мірою та рівнем задоволення потреби покупця та витратами на його придбання і експлуатацію.

Інші вважають, що це можливість продукції бути більш привабливою для споживача у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду та призначення завдяки кращій відповідності своїх якісних та вартісних характеристик потребам ринку та споживчим оцінкам.

Треті під конкурентоспроможністю розуміють комплекс споживчих та вартісних характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто перевагу продукції над іншими в умовах широкого пропонування товарів-аналогів.

Однак у всіх цих визначеннях поняття має один недолік, конкурентоспроможність в них подається як сукупність, тобто сума всіх властивостей товару без врахування того, що для споживача більш важливим є співвідношення: якість/ціна/споживання.

Тому ми дійшли висновку, що найбільш влучним визначенням конкурентоспроможності продукції є визначення, відповідно до якого конкурентоспроможність продукції — комплексна багатоаспектна характеристика, яка

відображає можливість продукції на протязі періоду її виробництва відповідати за якістю потребам конкретного ринку, адаптуватися по відношенню якості та ціни до потреб споживачів, забезпечувати вигоду виробнику при її реалізації.

У даному науковому дослідженні пропонуємо розглянути рівень конкурентоспроможності продукції ПОСП «Свобода» Кривоозерського району Миколаївської області та визначити напрями його підвищення.

Протягом досліджуваного періоду в ПОСП «Свобода» працює 39 осіб на площі 2434,96 га. Напрямок спеціалізації підприємства зерново-соняшниковий. Вартість валової продукції збільшилась на 366,1 тис. грн. або на 16% і становила в 2011 році 2601,4 тис. грн. Прибуток збільшився на – 968,9 тис. грн. або на 294,7% і становив у 2011 р. 1297,6 тис. грн. В результаті цього на 1 працюючого припадає 3430,6 грн. прибутку. В цілому ПОСП «Свобода» працює ефективно, рівень рентабельності виробництва в 2011 році складав 22,13%.

Основними показниками, що характеризують рівень конкурентоспроможності продукції, є урожайність, ціна, рівень рентабельності, собівартість продукції (таблиця 1).

1. Основні показники конкурентоспроможності продукції ПОСП «Свобода»

Кривоозерського району Миколаївської області

Показники	Озима пшениця			Ячмінь			Соняшник			Цукрові буряки		
	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Урожайність, ц/га	28,1	15,5	33,1	28,7	12,7	28,2	20,0	11,7	16,6	230,3	43,4	-
Ціна 1 ц, грн.	34,7	54,2	103,5	36,4	36,8	105,8	132,3	186,0	263,7	11,9	12,0	-
Собівартість 1 ц, грн.	26,6	43,8	52,8	23,5	70,4	55,0	112,3	38,9	72,0	8,5	14,3	-
Прибуток з розрахунку на 1 ц реалізованої продукції, грн.	0,8	1,0	5,1	1,3	-6,9	5,1	1,8	14,7	19,2	0,3	-0,2	-
Рівень рентабельності, %	30,5	23,8	95,9	54,7	-47,7	92,5	32,7	377,4	266,3	38,9	-15,6	-

За досліджуваний період в підприємстві збільшилась урожайність лише озимої пшениці – на 17,8%, урожайність соняшнику зменшилась на 17%, ячменю – на 1,7%. Урожайність основних культур в підприємстві є досить низькою, що свідчить про те, що підприємство не вносило необхідної кількості добрив під культури, що спричинено низьким прибутком за 2009-2010 роки.

Ціна продукції визначається попитом і пропозицією, звичайно, в межах витрат виробництва. Вона як економічна категорія ринку виступає з одного боку як індикатор, що відображає кон'юнктуру і політику ринку (співвідношення між попитом і пропозицією, ступінь конкурентності на ринку); з іншого боку ціна виступає як маркетинговий регулятор ринку, за допомогою якого вона впливає на попит і пропозицію, структуру та ємкість ринку, швидкість обігу товарних запасів. Ціни на основні види продукції в ПОСП «Свобода» значно зросли, так на озиму пшеницю та ячмінь ціна збільшилась в 3 рази на соняшник – в 2 рази. За рахунок випереджаючого росту цін порівняно з рівнем собівартості, виробництво основних культур було прибутковим. Зокрема, в 2011 році підприємство від реалізації озимої пшениці одержало на 1 га посіву 1089,0 грн. прибутку при рівні рентабельності 95,9%. Рівень рентабельності виробництва основних видів продукції має чітко виражену тенденцію до зростання, що свідчить про досить стабільний стан галузі та перспективи подальшого її розвитку.

Слід зазначити, що різниця між цінами на продукцію і їх собівартістю із року в рік збільшується. Якщо в 2009 році собівартість виробництва 1 ц озимої пшениці становила 76,7% ціни реалізації, то в 2011 році лише 51%. Також зменшення собівартості спостерігається і по соняшнику, – у 2009 році вартість виробництва 1 ц становила 84,9% ціни реалізації, а в 2011 році лише 27,3%.

Аналіз конкурентоспроможності продукції ПОСП «Свобода» показав, що конкурентоспроможними культурами в підприємстві є озима пшениця, ячмінь та

соняшник, тому що вони мають найвищу рентабельність серед вирощуваних культур в господарстві. Нерентабельними, а тому і не конкурентоспроможними культурами підприємства є цукрові буряки та соя. Це пов'язано із тим, що підприємство недотримується сівозмін, використовує нерайоновані сорти, не вносить необхідну кількість мінеральних та органічних добрив. Тому, для підвищення конкурентоспроможності продукції у ПОСП «Свобода» повинні стати наступні заходи:

1. удосконалення системи техніко-технологічних і агротехнічних заходів виробництва продукції рослинництва, що включають в себе освоєння обґрунтованих сівозмін й оптимізацію структури посівних площ;
2. впровадження у виробництво нових високоврожайних сортів та гібридів сільськогосподарських культур;
3. після досягнення точки беззбитковості реалізації досягти планових обсягів прибутку, тим самим підвищити показники рентабельності;
4. впроваджувати у виробництво нові енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки й реалізації продукції;
5. здійснювати належний контроль за якістю продукції на всіх етапах її виробництва і збуту.

Отже, на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції впливають багато чинників. Найголовнішими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції є якість, собівартість і ціна реалізації готової продукції. Вони впливають на рівень конкурентоспроможності продукції, а тому повинні мати оптимальне економічно обґрунтоване співвідношення.

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРАТ «ЯМПІЛЬСЬКИЙ ПРИЛАДОБУДІВНИЙ ЗАВОД»

Т.В. ОПРИШАНСЬКА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент БУТИЛО І.А.

Ефективна взаємодія економіки України зі світовим господарством можлива лише за умови створення у країні високорозвинутого експортного комплексу, структурні та функціональні характеристики якого мають визначатися у контексті основних тенденцій розвитку сучасного міжнародного бізнесу, стратегічних ресурсів розвитку країни та її національних інтересів.

Нині в структурі українського експорту переважають порівняно низькотехнологічні товари, перш за все – продукція чорної металургії та основної хімії, а також сировина і матеріали, серед яких слід відзначити марганцеву руду і продукцію сільського господарства. Поряд з тим в Україні збереглися високотехнологічні виробництва, деякі з яких є унікальними. У більшості випадків вони були складовими радянського воєнно-промислового комплексу. Отже, при пошуках Україною свого місця у світовому поділі праці найперспективнішими, на наш погляд, є спроби просунути на зовнішні ринки високотехнологічну продукцію, в першу чергу – військову техніку, літаки, кораблі.

Аналіз показує, що всі українські субєкти міжнародної діяльності зустрічаються з двома основними проблемами. По-перше, специфіка ефективної міжнародної спеціалізації України вимагає розробки обґрунтованих маркетингових програм та організації державної підтримки щодо створення міжнародних конкурентних переваг для українських промислових товарів на світових ринках. По-друге, необхідною є конкретна адаптація міжнародного досвіду до умов перехідної економіки з метою формування власної бізнес- та маркетингової стратегії українських підприємств, що функціонують у міжнародному середовищі.

Дослідженнями зовнішньої торгівлі України, зокрема й експортних операцій, займаються чимало вчених-економістів. Серед них – Я. Базилюк, Т. Вахненко, Я. Жаліло, Т. Мельник, Н. Пирець, А. Філіпенко та ін.

Практика розвитку сучасного міжнародного бізнесу свідчить, що без ефективної системи управління експортною діяльністю неможливо забезпечити успіх країни та її підприємств у їх боротьбі за світогосподарські позиції.

Розглянемо один із випадків управління експортною діяльністю на ПрАТ «Ямпільський приладобудівний завод».

Підприємство виготовляє таку продукцію: газові лічильники побутові роторного типу G 2,5 РЛ, G 4 РЛ, G 6 РЛ, G 10 РЛ; газові лічильники побутові роторного типу електронні G 2,5 ЕГЛ, G 4 ЕГЛ, G 6 ЕГЛ, G 10 ЕГЛ; газові фільтри відстійники; газові клапани відсікувачі; електронасоси водяні побутові; мановакууметри МВ 20-60; замки накладні.

Продукція заводу вже давно користується заслуженим попитом як на ринку України, так і на ринках Росії, Узбекистану, Молдови, Казахстану, Канади. Свідченням визнання продукції заводу на ринку, її конкурентоспроможності є отримані державні нагороди: в номінації "Інвестиційний потенціал України" почесним дипломом в 2001 році; в номінації продукція виробничо-технічного призначення за виробництво якісної продукції "100 кращих товарів України – 2005" почесний диплом. Отож можна сказати, що експортна діяльність на заводі налагоджена досить ефективно.

На підприємстві «Ямпільський приладобудівний завод» залежно від специфіки та масштабів діяльності в організації зовнішньоекономічних зв'язків беруть участь різні відділи і служби, але, як правило, основні функції в цій сфері акумулює відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ):

1. Науково-технічне співробітництво та зовнішні зв'язки. Передбачає проведення необхідних заходів щодо науково-технічного співробітництва з іншими фірмами та вивчення і впровадження передового досвіду, розробку планів співробітництва, організацію переговорів, збирання і нагромадження інформації з міжнародного досвіду, добір фахівців для відрядження за кордон, планування і контроль за експортним виробництвом, а також статистичну звітність.

2. Аналітичні дослідження, складання прогнозу збуту та розробка політики ціноутворення:

- ◆ аналіз характеристик продукції, що випускається, з погляду вимог ринку;
- ◆ вивчення й аналіз ринку збуту продукції;
- ◆ розробка, складання прогнозу збуту;
- ◆ визначення можливого асортименту товарів для продажу на ринку і розробка проекту планованого обороту підприємства та нових форм обслуговування;
- ◆ створення банку даних для маркетингового ситуаційного аналізу;
- ◆ вивчення факторів, що впливають на швидкість упровадження товару на ринку, і вибір найбільш оптимального підходу до ціноутворення при реалізації продукції підприємства;

- ◆ аналіз стану цін на ринку.

3. Вивчення рекламної діяльності:

- ◆ розробка заходів щодо стимулювання попиту продукції підприємства;
- ◆ проведення аналізу заходів щодо реклами продукції.

4. Розробка планів і робота з укладання договорів на реалізацію продукції:

- ◆ укладання і продовження договорів, оформлення контрактів;
- ◆ робота з біржами, брокерами, дилерами й агентами по збуту;
- ◆ пошук споживачів на основі виданих прогнозів збуту;
- ◆ ведення картотеки з обліку споживачів;
- ◆ переговори з потенційними споживачами;

- ◆ ведення збуту за регіонами;
- ◆ робота із сервіс-центрами, забезпечення їх запасними частинами.

Виконання цих пунктів забезпечує ефективне управління експортними операціями на даному підприємстві (табл. 1).

1. Показники ефективності ЗЕД ВАТ «Ямпільський приладобудівний завод»

№ п/п	Показники експортно-імпоротної діяльності п-ва	20011 р.	2012 р.
1.	Контрактна вартість імпортованої продукції тис.грн	18960,69	16445,53
2.	Акцизні збори тис.грн	40,62989	41,11386
3.	Мито і митні збори тис.грн	88,0325	95,93286
4.	Транспортні витрати тис.грн	1286,617	1507,508
5.	Вантожо-розвантажувальні витрати тис.грн	677,1675	685,2305
6.	Складські витрати тис.грн	338,5829	137,0467
7.	Експедиторські витрати тис.грн	325,0407	219,2744
8.	Страхові витрати тис.грн	81,25977	54,819
9.	Інші витрати на ЗЕД тис.грн	67,71594	137,0467
10.	Виробнича собівартість продукції тис.грн	44765.6	39159
11.	Позавиробничі витрати тис.грн	6771,675	6852,306

Проаналізувавши експортну діяльність підприємства можна зробити висновок, що вона потребує значних змін. Удосконалення товарної структури експорту на ВАТ «Ямпільський приладобудівний завод» передбачає поступове підвищення ступеня оброблення сировинних ресурсів, збільшення у ній частки готової, зокрема високотехнологічної, продукції. Слід зазначити, що проблема низько-технологічного експорту пов'язана з тим, що підприємство взагалі мало виробляє високотехнологічної продукції, тому необхідно насамперед збільшити обсяги випуску високотехнологічних товарів, а тоді поступово й їх частку в експорті товарів. Важлива роль при цьому відводиться державній підтримці, яка полягає не лише в удосконаленні законодавства, поліпшенні інфраструктури (доріг, портів), наданні інформаційних та консультативних послуг. Також для розширення кола споживачів підприємству необхідно брати участь у на зарубіжних виставках і ярмарках. Потрібна фінансова підтримка через експортне кредитування, експортне страхування, отримання державних гарантій тощо. Диверсифікація експорту в географічному розрізі передбачає вихід на нові перспективні зарубіжні ринки та зміцнення (розширення) позицій на існуючих. Для цього необхідно підвищувати конкурентоспроможність продукції, у виготовленні товарів дотримуватись європейських і міжнародних вимог та стандартів тощо.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991
2. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. За ред. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2003. – 680 с.
3. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник /Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С. та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
4. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ЗЕРНА В ПрАТ «ЗЕРНОПРОДУКТ МХП» ТЕПЛИЦЬКОЇ ФІЛІЇ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.О. ПАНЧОХА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач САКОВСЬКА О.М.**

Зерновий сектор України є стратегічною галуззю економіки держави, що формує обсяги пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, зокрема продуктів переробки зерна і продукції тваринництва, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій, формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників та валютні доходи держави за рахунок експорту. Зернова галузь забезпечує сталий розвиток більшості галузей агропромислового комплексу та аграрної продукції.

Зернове господарство – основа аграрного сектора економіки України. Зерно є і буде в майбутньому головним джерелом грошових надходжень в Україну, фінансовим фундаментом аграрних підприємств, від якого залежить розвиток усього сільського господарства та соціальної сфери села.

Питаннями формування й розвитку ринку сільськогосподарської продукції займаються багато вітчизняних вчених. Результати дослідження висвітлюються у працях В.Г. Андрійчука, М.Ю. Коденської, В.Я. Месель-Веселяка, П.М. Макаренка, Л.Ю. Мельника, П.Т. Саблука, І.І. Червена, О.М. Шпичака, О.Г. Шпикуляка, В.В. Юрчишина, а в галузі зерновиробництва – Ю.Д. Білика, В.І. Бойка, В.І. Власова, Ю.П. Воскобійника, Т.Г. Гайдук, М.В. Гладія, І.О. Кузнецової, М.Г. Лобаса, Л.М. Худолій та інших вітчизняних вчених. Ними розроблені теоретичні та практичні аспекти підвищення ефективності зернового виробництва в країні, ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, формування і розвитку ринку. Проте, питання формування і розвитку ринку зерна вимагають подальшого всебічного дослідження.

Головні пріоритети розвитку зернопродуктового комплексу на найближчий період – забезпечення нарощування виробництва високоякісного зерна, стримування негативних процесів, що мають місце в сфері реалізації та просування товару до споживача, нарощування експортного потенціалу як зернової, так і зернопереробної галузей. Для цього є всі необхідні умови: родючі ґрунти, сприятливі кліматичні умови, наявність високоврожайних сортів, необхідна база переробки і зберігання продукції.

Об'єктом дослідження є ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області, яке знаходиться в селі Кивачівка Теплицького району Вінницької області. ПрАТ «Зернопродукт МХП» спеціалізується на вирощуванні зернових та технічних культур. Основними зерновими культурами є озима пшениця, озимий ячмінь, ярий ячмінь, овес, а головною технічною культурою – соняшник.

Ефективність господарювання значною мірою залежить від забезпеченості та результативності використання основних засобів. Основні показники, що характеризують дане питання в обраному підприємстві наведено в таблиці 1.

Проаналізувавши дані таблиці 1, можна зробити висновок, що у 2012 році порівняно з 2010 роком показники фондозабезпеченості, фондоозброєності збільшилися відповідно на 1,6 та на 105,7 тис. грн., тоді як зменшилась фондovіддача на 0,12 грн. А фондомісткість свідчить, що в 2010 році на 1 грн. валової продукції припадало 1,62 грн. вартості основних виробничих фондів. Прибуток у 2012 році становив 6069 тис. грн., що на 60,2% більше, ніж у 2010 році. Сума матеріально-грошових витрат на 100 грн. валової продукції за звітний рік склала 166,3 грн., тобто на 20 грн. більше, ніж у 2010 році.

На підприємстві простежується тенденція до збільшення вартості валової продукції сільського господарства і середньорічної вартості основних виробничих фондів, що призвело до зменшення фондovіддачі і збільшення фондомісткості.

1. Забезпеченість та ефективність використання основних виробничих фондів в ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Відношення 2012 р. до 2010 р., %
Вартість основних фондів, тис. грн.	7824	9193	13851	177,0
Середньорічна кількість працюючих, чол.	85	92	70	82,3
Площа сільськогосподарських угідь, га	3584	3556	3633	101,4
Вартість валової продукції в порівнянних цінах 2005 р., тис. грн.	4828,3	6048,2	7069,2	146,4
Прибуток, тис. грн.	3789	7536	6069	у 1,6 рази
Матеріально-грошові витрати на 100 грн. валової продукції, грн.	146,2	158,0	166,3	113,7
Середньомісячна оплата праці 1 працюючого, грн.	910,6	1008,2	1192,1	130,9
Фондозабезпеченість, тис. грн.	2,2	2,6	3,8	172,7
Фондоозброєність, тис. грн.	92,04	99,9	197,8	214,9
Фондомісткість, грн.	1,62	1,52	2,0	1,2
Фондовіддача, грн.	0,62	0,66	0,5	80,6
Рівень рентабельності, %	52,4	87,8	73,5	+21,1 в. п.

Площа посіву зернових культур в 2012 р. складала 3464 га, в тому числі пшениці – 703 га, ячменю – 230 га, сої – 478 га, гороху – 394 га, соняшнику – 724 га. Площа посіву кукурудзи складала 255 га.

Розглянемо динаміку показників реалізації продукції в ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області.

З даних таблиці 2 видно, що об'єм реалізації зернових та зернобобових культур в ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області у 2012 році зріс порівняно з 2010 р. на 11246 ц. Це відбулося за рахунок збільшення виробництва та реалізації продукції зернових. Об'єм реалізації інших видів продукції значно скоротився.

Табл. 2. Динаміка об'ємів реалізації продукції в ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області

Види продукції	Об'єм реалізації, ц		
	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Зернові та зернобобові	48316	53356	59592
Соняшник	25574	19715	2603
Ріпак озимий	1843	4487	2011
Соя	4606	6749	10420
Разом	80339	75207	74625

Проведений аналіз стану управління виробництвом зерна та його економічної ефективності в ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області дозволяють внести такі пропозиції щодо удосконалення управління виробництвом зерна: удосконалення управління матеріально-технічним постачанням і збутом, перехід до управління маркетингом, управління науково-технічним прогресом, розробка комплексної системи управління якістю праці, стандартизація і атестація продукції; переважний розвиток економічних методів управління і вибору раціональних форм стимулювання працівників, правильне поєднання економічних методів з адміністративними і соціально-психологічними методами; удосконалення методів підбору, розстановки і використання кадрів, підвищення їх кваліфікації; вдосконалення

зовнішніх виробничих зв'язків, економічних взаємовідносин з заготівельними і торговельними організаціями.

З метою підвищення урожайності зернових культур на підприємстві необхідно перейти до інтенсивного ведення господарської діяльності, а за рахунок використання внутрішньогосподарських резервів збільшення виробництва продукції рослинництва ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області могло б отримати додаткову виручку від її реалізації.

Лише виконання вище зазначених умов дасть змогу ПрАТ «Зернопродукт МХП» Теплицької філії Вінницької області не лише створити оптимальну організацію управління виробництвом, а й стати конкурентоспроможними на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках, адже ефективна організація виробництва зерна створює гарні передумови до зростання ефективності та прибутковості виробництва.

Список використаних джерел:

1. Економіка виробництва зерна (з основами організації і технології виробництва): монографія / [Бойко В.І., Лебідь Є.М., Рибка В.С. та ін.]; за ред. В.І. Бойка. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 400 с.

2. Чмирь С. М. Розвиток зернопродуктового підкомплексу в Україні: моногр. / С. М. Чмирь. – К.: Аграрна наука, 2007. – 376 с.

СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Н.В. ПАРУБОК, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доцент ПІТЕЛЬ Н.Я.

Сучасні ринкові умови диктують все вищі вимоги до українських підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Щоб мати успіх на світовому ринку в умовах глобалізації та інтеграції до світової спільноти, кожна компанія має бути конкурентоспроможною. Одним із чинників, що позитивно впливає на конкурентоздатність є впровадження заходів соціальної відповідальності в маркетингову стратегію розвитку компанії.

Поняття соціальної відповідальності бізнесу для України є відносно новим, тому багато проблем реалізації політики соціальної відповідальності потребують подальших досліджень.

Значний внесок до розвитку концепції соціального маркетингу внесли такі вчені, як Ч. Бодвелл, С. Веддок, Ф. Котлер, Д. Легран, Д. Рокфеллер, Р. Оуен, С. Туркін, С. Перегудов, Б. Полунєєв, І. Глінкіна, С. Лукаш, С. Рубашкіна, Л. Авроріна, А. Шмаров, Л. Савицька, М.П. Теодорович, М.І. Корсакова та ін. Проте в сучасних наукових роботах вітчизняних учених не отримали достатнього висвітлення питання реалізації концепції соціального маркетингу в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Соціально-відповідальний маркетинг – це процес виявлення та задоволення потреб споживачів з урахуванням потреб усього суспільства в цілому. Маркетинг, спрямований на соціальні пріоритети, є практичним вираженням зовнішньої складової концепції соціальної відповідальності міжнародного бізнесу.

Соціальну відповідальність компаній у бізнесі поділяють на внутрішню й зовнішню, але українські керівники більше уваги приділяють саме внутрішній відповідальності, спрямованій безпосередньо на формування і примноження людського капіталу підприємства [1, 2], у той же час дуже мало хто звертається до другої складової,

пов'язуючи її перш за все з благодійницькою чи спонсорською діяльністю. Між тим існує поняття соціально-відповідального маркетингу, яке відносять саме до соціальної відповідальності бізнесу.

Концепція соціально-відповідального маркетингу виникла в третій чверті XX сторіччя. Загалом соціально-відповідальний маркетинг розглядається як концепція узгодження та поєднання інтересів організації, споживачів та суспільства в цілому. Соціально спрямований маркетинг передбачає пошук, виявлення і вивчення інтересів та потреб споживачів продукції і послуг на цільових ринках з метою забезпечення бажаних потреб більш ефективними засобами, порівняно із конкурентами, з одночасним збереженням та посиленням благополуччя споживачів і суспільства в цілому.

Соціальний маркетинг відрізняється від комерційного головним чином своїми цілями і пріоритетами. Якщо мета комерційної організації – отримання прибутку, і на таку мету спрямована маркетингова стратегія, то соціальний маркетинг – це нова концепція соціальної відповідальності всіх членів суспільства, і він ставить за мету змінити поведінку великих груп людей на кращу для досягнення соціальної гармонії в суспільстві.

Нині навіть для комерційних підприємств настала нова фаза маркетингової політики в управлінні бізнесом – соціальна орієнтація, – мета якої не тільки задоволення потреб платоспроможного споживача, але і благо суспільства в цілому. Такий маркетинг дозволяє показати привабливість своїх пропозицій на ринку і «продати» товар, навіть якщо це абстрактна ідея, модель поведінки або партія. Проте якщо організація або фірма зосереджена лише на отриманні прибутку, можуть виникнути і негативні для суспільства наслідки. Тому менеджери з маркетингу повинні піклуватися про соціальну відповідальність бізнесу, тобто про обов'язок підприємства підсилювати позитивні для суспільства результати його діяльності і послаблювати негативні [3].

Роль соціально орієнтованого маркетингу в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності можна визначити наступним чином:

- соціальний маркетинг виступає фундаментальною сучасною концепцією управління міжнародним бізнесом, соціальними процесами і змінами в умовах нинішнього ринкового демократичного суспільства;
- соціальний маркетинг виступає ефективною управлінською технологією, що формулює основні принципи і підходи до побудови сучасного менеджменту на основі теорії соціального, некомерційного обміну послугами, ідеями, цінностями;
- соціальний маркетинг формулює цілі, технології, маркетингові механізми управління стосовно різних сфер суспільного життя (освіти, охорони здоров'я, культури, спорту, екології, науки, мистецтва й ін.), формуючи конкретні реальні механізми їх функціонування, регулювання, управління [4].

Найважливіші характеристики концепції соціально-відповідального маркетингу можна представити пунктах:

1. Провідна ідея концепції – виробництво товарів, які задовольняють існуючі потреби з урахуванням вимог та обмежень суспільства.
2. Основний інструментарій для реалізації концепції: комплекс маркетингу (4P); дослідження споживача; вивчення, аналіз і оцінка соціальних та екологічних наслідків виробництва й використання виготовлених товарів і послуг.

Управління соціально-відповідальним маркетингом на підприємстві здійснюється на трьох рівнях:

внутрішній — реалізація фірмою соціальної відповідальності перед власними співробітниками шляхом вкладення ресурсів у створення максимально сприятливих умов праці і психологічного клімату в колективі, сприяння його соціальному розвитку, підвищенню кваліфікації персоналу, розширенню участі працівників в управлінні організацією;

зовнішній — реалізація соціальної відповідальності перед споживачами шляхом формування і задоволення їх потреб у зручних, безпечних і недорогих товарах і послугах;

соціальний — реалізація соціальної відповідальності перед територіальною общиною шляхом сприяння її стійкому розвитку через участь у вирішенні пріоритетних соціальних проблем, підтримка хворих і недієздатних, підвищення рівня культури населення, стимулювання його ділової активності, збереження навколишнього середовища [4].

Управління соціальним маркетингом — складний процес, що вимагає від компаній суттєвої концептуально-стратегічної й організаційної перебудови: розробки корпоративних планів «стійкого розвитку» і корпоративних звітів про соціальну відповідальність, реалізації спеціальних PR-заходів: проведення переговорів і обміну досвідом на загальносвітовому, європейському й національному рівнях, презентації компаній за кордоном. Зростання капіталізації і міжнародного іміджу підприємства безумовно окуплять ці вкладення у разі успіху [3].

Стратегічна орієнтація на соціальну відповідальність і ефективне управління соціальним маркетингом принесуть підприємству ряд конкурентних переваг, серед яких наступні: підвищення репутації серед споживачів; поліпшення фінансових показників; побудову ефективної моделі взаємовідносин із державою і суспільними організаціями.

Список використаних джерел:

1. Зеленко О. Доцільність впровадження соціальної відповідальності бізнесу // Міжнародний бізнес та менеджмент: проблеми та перспективи в умовах глобалізації. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 22-24 жовтня 2008 р. — Тернопіль: Економічна думка, 2008. — С. 235-237.

2. Calinescu T. Social responsibility of business as factor of human capitalmanagement at the enterprise. / Calinescu T., Zelenko O. // Management and Education. Academic Journal — University “Prof. Dr Assen Zlatov”, Faculty of Social Sciences, Burgas, Vol. IV, 2008 — P. 7-10.

3. Юзик Л.О. Соціальний маркетинг в системі менеджменту підприємства: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/sots%D1%96alnii-marketing-v-sistem%D1%96menedzhmentu-p%D1%96dpri%D1%94mstva>

4. Шатаева О.В. Менеджмент в социальной сфере: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dis.ru/library/manag/archive/2007/6/4276.html>

РОЛЬ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ЕКСПОРТНО ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

І.Б. ПИРОЖАК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: ст. викладач ЗБОРОВСЬКА Ю.Л.

В сучасних умовах господарювання для економіки України важливо розвивати свою зовнішньоекономічну діяльність. В першу чергу це стосується експортної сфери, яка є джерелом додаткових валютних надходжень та впливає на стан платіжного балансу країни. Нині вітчизняним підприємствам, що працюють як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках не достатньо виробляти якісну продукцію. Посилення конкуренції потребує використання певних засобів стимулювання збуту, які в сукупності утворюють систему стимулювання збуту підприємства, розвивати власну програму комунікативності, яка являє собою діалог фірми з покупцями.

Стимулювання збуту — це маркетингова діяльність по застосуванню засобів

стимулюючого впливу, спрямованих на прискорення та посилення зворотної реакції ринку [1]. Іншими словами – це пряме заохочення споживачів придбати продукти підприємства, а сфери торгівлі – включити ці товари до свого асортименту для наступного їх продажу [2]. Головна мета реалізації таких заходів – забезпечення безперервного потоку товару від виробника до споживача. Особливостями системи стимулювання збуту є привабливість, інформативність, короткочасність ефекту впливу, ненав'язливість прийомів впливу, різноманітність засобів стимулювання.

З кожним роком зростає обсяг витрат експортно орієнтованих підприємств на заходи стимулювання збуту. Перш за все це пов'язано із такими проблемами [1]:

- зниження ефективності реклами внаслідок збільшення її вартості, перенасиченості засобів масової інформації рекламними зверненнями й обмежень на законодавчому рівні;
- збільшення кількості купівель, які здійснюються імпульсивно, що спонукає роздрібну торгівлю вимагати від постачальників проведення заходів стимулювання збуту;
- можливість замірювати ефективність заходів стимулювання збуту, наприклад, завдяки інформації, отриманій зі сканерів електронних пунктів продажу;
- загострення конкурентної боротьби, у процесі якої активно використовуються засоби стимулювання збуту, вимагає від фірми-конкурента аналогічних дій.

Основні цілі формування на експортно орієнтованих підприємствах системи стимулювання збуту можна поділити на три категорії: стратегічні, специфічні та разові. До першої відносяться – збільшення числа споживачів, збільшення обороту до кількості товарів, намічених в маркетинговому плані, виконання показників плану продажів; до другої – прискорення продажів найбільш вигідного товару, позбавлення від зайвих запасів, прагнення домогтися регулярності продажів сезонного товару, пожвавити продаж товарів, збут яких переживає застій, протидіяти виниклим конкурентам; до третьої – підтримка рекламної кампанії, отримання вигоди з щорічних подій (свята, під час яких купують товари на подарунки).

Нині вітчизняні підприємства для стимулювання збуту їх продукції на зовнішніх ринках використовують такі найбільш поширені заходи як: надання покупцям знижок при оптових закупках товарів, надання знижок постійним покупцям, поширення інформації в газетах, журналах та по телебаченню, продаж під реалізацію, дилерська мережа. Але на разі цього є не достатньо. Для того, щоб зацікавити покупців, збільшити об'єм продажів потрібно мати чітко розроблений план, який включає в себе такі етапи:

- визначення основних цілей заходів стимулювання збуту;
- визначення відповідальних за стимулювання збуту;
- розробка загального плану стимулювання збуту;
- вибір засобу стимулювання;
- координація плану стимулювання збуту;
- оцінювання результатів стимулювання збуту.

Для реалізації вказаного плану підприємства-експортери повинні створити відповідну організаційну структуру управління. Організаційна структура управління збутом на підприємстві – це сукупність управлінських і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій по доведенні готової продукції споживачам відповідно до їх вимог. Основними завданнями даних підрозділів є:

- організація своєчасного та достовірного інформаційного забезпечення працівників підприємства про стан ринку, проведення маркетингових досліджень і складання прогнозів збуту;
- підписання договорів з іноземними контрагентами на постачання продукції;
- вибір форм і методів збуту відповідно до умов діяльності на кожному окремому ринку, організування системи розподілу;

- створення маркетингової комунікації та організування правового забезпечення;
- організування сервісного та післяпродажного обслуговування.

Для оцінки системи стимулювання збуту продукції експортно орієнтованого підприємства доцільно використовувати такі показники:

- узагальнюючі показники виробничо-господарської діяльності підприємства в цілому;
- показники ефективності використання основних видів ресурсів;
- показники оцінки товарного асортименту експортно орієнтованої продукції та її перспективність.

Отже, для активізації своєї експортної діяльності підприємства, які вже є експортерами та ті, що лише планують виходити на зовнішні ринки потребують не лише одноразових та стандартних для усіх ринків дій, а й створення ефективної системи стимулювання збуту, ключовими ланками якої є розробка плану та відповідної організаційної структури підприємства.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг: Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В.А. Рафальська – Київ «Наш час», 2007. – 504 с.
2. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Вовчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «УМАНЬПИВО» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.О. ПОБЕРЕЖНА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: професор ШКОЛЬНИЙ О.О.**

Нині підприємства України функціонують в умовах глобалізації світової економіки. Політичний курс країни відображає багатовекторність. Важливою подією стало приєднання України до Марракеської угоди про заснування СОТ 5 лютого 2008 року. Цього ж року, а саме 16 травня Україна стала 152-им офіційним членом СОТ. Сфера діяльності організації охоплює більше 96% обсягів світової торгівлі. Регулювання міжнародної торгівлі в рамках СОТ здійснюється на базі основних правил і принципів, серед яких одним з найважливіших є принцип недискримінації. Він означає, що всі контрактні сторони-члени СОТ зобов'язані надавати одна одній однаково сприятливі умови. Таким чином, жодна країна не повинна робити винятки для іншої або застосовувати щодо неї дискримінаційний підхід. Але в сучасних умовах вітчизняні виробники мають слабші позиції, оскільки іноземні підприємства, які є більш конкурентоспроможнішими, почали все активніше завойовувати український ринок. Корпорації досить вдало інтегруються в економіку України. Пивоварний ринок не є винятком, тому було б доцільно розглянути та дослідити дану проблему.

Вітчизняне пивоварне виробництво розвивається в основному за рахунок великих та середніх підприємств. Більшість малих пивзаводів не змогли знайти своє місце на українському ринку і не мають коштів ні для технічного переустаткування, ні для створення власної мережі збуту. Ці заводи або припиняють виробництво пива, або стають власністю великих підприємств. Таке «поглинання» великими виробниками малих дає останнім можливість не зупиняти власне виробництво, що сприяє розвитку пивної галузі та забезпеченню зайнятості населення. Активна присутність іноземного капіталу у пивоварній галузі української промисловості сприяє її ефективному розвитку. В результаті підприємства з іноземними інвестиціями є лідерами на ринку пива України.

Понад 50 броварень постачають свою продукцію на національний ринок, але суттєвий вплив на ринкову кон'юктуру мають: дві транснаціональні («САН Інтербрю» та Baltic Beverages Holding) і дві вітчизняні – «Оболонь» та «Сармат» (остання продана у 2009 році транснаціональній компанії Submiller). У портфелях четвірки понад 30 брендів і сотні найменувань пива. Разом вони контролюють більше 94% ринку, витісняючи не тільки невеликі місцеві компанії, але й великих імпортерів. ТОВ «Уманьпиво» відноситься до 6% регіональних компаній, що діють в Україні. Основною причиною хиткого становища підприємства на регіональному ринку є малий обсяг випуску готової продукції. Тому ТОВ «Уманьпиво» має оптимізувати маркетингову стратегію за рахунок диверсифікації продукції та адаптувати її відповідно до процесу глобалізації.

Дослідженням диверсифікаційних процесів займалися такі видатні вчені як А.Сміт, Дж. Уелс, М.Горта, Ф.Котлер, Ж.Лабмен, В.Андрійчук, М.Міньковський, А.Шнейдер, З.Шершньова, Л.Антонюк, О.Герасимчук, І.Репіна. Проблеми розвитку пивоварної промисловості досліджували Є.Мазур, Б.Данилишина, В.Дегтяров, М.Ляшенко, О.Чирва. Проблеми та перспективи диверсифікації підприємств України є актуальними та потребують більш ґрунтовного дослідження.

Питання обґрунтування розвитку ТОВ «Уманьпиво» пов'язане, перш за все, з розробкою ефективної стратегії диверсифікації продукції, яка дасть змогу знизити ризики та забезпечити зростання прибутку. Дана стратегія полягає в політиці виділення фірмою своєї продукції як особливої, відмінної від конкуруючої продукції на певному ринку. Отже, ТОВ «Уманьпиво» доцільно використати один з можливих варіантів диверсифікації, запропонованих Д.Ващуком:

- асортиментна, коли в основному на наявному устаткуванні починає випускатися продукт або надається послуга з дещо (чи навіть дуже) різними властивостями чи ринковим позиціонуванням;

- ланцюгова, коли в структуру компанії чи холдингу включається, з одного боку, постачальники сировини, а з іншого – транспортні та збутові структури аж до роздрібних;

- конгломератна, коли зароблені на початковому бізнесі гроші інвестуються у щось принципово інше.

Продуктова політика ТОВ «Уманьпиво» повинна бути направлена на майбутнє та враховувати, що всі товари – смертні. Виробляючи нові товари, необхідно намагатися досягнути одразу декілька цілей: розширити збут та збільшити прибуток, зменшити залежність підприємства від реалізації будь-якого одного товару або асортиментної групи, ефективніше використовувати існуючу систему товароруху, підвищити ступінь утилізації відходів існуючого виробництва, а також створити або підтримати образ інноватора.

Підприємства впроваджують нові товари для реагування на мінливі демографічні характеристики споживачів і зміни в стилі життя.

Ефективне довгострокове планування нової продукції вимагає: систематичних досліджень і розробок; ув'язування вимог до нових товарів, з можливостями фірми; великої уваги до того, як споживачі оцінюють параметри продукції; істотних витрат часу і засобів; оборонного ненаступального планування. Крім того, фірма повинна бути готовою визнати, що деякі нові продукти зазнають невдачі в результаті конкуренції і мінливості уподобань споживачів; підприємство має піти на ризик.

Стратегія спорідненої диверсифікації полягає у використанні хоча б одного з наявних факторів виробництва: технології, постачальників, сировини або матеріалів, схожих методів управління, маркетингу, використання персоналу; каналів розподілу та збуту, орієнтованих на тих самих споживачів, для розширення можливостей задоволення потреб споживачів. Споріднена диверсифікація може бути більш або менш тісною залежно від масштабів використання наявного виробничого та торгово-збутового потенціалу.

Якщо нові для підприємства види діяльності, зумовлені стратегією спорідненої диверсифікації, досить близькі до старих, базових, то можна знизити витрати за рахунок старих методів і заходів, підвищити якість продукції на базі власного нагромадженого досвіду, підсилити конкурентні можливості традиційних товарів тощо. Іншими словами, продумана стратегія спорідненої диверсифікації має потенційні синергійні ефекти для всього портфелю та стратегічного набору ТОВ «Уманьпиво».

Стратегія неспорідненої та конгломератної диверсифікації означає освоєння нових видів продуктів і послуг, їхні розбіжності характеризуються зв'язком з освоєними напрямками діяльності: при неспорідненій диверсифікації новий продукт є доповненням до основного, сприяє його збуту на основних ринках; при конгломератній диверсифікації новий продукт не пов'язаний з основним, потребує не лише нової виробничої, а й нової збутової системи, орієнтованої на нового споживача з іншими потребами. При неспорідненій диверсифікації зміни торкаються виробничого потенціалу і не мають принципового характеру.

Стимулюючим до неспорідненої диверсифікації фактором є зниження ризиків. Залежність фірми від єдиної товарної лінії може стати причиною для входження в нові сфери бізнесу. Ризики знижуються також в тих випадках, коли новий бізнес згладжує циклічність отримуваних підприємством доходів або протидіє їй. Процес зниження ризиків, на думку Д.Вашука, обов'язково призведе до збільшення прибутків підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що ТОВ «Уманьпиво» є регіональним та його діяльність значною мірою залежить від стратегії диверсифікації продукції. Реалізація даної стратегії має на меті виявити вид діяльності, в якій підприємство найбільш ефективно реалізує свої конкурентні переваги з метою збільшення прибутку та покращення стану галузі пивоваріння як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому.

Список використаних джерел:

1. Ратошнюк Т.М. Перспективи розвитку хмелярства України в контексті євроінтеграційних процесів / Т. М. Ратошнюк // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С. 59.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є.Шершньова, С.В. Оборська // К.: видавництво КНЕУ, 1999. – 384 с.
3. Школьній О.О. Підвищення конкурентоспроможності продукції ТДВ «Уманьпиво» в умовах глобалізації / О.О. Школьній, А.В. Вічкань // Зб.наук.пр. Уманського НУС. – Умань, 2011. – Ч.4. Економічні та гуманітарні науки. – С. 143 – 145.
4. Ващук Денис. У людей получилось, и у вас получится / Денис Ващук // Галицкие контракты. – 2003. – №3. – С. 15 – 16.
5. Доценко Г.О. Державна підтримка та регулювання розвитку диверсифікованих підприємств / Г.О. Доценко // Вісник національного університету водного господарства та природокористування. – Рівне, 2005. – Ч.29. Економіка. – С. 31–36.

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ В СТОВ «КОЛОС» ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

А.М. ПОГОРІЛЕЦЬ, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ПЕТРЕНКО Н.О.

Однією з важливих соціально-економічних проблем аграрного сектора України впродовж багатьох десятиліть є низький рівень доходів працівників сільськогосподарських підприємств, зокрема, оплати праці. Рівень доходів даної категорії працівників залишається найнижчим у державі, що знижує мотивацію праці, ускладнює відтворення трудового потенціалу працівників, негативно впливає на результативність сільськогосподарського виробництва.

Аналіз останніх досліджень. Висвітленням проблеми мотивації праці в різні часи займалися провідні науковці. Вагомий внесок у розвиток теорії мотивації серед зарубіжних вчених зробили А. Смітт, А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Л. Портер, Е. Лоулер. Серед вітчизняних науковців питання мотивації та оплати праці в аграрному виробництві досліджували: О. Д. Гудзинський, В. С. Дієсперов, А. М. Колот, М. Й. Малік, В. П. Мартянов, М. К. Орлатий, Л. В. Романова, Л. П. Червінська, О. В. Шкільов та інші. Однак вивчення й узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду щодо проблем мотивації праці показало, що далеко не всі аспекти цього питання досліджені достатньою мірою, особливо в сільськогосподарських підприємствах за умов їх реформування та розвитку ринкових відносин.

Мотивацію праці потрібно переорієнтувати на найманого працівника, який здебільшого не має власності у підприємстві, а лише продає власну робочу силу, тому основним стимулом для нього є матеріальна винагорода у вигляді заробітної плати. Стратегічним завданням, розв'язання якого може істотно підвищити рівень мотивації трудової діяльності в аграрному підприємстві, має бути визначено поступове підвищення заробітної плати.

Метою наукової статті є проаналізувати управління мотивацією праці в СТОВ «Колос» Тростянецького району Вінницької області.

Аграрний сектор Вінницької області переживає нелегкі часи, спад виробництва, зниження його рентабельності і прибутковості, незадовільний фінансовий стан підприємств-роботодавців, що в свою чергу спричинило дефіцит фінансових ресурсів. У підприємств недостатньо грошей для виплати заробітної плати працівникам, що негативно впливає на рівень їх мотивації, внаслідок чого ефективність виробництва дуже низька, вироблена продукція і підприємства зокрема є неконкурентноспроможною. Завдяки згаданим причинам в мотиваційній системі вбачається суттєва прогалина, що стосується оплати праці. В умовах ринкової економіки, основи господарювання в якій базуються на засадах платності за використання ресурсів, підняти інтерес до праці у персоналу, який до того ж є найманим, при наявності проблем у функціонуванні мотиваційної системи, надзвичайно важко.

Об'єктом дослідження обрано СТОВ «Колос», яке розміщене на території села Капустяни Тростянецького району Вінницької області. Площа сільськогосподарських угідь господарства за 2012 р. становила 1622 га, середньорічна чисельність працюючих – 149 чол. Показник валової продукції у 2011 р. становить 6145,3 тис. грн. Спеціалізація господарства – молочно-м'ясна з розвинутим рослинництвом. Не зважаючи на труднощі господарство є рентабельним. Так у 2011 році вона склала 42,2%, а норма прибутку становить 18,1%.

В результаті дослідження встановлено, що в СТОВ «Колос» мало уваги приділяється як матеріальному так і моральному стимулюванню праці. Аналіз динаміки фонду заробітної плати працівників СТОВ «Колос» представлено в таблиці 1.

За аналізований період на підприємстві збільшується фонд заробітної плати, так він зріс у 2 рази і у 2011 р. становив 3551,1 тис. грн. все одно це не має великого впливу на мотивацію трудової діяльності працівників. Середньорічна заробітна плата працівника підприємства у 2011 році складала 18600 грн.

Незначне збільшення розміру середньомісячної заробітної плати відбулося лише за рахунок зменшення чисельності працюючих, а це говорить про те, що витрати на оплату праці принаймні не зросли. По відношенню розміру мінімальної заробітної плати середньомісячна зарплата 1-го працівника також була нижчою, стосовно встановленого Законом України «Про затвердження прожиткового мінімуму. Рівень заробітної плати в СТОВ «Колос» дає змогу стверджувати, що посадові оклади і тарифні ставки для працівників аграрних підприємств найнижчі, розмір оплати не залежить від кінцевих результатів роботи. Підвищуючи рівень продуктивності праці працівник не може сподіватися на пропорційну оплату, що посилює демотивуючий вплив оплати праці.

Складається парадоксальна ситуація, яка вказує на несприймання працівниками заробітної плати як дієвого стимулу. Зарплату в сільському господарстві (її рівень), на нашу думку, слід вважати “зарплатою обмежених можливостей,” а саме – вона не є достатньою для задоволення переважної більшості потреб, бо її розмір не досягає навіть прожиткового мінімуму, встановленого законом.

З метою аналізу нематеріальної мотивації працівників ми провели соціологічне дослідження (анкетування) працівників. Як свідчать результати проведених обстежень серед факторів незадоволеності роботою працівників підприємства з великим відривом перше місце посідає недостатній розмір заробітної плати. На думку спеціалістів і керівників, надання домінуючого значення оплаті праці системі мотиваційного механізму пояснюється вкрай складним фінансово-економічним становищем сільськогосподарських підприємств, відсутністю коштів для стимулювання працівників і, відповідно, дуже низьким рівнем їх матеріального забезпечення.

Поряд із незадоволеністю розміром заробітної плати працівники надають перевагу і такому фактору відсутності можливості для кар’єрного росту. Останнє свідчить проте, що, незважаючи на низький рівень оплати праці, аграрні працівники прагнуть підвищувати свій професійний рівень і бути корисними суспільству.

Досить низьке місце опитані респонденти відвели таким факторам як погана морально-психологічна атмосфера в трудовому колективі, погані стосунки з керівництвом. Це є свідченням того, для працівників на першому місці стоять потреби в задоволенні матеріальних потреб або більш приближених до себе так наприклад працівник прагне отримувати більшу заробітну платню і хоче підвищувати свій кваліфікаційний рівень для нього це є головнішим чим відносини між керівником.

1. Аналіз динаміки фонду заробітної плати працівників у СТОВ «Колос» Тростянецького району Вінницької області

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Фонд заробітної плати, тис.грн.	21678,7	23476,5	29876,9	3243,4	3551,1
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	187	187	186	187	149
Відпрацьовано всіма працівниками, тис.люд./год.	345,9	332,5	365,6	378,6	293,2
Середньорічна заробітна плата одного працівника, тис.грн.	11,3	12,9	15,3	21,9	18,6
Відпрацьовано одним працівником, год.	1935,3	1983,37	1890,15	2024,3	1968,2
Тривалість робочого дня,	8	8	8	8	8
Відпрацьовано всіма працівниками, тис. люд./днів	39,2	40,7	43,1	41,9	37,2
Відпрацьовано одним працівником, днів	241,99	247,92	249,26	253,3	246,4
Середньогодинна зарплата, грн.	6,1	6,4	7,5	8,5	9,6

Таким чином, провівши аналіз відносин в системі мотивації праці, слід наголосити на тому, що функціонуюча в них мотиваційна система неефективна. Засоби і заходи стимулювання працівників не дозволяють в найближчий період сподіватися на покращення мотивації праці. Низький рівень і натуральність оплати праці, відсутність соціального захисту та нематеріального стимулювання породили у працівника суцільну апатію до роботи. Все це дає підстави говорити про глибоку кризу системи мотивації, тобто невідповідність мотиваційних механізмів вимогам часу і потребам ефективного менеджменту.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

І. ПОЧАПСЬКА, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: професор, д.е.н. ШКОЛЬНИЙ О.О.

Для підприємств, що працюють на зовнішньому ринку, важливо правильно оцінити ситуацію, що створилася на ринку, розробити ефективні засоби підвищення своєї конкурентоспроможності, які відповідали б, з одного боку, конкретній ринковій ситуації і тенденціям її розвитку, а з іншого – особливостям виробництва. Процеси, що пов'язані із становленням та виходом на зовнішні ринки суб'єктів господарювання, ставлять перед економічною наукою та практикою господарювання нові завдання. Еволюційний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств обумовлює необхідність вдосконалення на науковій основі організаційно-економічного механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Найбільш значимими аспектами у вирішенні проблем стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства є:

1. Тип економічної системи, у якій функціонує досліджуваний суб'єкт господарської діяльності.
2. Етап розвитку підприємництва.
3. Національні особливості країни або регіону.
4. Тип досліджуваних підприємств.

Перш ніж приступити до аналізу існуючих підходів до визначення стратегії необхідно уточнити класифікацію видів стратегій суб'єктів господарської діяльності. Основним критерієм класифікації видів стратегій є їхнє відношення до того чи іншого рівня управління в організації.

За цим критерієм виділяють наступні стратегії, що створюють ієрархічну структуру [2]:

1. Стратегія корпоративного рівня (корпоративна стратегія).
2. Стратегія підприємства (конкурентна чи ділова стратегія).
3. Стратегія функціонального рівня.

При формуванні стратегії підприємства доцільно використовувати концепцію стратегічних зон господарювання (СЗГ), запропоновану І. Ансоффом [1]. Для виділення СЗГ звичайно використовуються наступні їхні параметри:

- перспективи росту;
- норма рентабельності;
- рівень стабільності;
- технологія.

І. Ансофф відзначає, що «більшість фірм функціонує в різних середовищах, різноманітних для кожного виду діяльності».

М. Портер вважає, що країна, яка є для фірми місцем базування, відіграє дуже важливу роль у її міжнародній діяльності, обумовлює її успіхи та невдачі у конкурентній боротьбі на глобальному рівні. Конкурентна база, яку фірма має у себе вдома, визначає її здатність швидко оновлювати технологію та методи, здійснюючи це у потрібних напрямках. База – це місце, звідки у кінцевому рахунку виникає конкурентна перевага і звідки вона має отримувати підтримку [4]. У своїх дослідженнях Портер вважав країну місцем базування, якщо фірма є місцевою за приналежністю капіталу та походженням або якщо фірма мала автономне управління, хоча і належала іноземній компанії або вкладникам [5].

Причини успіху або невдач у тій чи іншій галузі полягають у чотирьох властивостях країни, які носять загальний характер та формують середовище, у якому

конкурують місцеві фірми. Таким чином, згідно цієї теорії конкурентні переваги окремих підприємств знаходяться у тісній залежності від умов країни базування. Виділяються такі детермінанти (тобто властивості країни) [4]:

1. Параметри факторів виробництва.
2. Параметри попиту.
3. Спорідненні та підтримуючі галузі.
4. Стратегія фірм, їх структура та суперництво.

Планування ринкової стратегії здійснюється фірмою на трьох різних рівнях [6]:

Глобальний рівень. Планування тут здійснюється в найбільш довгостроковому аспекті, визначаються важливі для підприємства цілі, які сприймаються як єдине ціле;

Стратегічний рівень. Планування здійснюється на рівні управління підприємства і дає уявлення про довго- і середньострокові варіанти розвитку;

Фактичний рівень. У цьому разі планування зосереджується на визначенні конкретних заходів, необхідних для вирішення питань ефективного використання наявних ресурсів при реалізації глобальних цілей на тих ринках, де діє фірма.

Планування стратегії фірми має на меті насамперед попередити несприятливий вплив зовнішніх чинників. Найважливішою його функцією є прогнозування майбутнього. Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, фірма зменшує можливість непередбаченої дії основних чинників, що діють на світовому ринку.

Складність економічних явищ і процесів у світовому господарстві і посилення впливу зовнішніх чинників на підприємство роблять стратегічне планування обов'язковою умовою господарської діяльності. До того ж, потреба в зваженій, ефективній політиці і передбачення ходу зовнішньоекономічної діяльності фірми зростає зі збільшенням кількості ринків, де вона здійснює свою комерційну діяльність.

Таким чином, планування стратегії фірми не є наслідком лише складних ситуацій на ринку й в управлінні. Воно визначається насамперед заінтересованістю фірми в зовнішньоекономічній діяльності.

Планування ринкової стратегії залежить також від рівня інтернаціоналізації підприємства. Підприємство-новачок насамперед прагне вибрати найбільш адекватний ринку товар і встановити оптимальну ціну. Досвідчене ж підприємство переважно піклується про вирішення на зовнішньому ринку проблем рівноваги економічних ресурсів, запуску або зняття з виробництва продукції, поширення на ринках своєї продукції або виходу з них [6].

Зовнішньоекономічна діяльність є однією з сфер господарської діяльності підприємства, пов'язаною з виходом на зовнішні ринки і функціонуванням на них, але вона повинна погоджуватися з видами діяльності, спрямованими на національний ринок. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності має бути складовою загальної стратегії. Виходячи із вищезазначеного, зовнішньоекономічна стратегія має досліджуватися через дослідження загальної стратегії. При формуванні стратегії зовнішньоекономічної діяльності важливим є ретельний аналіз всіх альтернативних варіантів у сфері зовнішньоекономічної діяльності, що відносяться до довгострокових цілей і їхнє обґрунтування для прийняття тих або інших рішень, та включає ряд цілей, що є обов'язковою умовою виживання фірми.

Кожне підприємство є унікальною системою, на яку впливає зовнішнє середовище, що його оточує, і його вплив також носить специфічний характер. Отже, застосування до всіх суб'єктів господарської діяльності єдиної універсальної моделі стратегічного управління не є доцільним, конкретне підприємство потребує індивідуального підходу, в якому враховуються особливості внутрішнього та зовнішнього середовища його функціонування, та який спирається на відповідні загальнонаукові та методичні положення.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / И. Ансофф – М.: Экономика, 2004. – 519 с.
2. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. А.Т.Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с
3. Кісь О.П. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках / О.П. Кісь // Вісник економіки транспорту і промисловості: Зб. наук. – практ. статей. – Харків: УкрДАЗТ, 2011. – №8. – С. 170-172.
4. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
5. Портер М. Стратегия конкуренции: Методика анализа отраслей и деятельности конкурентов / М. Портер. – К.: Основа, 1997. – 584 с.
6. Цопа Н.В. Еволюція теорії управління зовнішньоекономічною діяльністю / Н.В. Цопа // ВІСНИК Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2012. – № 3 (55). – С. 182-189.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В ПРАТ «РАЙЗ – МАКСИМКО» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Р.В. ПТАШНИК, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент РОСНКО О.А.

Управління виробництвом сільськогосподарської продукції, зокрема продукції рослинництва, має певні особливості. Річний виробничий цикл складається тут з безлічі технологічних комплексів, здійснюваних на великих площах і за допомогою різноманітних знарядь праці. Потрібно враховувати природні закономірності і часто мінливу метеорологічну обстановку.

В економічній літературі питання управління виробництвом продукції рослинництва, знайшло відображення в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Саблука П.Т., Бойка В.І., Тихоненка В.Р., Вербицького М., Кучера С. В., Мальцева О.В., Лузана Ю.Я. та інших. Однак дана проблема і надалі залишається доволі актуальною, тому у цій сфері є значні можливості і резерви удосконалення управлінської діяльності.

Метою нашого дослідження є аналіз існуючого стану управління виробництвом продукції рослинництва на сільськогосподарському підприємстві та визначення напрямів його вдосконалення. Об'єктом дослідження обрано ПрАТ «Райз – Максимко» Уманського району Черкаської області.

Загальна земельна площа ПрАТ «Райз – Максимко» станом на 1.01.13р. становить 161 тис. га землі, з яких 149 тисяч – це рілля.

Розглядаючи трудові ресурси підприємства, слід зазначити, що чисельність працівників на 1.01.13 р. становить 5723 особи, з них 4739 осіб задіяні в галузі рослинництва і 948 осіб – в галузі тваринництва.

Аналізуючи товарну продукцію господарства, слід відмітити, що найбільшу питому вагу займають зернові культури, виручка від яких в середньому за 3 роки становила 34,6%. Друге місце посідав соняшник, від реалізації якого було отримано 20,8%. Третє місце займав ріпак 14,5%. Підприємство має зерно – соняшниковий напрямок спеціалізації. Коефіцієнт спеціалізації становить 0,18, що свідчить про низький рівень спеціалізації.

Розглянемо основні економічні показники ПрАТ «Райз – Максимко». За досліджуваний період валова продукція в порівняльних цінах 2005 року в цілому по

господарству зменшилась на 1302,8 тис. грн. і в 2012 році становила 4767,8 тис. грн. В цілому у 2012 по відношенню до 2010 року виробництво валової продукції в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь зменшилось на 0,48 тис. грн. і становило 1,76 тис. грн., а в розрахунку на 1 середньорічного працівника цей показник зріс на 35,22 тис. грн. і становив 108,36 грн. Зменшення середньорічної кількості працюючих та росту виробленої продукції привело до збільшення вартості валової продукції на одного працівника і в 2012 році становило 108,3 тис. грн., що на 35,2 тис. грн. більше ніж у 2010 році. Також зменшився чистий прибуток отриманий від реалізації сільськогосподарської продукції у 2012 році на 1747 тис. грн. порівняно з 2011 і становив 2291 тис. грн.. В зв'язку з тим, що по деяких видах товарної продукції господарство зазнало збитків, то рівень рентабельності зріс у 2012 році до 32,4%, що на 8,3 пункти більше ніж в 2011 році.

1. Показники оцінки ефективності управління виробництвом в ПрАТ «Райз – Максимко» (за методикою І.Ф. Піскуненка)

№ п/п	Показники	Роки		
		2010 р.	2011р.	2012р.
1.Загальні результативні показники				
1.	Виробництво валової продукції, тис. грн. – на 1 га с.-г. угідь	2,24	1,70	1,76
	– на 1 середньорічного працівника	73,14	103,88	108,36
2.	Валовий дохід, тис. грн. – на 1 га с.-г. угідь	3,42	4,70	4,58
	– на 1 середньорічного працівника	111,66	287,22	281,89
3.	Прибуток/збиток, тис. грн. – на 1 га с.-г. угідь	1,49	0,71	0,84
	– на 1 середньорічного працівника	48,65	43,75	67,97
4.	Фондовіддача, грн.	0,93	0,58	0,55
5.	Рівень рентабельності, %	98,6	24,1	32,4
2. Показники економічності апарату управління				
1.	Питома вага витрат на управління в собівартості валової продукції, %	1,24	1,24	0,33
2.	Питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції, %	4,63	4,42	4,22
3.	Питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в загальному фонді оплати праці, %	29,86	38,79	31,68
4.	Припадає працюючих на одного працівника апарату управління, чол.	5,9	3,1	3,3
3. Показники продуктивності праці апарату управління				
1.	Виробництво валової продукції, тис. грн. – на 1грн. управлінських витрат	67,45	48,12	153,8
	– на 1 працівника апарату управління	433,61	326,5	366,75
2.	Чистий дохід, тис. грн. - на 1 грн. витрат на управління	85,7	110,4	333,2
	– на 1 грн. зарплати працівників управління	22,96	31,21	26,48
	– на 1 працівника апарату управління	92,96	238,38	234,77

Ефективність використання економічних методів управління в ПрАТ «Райз-Максимко» можемо визначити, розрахувавши показники ефективності управління виробництвом в підприємстві, для чого використаємо методику Піскуненка І.Ф.

Дана таблиця показує, що загальні результативні показники діяльності

підприємства протягом досліджуваного періоду мають хвилеподібну динаміку. В цілому у 2012 по відношенню до 2010 року виробництво валової продукції в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь зменшилось на 0,48 тис. грн., в розрахунку на 1 середньорічного працівника цей показник зріс на 35,22 тис. грн. При цьому валовий дохід в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь збільшився на 1,16 тис. грн., а на одного середньорічного працівника на 170,23 тис. грн. Прибуток на 1 га сільськогосподарських угідь зменшився на 0,65 тис.грн., а на 1 середньорічного працівника зріс на 19,32 тис. грн. При цьому протягом 2010 – 2012 років фондвіддача у підприємстві зменшилась з 0,93 до 0,55 грн., також знизився рівень рентабельності на 66,2% п.п. з 98,6 до 32,4%.

Показники економічності апарату управління ПрАТ« Райз – Максимко» в собівартості валової продукції у 2012 році знизились порівняно з 2010 на 0,91п.п. Також на 0,41 п.п. зросла питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції та на 1,82п.п. у загальному фонді оплати праці. За останні 3 роки відбулося зростання показників продуктивності праці апарату управління. Зокрема, виробництво валової продукції в розрахунку на 1 грн. управлінських витрат та на 1 працівника апарату управління збільшилось. Чистий дохід в розрахунку на 1 грн. управлінських витрат зріс на 247,5 тис. грн., на 1грн. заробітної плати працівників управління збільшився – на 3,52 тис. грн.

Нами було розроблено комплекс заходів по підвищенню ефективності виробництва продукції рослинництва. В перспективі планується використання якісного посівного матеріалу елітних, високопродуктивних сортів рослин в комплексі з науково-обґрунтованими нормами внесення добрив(не менше 5-10ц мінеральних та 5т органічних добрив), використання засобів захисту рослин, побудова правильних структур сівозміни, застосування енергонасиченої техніки, яка за 1 прохід здатна здійснювати декілька технологічних операцій, що зекономить кошти на виробництво, тобто знизить собівартість продукції.

Для покращення управління виробництвом продукції рослинництва ми рекомендуємо запровадження нових економічних методів управління виробництвом, які б базувалися на комп'ютерних технологіях; удосконалення мотивації праці на підприємстві; удосконалення системи планування, шляхом застосування ЕОМ при економічному аналізі, обліку, збору інформації, обробки даних. Великий акцент ми ставимо на контролі якості продукції. Також для зниження ризиків у процесі виробництва продукції рослинництва ми рекомендуємо проводити страхування посівів, заключати ф'ючерсні контракти на поставку міндобрив та насіння.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ТОВ «КИЩЕНЦІ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

О.О. ПУКАЙ, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ГОМЕНЮК М.О.

Інноваційні технології є найважливішим засобом підвищення ефективності керування практично в усіх сферах людської діяльності. Досвід індустріально розвинених країн свідчить, що інноваційні технології не просто виконують функції в діяльності організацій та установ, а й стали їхнім невід'ємним компонентами.

Дослідження інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств обумовлено посиленням конкурентної боротьби на ринку сільськогосподарської продукції та інтеграцією України у міжнародний економічний простір. Зазначені процеси

зумовлюють необхідність формування інвестиційно-інноваційної моделі розвитку сільського господарства. Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ґрунтовні дослідження різних аспектів інноваційних процесів в аграрній сфері здійснені провідними вітчизняними вченими, такими як В.Г. Андрійчук, А.П. Гайдуцький, О.І. Дацій, Л.В. Юрчишин та інші. Незважаючи на цінність проведених досліджень, ефективність інноваційної діяльності власне у сільськогосподарських підприємствах є на сьогодні найменш вивченою.

ТОВ «Кишенці» Маньківського району, Черкаської області розташоване в с.Кишенці має вигідне економіко-географічне розташування через невелику віддаленість від покупців та постачальників.

Підприємство має зерново-технічний напрям виробництва. Частка зернових та технічних культур у структурі товарної продукції становить 95%, а тваринництва (молочне скотарство) 5.0%. Наразі в господарстві утримується понад 500 корів. Будується ще один корівник – на 800 голів, яких доїтимуть 12 роботів. На балансі господарства рахується 10 тракторів, 6 зернозбиральних, 2 бурякозбиральних комбайни, 4 вантажних і 6 спеціальних автомобілів.

На полях товариства працюють сучасні трактори і комбайни. Техніка обладнана супутниковою навігацією Greenstar, автопілотом Trimble, а також кондиціонером, рацією, холодильником, комп'ютерним управлінням.

Розвиток інноваційного підприємництва як складової формування ринкової економіки перебуває в цілковитій залежності від стимулювання розвитку підприємництва, активізації діяльності в інвестиційній сфері, наявності розвинутої інфраструктури підприємств. Вирішення цих питань дає змогу інноваційним підприємствам реалізувати їх потенційні можливості в умовах ринку.

В ТОВ «Кишенці» впроваджують нові сорти та гібриди культур. Одним з таких сортів є середньорослий, середньостиглий сорт озимої пшениці «Подільська». Він має високу кущистість, стійкий до вилягання й посухи. Борошнистою росю, бурю іржею і фузаріозом уражається слабо. Середня урожайність становить 70 ц/га. Борошномельні та хлібопекарські якості – добрі та відмінні.

Розглянемо показники економічної ефективності вирощування сорту озимої пшениці «Подільська» в структурі посівних площ за 2007-2011 рр., в таблиці 1.

1. Показники економічної ефективності вирощування сорту пшениці «Подільська»

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Урожайність, ц/га	37,8	70	-	59,7	77,1
Виручка від реалізації, тис.грн	125,0	5066,2	-	6259,2	12306,7
Собівартість, тис.грн	134,7	5024,4	-	15213,6	11758,9
Рівень рентабельності, %	-7,65	-11,49	-	24,29	5,33

Проаналізувавши дані таблиці, ми бачимо, що найнижча урожайність сорту озимої пшениці «Подільська» спостерігалася у 2007 році і становила 37,8 ц/га, а найвища – у 2011 році (77,1 ц/га. Підвищення урожайності відбулося за рахунок вчасно внесених мінеральних добрив, сприятливих погодних умов, а також за рахунок дотримання технології виробництва. Собівартість озимої пшениці зменшилась у 2011 році порівняно з 2010 роком на 3454,7 тис. грн, а виручка від реалізації у 2011 році збільшилась у порівнянні з 2010 роком на 6047,5 тис. грн.

Стосовно сільськогосподарського виробництва інновація являє собою реалізацію в господарську діяльність результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і птиці, нових або поліпшених матеріалів, нових технологій в рослинництві, тваринництві, нових добрив і засобів захисту рослин, нових методів

профілактики і лікування тварин і птиці, нових форм організації і управління різними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, що дозволяють підвищити ефективність виробництва.

Підвищення ефективності виробництва відбулося на основі впровадження інновацій, які ґрунтуються на застосуванні найсучасніших зразків сільськогосподарської техніки, високопродуктивних сортів насіння різних культур, добрив та засобів захисту рослин і технологій таких як системи поверхневого нульового обробітку землі No-till та Mini-till. Також спеціалісти ТОВ «Кишенці» використовують програму Microsoft Project.

Система нульового обробітку землі також відома як No-Till – сучасна система землеробства за якої ґрунт не орється, а поверхня землі вкривається шаром спеціально подрібнених залишків рослин- мульчею. Оскільки верхній шар ґрунту не пошкоджується то така система землеробства запобігає водній та вітровій ерозії ґрунтів, а також значно краще зберігає воду. Тому нульовий обробіток найдоцільніше застосовувати в посушливих місцевостях, а також навпаки на розташованих на схилах полях в умовах вологого клімату. Хоч врожайність за цієї системи часом дещо нижча ніж при використанні сучасних методів традиційного землеробства, але такий обробіток землі вимагає значно менших витрат праці та пального. Система нульового обробку ґрунту має ряд переваг порівняно з традиційною, що ґрунтується на оранці:

- Економія ресурсів – пального, добрива, трудозатрат, часу;
- Зниження витрат значно перевищує незначне зниження врожайності і відповідно підвищується рентабельність;
- Збереження та відновлення родючого шару ґрунту;
- зниження або ж навіть повне запобігання ерозії ґрунтів;
- Накопичення вологи в ґрунті, що особливо актуально в умовах степу і відповідно.

Необхідно сказати, що товариству допомагає удосконалювати процес виробництва програма Microsoft Project. В ній проект розглядається як комплекс взаємопов'язаних заходів спрямованих на досягнення цілей протягом обмеженого часового періоду та матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. За допомогою програми ТОВ «Кишенці» ставить за мету оптимізувати використання наявних ресурсів з метою проведення всього комплексу робіт в найкращі строки, а у випадку неможливості цього – мінімізувати втрати від несвоєчасного проведення визначених у проекті робіт. Зараз товариство має одні з найкращих показників, як на рівні району, так і Черкаської області.

Інноваційний процес не закінчується впровадженням інновації, він не переривається і після впровадження, бо в міру розповсюдження нововведення удосконалюється, здобуває нові споживчі властивості, що відкриває для нього нові галузі застосування, нові ринки, а отже, і нових споживачів, які можуть сприймати даний продукт, технологію як нові саме для себе.

ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ ЗАВОД ЗАЛІЗОБЕТОННИХ ВИРОБІВ»

А.І. ПУСТОМИТЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н. ТИМЧУК С.В.

Нині залізобетонні конструкції є досить популярним будівельним матеріалом. Вітчизняні виробники даного виду продукції працюють як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Здійснення зовнішньої торгівлі таким специфічним товаром потребує здійснення відповідної координації. Це пов'язано перш за все з сезонністю виробництва та особливостями в транспортуванні і митному оформленні даної продукції. Тому дослідження особливостей здійснення зовнішньоторговельної

діяльності підприємств виробників залізобетонних виробів дозволить виявити недоліки та можливості.

На ринку залізобетонних виробів України працюють ряд підприємств. Одним із лідерів є ПАТ «Білоцерківський завод залізобетонних конструкцій». Підприємство займається виробництвом та реалізацією збірних залізобетонних та бетонних виробів. ПАТ експортує закордон опори різного типу, фундаменти та анкери. Основні закордонні партнери заводу розташовані в таких країнах як Молдова, Грузія, Чехія, Словаччина, Словенія. Характеризуючи обсяг експортно-імпортних операцій варто відмітити, що обсяг експорту зменшився в 2,5 рази, в той час як обсяг імпорту збільшився в 2,5 рази.

На діяльність підприємства суттєво впливають сезонні зміни, оскільки попит на продукцію в осінньо-зимовий період зменшується. В осінньо-зимовий період зменшується будівництво та ремонтні роботи і більше 70% продажу продукції припадає на весняно-літній період. В зимовий період обсяги виробництва зменшуються і підприємство проводить поточні та капітальні ремонти технологічного обладнання. Завод намагається уникати перевантажень у роботі в пікові місяці і виробляти продукцію протягом року в рівній кількості. В результаті цього обсяг запасів товарів на складі є найвищим в зимовий період.

Основними діловими партнерами ПАТ «Білоцерківський завод ЗБК» за кордоном є:

- ICS «RED UNION FENOSA SA» (Молдова)
- JSC «Baki Inshaat Layiha» (Грузія)
- «Молдавия Санпласт Груп» (Молдова)
- «Софиком груп» (Грузія)
- Компания «Електрике» (Молдова)
- «D&D Drotaru» (Чехія)
- ELV PRODUCT a.s. (Словаччина)
- Tempos ELV s.r.o. (Словенія)

Здійснюючи виробничу діяльність ПАТ «Білоцерківський завод ЗБК» імпортує сировину та матеріали з різних країн. Основними імпортерами підприємства є D&D Drotaru (Чехія), ELV PRODUCT a.s. (Словаччина), Tempos ELV s.r.o. (Словенія). Підприємство у 2011 р. почало співпрацювати з Чехією та збільшило обсяги імпорту з Словаччини майже у 8 разів в порівнянні з 2010 р. Проте обсяги імпорту з Словенії залишаються приблизно на одному рівні.

Динаміка та географія експортних операцій ПАТ «Білоцерківський завод ЗБК» розміщені в таблиці 1.

1. Динаміка та географія експортних операцій ПАТ «Білоцерківський завод ЗБК»

Назва контрагента	Країна	Обсяг продажу			
		2011 р.		2012 р.	
		UAH	Дол. США	UAH	Дол. США
ICS RED UNION FENOSA SA	Молдова	1537258,55	193890,00	312700,02	39220,00
JSC «Baki Inshaat Layiha»	Грузія	933759,65	118153,00	146795,88	18480,00
Молдавия Санпласт Груп	Молдова	21658,92	2700,00	-	-
Сан Пласт Груп	Молдова	35469,38	4455,00	35651,32	4455,00
Софиком груп	Грузія	50507,60	6363,00	-	-
Компания Електрике	Молдова	-	-	553643,24	69440,00
Всього		2578654,1	326661	1048790,46	131595

Успішна діяльність підприємства відображається не лише в здатності виробляти якісну продукцію, а і продавати її на вигідних умовах як на території країни, так і за її межами. Обсяг експорту у 2012 р. зменшився майже у 2,5 рази порівняно з 2011 р. Основними країнами, в яких розташовані контрагенти підприємства, є Молдова та Грузія.

Під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності важливим етапом є укладання контракту. Для прикладу розглянемо два контракти. Один із них описує імпорт дротяних валів із чорного металу, а інший – експорт залізобетонних стояків.

Отже, у 2011 р. на підприємстві значно погіршилась робота і фінансово-економічні показники. За результатами діяльності у 2011 р. товариство отримало чистий збиток у сумі 1211 тис. грн., тоді як у 2009 р. чистий прибуток становив 91 тис. грн. На ефективність роботи підприємства значний вплив має податковий тиск, особливо ПДВ, плата за землю. Основні ризики в виробництві та діяльності ПАТ «Білоцерківський завод ЗБК» пов'язані із зростанням цін на газ, металопрокат, цемент та інші матеріали.

У 2011 р. спостерігалось підвищення ціни на сировину, що використовується для виробництва залізобетонних конструкцій. Це і є основною причиною погіршення фінансово-економічних показників підприємства.

Проблеми у здійсненні зовнішньоторговельної діяльності підприємства виробника залізобетонних виробів сьогодні пов'язана з рядом факторів. Сезонність виробництва, підвищення вартості імпортової сировини та надмірний податковий тиск на виробників з боку держави нині перешкоджають ефективній зовнішньоекономічній діяльності. Тому важливим наразі є вирішення питань підтримки виробників залізобетонних виробів з боку держави, адже розвиток їх зовнішньоекономічної діяльності напряму пов'язаний з розвитком ринкових та міжнародних відносин в Україні в цілому.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ В ТОВ «АФ «ОРАДІВКА» ХРИСТИНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Т.П. РЕВКО, студ. V курсу

Науковий керівник: професор БУРИК А.Ф.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин, в умовах обмежених засобів виробництва дедалі більшого значення набуває питання підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва та максимально можливого задоволення потреб суспільства у продуктах харчування. При цьому важлива роль відводиться галузі свинарства. Розглядаючи економічну ефективність свинарства слід провести глибокий аналіз наявних резервів, розробити й обґрунтувати систему конкретних заходів щодо підвищення ефективності виробництва свинини.

В економічній літературі значну увагу проблемам підвищення ефективності свинарства зокрема приділяли вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких слід відзначити дослідження В. Г. Андрійчука, О. А. Бутуцького, П. І. Гайдучького, М. А. Голика, В. Н. Зимовця, М. І. Кісіля, П. Т. Саблука, В. М. Трегобчука, О. М. Шпичака та інших.

Однак незважаючи на існуючі дослідження, залишається мало вивченим питання сутності ефективності виробництва свинини з урахуванням особливостей галузі, вивчення видів ефективності виробництва свинини та їх взаємозв'язок між собою.

Метою статті є аналіз економічної ефективності технологій виробництва свинини в ТОВ «АФ «Орадівка» та визначення основних причин спаду виробництва свинини в господарстві та розробка шляхів його підвищення.

Рентабельність виробництва свинини багато в чому обумовлена забезпеченням тварин кормом. Свині особливо чутливі до збалансованості раціону годівлі за всіма поживними речовинами. У свинарстві не стільки важливий тип годівлі, скільки її забезпеченість протеїном. Потреба свиней в протеїні характеризується кількістю біологічно повноцінного, доступного для засвоєння протеїну, який забезпечує необхідне відкладання білку в організмі, підтримку на високому рівні відтворювальних функцій та здоров'я свиней.

Повноцінність протеїнової годівлі залежить в основному від наявності в ній комплексу амінокислот, які відповідають фізіологічним потребам організму. Амінокислоти відіграють надзвичайно важливу роль в обміні речовин, і служать транспортом для переносу мінералів та вітамінів по організму.

В склад протеїнового корму свиней обов'язково має входити 10 незамінних амінокислот: аргінін, гістидін, ізолейцин, дейцін, лізин, метіонін, феніланін, треонін, триптофан, валін. Нестача хоча б однієї із амінокислот навіть при надлишку доступного кормового білка в раціоні призводить до порушення азотного обміну, уповільнення росту і розвитку, зниження відтворювальної здатності у свиней.

Якщо в кормах не вистачає хоча б однієї життєво необхідної амінокислоти, то протеїн в організмі тварини не утворюється. Тому якість кормів має набагато більше значення, ніж їх кількість. Як надлишок так і нестача протеїну в раціоні буде знижувати продуктивність свиней. Тобто раціон має бути збалансований за всіма амінокислотами. Потреба в амінокислотах залежить від структури раціону, фізіологічних потреб організму тварини.

Найбільш багаті на амінокислоти такі корми: рибна мука (60-65% протеїну), м'ясо-кісткова мука (55-60% протеїну), кормові дріжджі, шпроти соєві. До кормів, багатих лізином також відносяться пшеничні відходи, соєві боби, горох, кукурудза.

Для того, щоб отримати 670-700 г приросту при відгодівлі достатньо комбікорма із пшениці (93,3%), рибної муки (4%) і мінеральної добавки (2,7%). В таблиці 1 розглянемо баланс амінокислот для підтримання життя організму та синтезу білка.

Важливе значення при складанні раціону годівлі свиней має поділ свиней на вікові групи. Для кожної вікової групи розробляється свій раціон, з відповідною структурою кормів.

1. Баланс амінокислот, %

Назва амінокислоти	Підтримання життя	Синтез білків	«Ідеальний протеїн»
Лізин	100	100	100
Метіонін+цистин	147	53	48
Треонін	139	69	65
Триптофан	29	18	18
Ізолейцин	45	63	40
Лейцин	111	115	23
Валін	43	77	11
Гістидін+аргінін	124	124	42

В таблиці 2 представлено рекомендовану структуру кормів по вікових групах тварин.

Структура кормів по вікових групах тварин в ТОВ «АФ «Орадівка» значно відрізняється від рекомендованої і в загальному вигляді становить: концентровані корма-56%, соковиті-23%, кормові коренеплоди-8%, силос – 6%, інші корма-7%. Саме це і пояснює той факт, що середньодобові прирости свиней в господарстві становлять 69-110 грам замість 600-700 грам.

2. Структура кормів по вікових групах тварин, %

Статеві-вікові групи	Концентровані корми	Силос	Кормові коренеплоди	Зелені корми	Інші корми
Кнури	71,5	1,65	7,75	12,0	7,1
Основні свиноматки	68,3	2,20	12,5	11,6	5,4
Перевірювані свиноматки	64,1	3,0	11,1	12,1	9,7
Ремонтний молодняк	85,8	1,0	6,0	5,0	2,2
Поросята групи 2-4 міс.	85,8	1,0	6,0	5,0	2,2
Тварини на дорощуванні та відгодівлі	85,8	1,0	6,0	5,0	2,2

Таким чином, виробництво високоякісної продукції свинарства, підвищення його ефективності неможливі без міцної кормової бази.

Основним напрямом збільшення економічної ефективності свинарства в ТОВ «АФ Орадівка» має стати збалансована годівля.

Особливо великі вимоги в свинарстві щодо годівлі кнурів-плідників. Тип їх годівлі – концентратний і концентратно-картопляно-коренеплідний з використанням моркви, вареної картоплі, а влітку – зеленої маси бобових рослин. Кращими кормами для кнурів-плідників є вівсяна, просяна, горохова дерті, соняшникова макуха, трав'яне борошно, а також корми тваринного походження (збиране молоко, рибне і м'ясо-кісткове борошно). Годівля свиноматок повинна бути диференційованою залежно від їх фізіологічного стану, віку, живої маси, молочності, кількості поросят, породних особливостей тощо. Крім концентратів, у їх раціони обов'язково додають соковиті і грубі корми, а влітку – зелені корми. Свиноматок доцільно утримувати в літніх таборах і випасати на посівах люцерни чи конюшини.

Новонародженим пороссятам на 2-3-й день після народження вводять залізовмісні препарати, на 4-5-й день – ставлять коритця з підсмаженим ячменем, деревним вугіллем, крейдою і чистою водою, з 7-8-го дня привчають до свіжого коров'ячого молока і стартерних кормів. При комбінованому типі годівлі за 2 місяці вирощування на кожне поросся витрачають 8-10 л свіжого молока і 15-18 кг стартерного комбікорму; при годівлі лише одним комбікормом його витрачають 25 кг.

Відгодівля свиней є завершальним процесом технології виробництва свинини. Від раціональної його організації значною мірою залежать інтенсивність ведення і рентабельність свинарства, збільшення виробництва свинини, зниження її собівартості та підвищення продуктивності праці в галузі. Основна мета відгодівлі – одержання від тварин максимального приросту живої маси в найкоротші строки з найменшими витратами кормів на одиницю продукції.

Але слід враховувати, що раціони для молодняку свиней, що складаються із зерноsumіші не забезпечують їх усіма конче необхідними елементами живлення. Введення в раціон 3% добавки амінокислотної кормової з сирим протеїном підвищує приріст живої маси двох-, чотирьохмісячних поросят на 43,3%, а свиней на відгодівлі на 17,7%, знижуються затрати на виробництво 1кг приросту відповідно на 4,3%.

Заміна кормів тваринного походження в раціоні свиноматок добавкою амінокислотною кормовою позитивно впливає на їх відтворювальну здатність: багатоплідність, великоплідність, молочність, збереженість поросят.

Таким чином, щоб свинарство в ТОВ «АФ «Орадівка» було економічно ефективним перш за все потрібно переглянути раціони годівлі свиней і не використовувати в годівлі корми власного виробництва, які мало забезпечені протеїном.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ У ТОВ «НЕМИРІВСЬКИЙ КХП»

**В.М. САГАЙДАК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМЕНКО Л.В.**

Головним напрямком економічного розвитку України є створення умов для випуску конкурентоспроможної продукції, які б стимулювали завоювання нових ринків збуту, використання новітніх технологій та створення високотехнологічних секторів економіки. Проблема управління конкурентоспроможністю товару складається із багатьох задач, багатоаспектність і взаємовплив яких потребують об'єднання їх в загальну систему управління конкурентоспроможністю.

Питання підвищення конкурентоспроможності продукції знайшли своє відображення у наукових працях вітчизняних і зарубіжних учених-економістів Г.Л. Азоева, В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, С.В. Бородіна, В.Н. Гончарова, С.І. Дем'яненка, Ф. Котлера, В.Я. Месель-Веселяка, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака та інших.

Удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції досить актуальне питання для багатьох підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Саме за допомогою управління конкурентоспроможністю продукції підприємства забезпечують власну економічну безпеку, виживають у складному і швидко мінливому середовищі, та мають передумови до ефективного функціонування у майбутньому. Можливість ТОВ «Немирівське КХП» конкурувати на зовнішньому ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності використання економічних методів діяльності підприємства.

Управлінням конкурентоспроможністю продукції – це процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому конкурентоспроможність продукції ТОВ «Немирівське КХП» створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.

Управління конкурентоспроможністю продукції передбачає вплив на всю систему виробничо-збутової діяльності ТОВ «Немирівське КХП» і облік системи факторів конкурентного середовища. Воно являє собою сукупність заходів, які виконуються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації з метою створення її привабливості для кінцевого споживача. Для цього необхідно структурувати аспекти конкурентоспроможності, виділити фактори, чітко охарактеризувати склад елементів конкурентоспроможності товару, виявити їх взаємозв'язок. Це допоможе обґрунтувати ефективні підходи до оцінки і аналізу конкурентоспроможності товару, розкрити наявні резерви і визначити стратегічний напрямок її підвищення.

Для забезпечення стабільного розвитку ТОВ «Немирівське КХП», перш за все, повинно досягти певного рівня ефективності своєї роботи, а для цього необхідно впровадити і постійно вдосконалювати систему управління конкурентоспроможністю продукції, що включає в себе аналіз конкурентного середовища, оцінку рівня конкурентоспроможності продукції, планування та реалізацію конкурентних стратегій.

Оцінюючи рівень конкурентоспроможності продукції ТОВ «Немирівське КХП», слід врахувати:

- що конкурентоспроможність будь-якої продукції може бути визначена тільки в результаті порівняння її з іншими виробами і, отже, є відносним показником;

- за своєю суттю показник конкурентоспроможності вказує на відмінність певного виробу від виробу-конкурента за рівнем задоволення конкретної потреби;

- для визначення конкурентоспроможності виробу необхідно лише порівняти його з іншими за рівнем їх відповідності конкретній потребі, але й врахувати при цьому витрати на маркетинг і витрати споживача на придбання та використання виробу для задоволення певної потреби.

Для удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції керівництву ТОВ «Немирівське КХП» слід проводити розрахунки конкурентоспроможності продукції за попередні періоди, планувати значення інтегрального показника на майбутній період. Інтегральний показник конкурентоспроможності необхідно ввести в стратегічний та в поточний бізнес-плани підприємства.

Дія закону конкуренції об'єктивно змушує кожного виробника підвищувати якість та конкурентоспроможність товару, знижувати затрати на його створення та використання, тому шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції слід шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком ефективного управління процесом розробки, реалізації та використання даної продукції у ТОВ «Немирівське КХП»

Отже, конкуренція є важливою рушійною силою економічної системи, складовою частиною господарського механізму ТОВ «Немирівське КХП» та економічною основою національного розвитку, яка потребує постійного державного регулювання. Тому з метою посилення конкурентних переваг необхідно сприяти формуванню ефективної системи управління, спроможної зміцнювати матеріально-технічну базу агропромислового комплексу, формувати фінансові ресурси господарства, удосконалювати систему стандартизації сільськогосподарської продукції та інформаційного забезпечення учасників аграрного ринку.

ПРИВАБЛИВІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ

В.В. САГІРОВА, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доцент НОВАК І.М.

В Україні існує проблема дефіциту фінансових ресурсів. Держава не в змозі здійснювати інвестування різних сфер економіки через брак бюджетних коштів. Серед проблем, які потребують негайного вирішення, одне з перших місць займає – нестача інвестиційних ресурсів в економіці України, а отже існування сприятливих умов для їх нагромадження. Зауважимо, що процеси економічного росту обумовлюються обсягом і темпами зростання інвестицій, їх структурою та якісними характеристиками.

Сприятливий інвестиційний клімат формується під дією політичних, соціально-культурних, фінансово-економічних і правових умов, які визначають якість підприємницької інфраструктури, ефективність інвестування і рівень можливих ризиків при вкладанні капіталу.

Методологія визначення індексу інвестиційної привабливості враховує п'ять основних компонентів: інвестиційний клімат в Україні, динаміку інвестиційного клімату за останні три місяці та очікувану динаміку на наступні три місяці, вигідність інвестування у країну для нових учасників та інвестиційний клімат в основній галузі.

У 2011 році індекс інвестиційної привабливості України становив 2,19 балів. Опитування проводиться щоквартально, участь у ньому беруть більше сотні топ-менеджерів компаній Бізнес-асоціації. За оцінкою Європейської Бізнес Асоціації у 2012 р ситуація погіршилася, і з 5 можливих балів індексу країна отримала лише 2,12.

Експерти відзначають, що 2012 року на інвестиційний клімат негативно вплинули жорстка монетарна політика, популістські рішення уряду напередодні виборів і, як наслідок, припинення проведення економічних реформ. Крім того, негативний вплив на індекс мало тимчасове зупинення і подальша відсутність співпраці з МВФ.

За 20 років співпраці України та ЄБРР, з боку останнього було виділено більш ніж 8 млрд. євро. За допомогою цього фінансування був прийнятий новий Митний, Податковий та Пенсійний кодекси; розпочався та продовжується процес реформування газової галузі та реконструкції НАК «Нафтогаз Україна»; створені умови для залучення приватного бізнесу до модернізації портової та залізнично-дорожньої інфраструктури. Дані заходи направлені на покращення інвестиційного клімату, у той же час інвестори не відчують певних законодавчих гарантій.

Іноземні підприємці стримано відносяться до вкладання власного капіталу в Україну через непередбачуваність, непрозорість в ухваленні рішень та інші негативні чинники. Дані питання найшли відображення на XII Міжнародному економічному форумі, який 12 жовтня 2012 року відбувся у Львові. Учасниками піднімали питання довгострокової оренди, створення умов для аграрного розвитку, у той же час наголошувалося на проблемах боротьби з корупцією і відстоюванням власних інтересів у судах.

Для формування привабливого інвестиційного клімату України необхідно вирішити низку першочергових питань, а саме:

- створення ефективного механізму державної підтримки та системи законодавчого, нормативного, інформаційного забезпечення процесів взаємовідносин бізнесу з владою;
- більш активне удосконалення фінансового механізму країни (зміцнення позицій національної валюти, її конвертованість, тощо);
- удосконалення державної концепції і системи державного управління інвестиційними процесами;
- реалізація програми реструктуризації банківської системи: підвищення прозорості банківської системи, вдосконалення системи банківського нагляду, запобігання банкрутствам банків, стимулювання підвищення кваліфікації банківських менеджерів, становлення нової системи бухгалтерського обліку, що базується на міжнародних принципах;
- скорочення масштабів корупції шляхом лібералізації, обмеження можливостей втручання урядовців в господарські процеси, скорочення сфер адміністрування і регулювання. Там же, де вони необхідні, повинні бути розроблені гранично прості і прозорі процедури виконання адміністративних функцій, а також контролю над їх виконанням.

Відзначимо, що Урядом України постійно проводяться заходи у напрямку покращення інвестиційного клімату: створено нові Митний, Податковий та Пенсійний кодекси; затверджено новий порядок державної реєстрації іноземних інвестицій; розроблено план заходів щодо сприяння діяльності іноземних інвесторів тощо. Але перед державою все ще стоїть ряд невирішених проблем та завдань.

Отже, потрібно розробити механізм, який би, в першу чергу, зміг надати законодавчих гарантій та державну підтримку іноземним інвесторам. Необхідно створити програми по удосконаленню існуючої банківської системи та запровадити антикорупційні заходи. Вирішення питань стосовно підвищення інвестиційного клімату дасть можливість Україні вийти на новий економічний рівень.

ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

**Л.І. СЕМЕНЮК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМИК Г.В.**

Вітчизняна галузь сільськогосподарського машинобудування відіграє надзвичайно важливу роль в економіці країни, оскільки в першу чергу забезпечує сільськогосподарською технікою підприємства аграрної сфери.

Проте, внаслідок поглиблення процесів інтеграції в економічній діяльності, виникає необхідність розробки та удосконалення товарних інновацій, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування на вітчизняному і світовому ринку. Саме на цьому етапі надзвичайно актуальним постає питання впровадження ефективного брендингу.

Особливості і проблеми, що виникають у процесі створення й реалізації брендингу в сільськогосподарському машинобудуванні, досліджені досить ґрунтовно як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями, зокрема Ф. Котлер, Б. Карлоф, Дж. Енджел, Дж. Майєрес, Д. Герман, Ф. Ле Пла, Д. Макнеллі, Т. Нільсон, Дж. Аванс, Должанський І.З., Зозульов О.В., Є. Голубков, Рєпєв А.П., І. Серов та ін.. Разом із тим триває пошук нових підходів до розробки конкурентоспроможного брендингу як стратегічного напрямку маркетингової політики підприємства.

В сучасних умовах глобалізації економічно розвинуті країни широко використовують переваги нових технологій у виробничій та комерційній сферах. Найбільш швидко й ефективно розвиваються ті технології, які пов'язані з формуванням та використанням нематеріальних активів підприємства, що призводить до появи таких нових категорій як "брендинг" та "брендингова стратегія".

Брендинг — це діяльність із створення тривалої прихильності до товару на основі сукупного впливу на споживача рекламних повідомлень, товарної марки, пакування, матеріалів для стимулювання збуту та інших елементів комунікації, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ.

Ключовою передумовою формування брендингу є забезпечення стійкого фінансового стану підприємств сільськогосподарського машинобудування та зростання показників якості й конкурентоспроможності кінцевої продукції. Безпосередній вплив брендингу на конкурентоспроможність підприємств за рахунок покращення фінансових результатів діяльності повинно створювати передумови довгострокових конкурентних переваг, формування додаткової вартості капіталу, просування товару на вітчизняних і світових ринках.

Сьогодні на вітчизняних підприємствах сільськогосподарського машинобудування є сприятливі умови для розвитку власних конкурентоспроможних брендів. Але незважаючи на досить ефективну діяльність деяких підприємств частка галузі в промисловості залишилася на відносно низькому рівні 0,4%. Для порівняння у деяких економічно розвинених країнах вона складає значно вагомішу частку, наприклад 29% у США, 30% у Швеції, 42% у Німеччині. Вартість реалізованої продукції сільськогосподарського машинобудування дає всього 3,1% загальної вартості реалізованої продукції машинобудівної галузі країни.

Зменшення внутрішнього попиту на продукцію машинобудування відбулося внаслідок зростання обсягів імпорту техніки іноземного походження, що, в свою чергу, призвело до зниження обсягів реалізації українських сільгоспмашинобудівних підприємств. Тому в таких умовах створення конкурентоспроможного бренду дозволить вітчизняним підприємствам зміцнити свої ринкові позиції на внутрішньому ринку з перспективою діяльності на зовнішніх ринках.

Бренд є вагомим активом підприємств як на промисловому так і на споживчому ринку. Вітчизняні підприємства сільськогосподарської машинобудівної галузі, за окремими винятками, майже не застосовують маркетингових прийомів і не турбуються про свій імідж на міжнародному ринку, а інвестують насамперед у переозброєння виробництва й підвищення якості продукції, що унеможливує інформування про сприятливий і імідж українських підприємств сільськогосподарського машинобудування таких як “Червона Зірка”, “Уманьферммаш”.

Тенденції до подальшої диферсифікації виробництва й оптимізації фінансових і матеріальних потоків вимагають оптимізації портфеля брендів, що зумовлює бажання зміцнити конкурентні позиції на місцевому ринку, і формувати портфель брендів з огляду перспективою виходу на зовнішні ринки. Результати діяльності поведінки підприємств сільськогосподарського машинобудування мають наглядні прояви таких тенденцій: диверсифікація портфелів брендів, підвищення конкурентоспроможності продукції, формування нових потреб і сегментів ринку, розроблення яскравих рекламних компаній.

Брендинг є одним із найефективніших інструментів впливу на діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування з погляду максимізації прибутку, що в свою чергу залежить від трьох чинників: собівартості, ціни та обсягів реалізації.

Зростання обсягів продажу брендового товару забезпечує високий ступінь поінформованості клієнтів та їх лояльність до бренду, що в свою чергу позитивно відображається на прибутку. Ефективна брендингова діяльність призводить до збільшення прибутку шляхом зниження витрат за такими напрямками:

- скорочення виробничих витрат;
- сприяння з боку посередників у зв’язку із лояльністю кінцевих споживачів;
- зменшення витрат на залучення та утримання персоналу; ефект масштабу за рахунок збільшення обсягів продажу; економія витрат на маркетинг за рахунок підвищення ефективності маркетингових заходів;
- скорочення витрат на виведення нових видів товарів під відомими марками.

Разом з тим, варто відзначити, що більшість власників та керівників вітчизняних сільськогосподарських підприємств розуміють доцільність та необхідність використання бренду. Усвідомлення необхідності створення бренду є проявом інноваційної активності керівництва, його бачення перспектив розвитку ринку та власного підприємства.

Формування ефективної брендингової стратегії машинобудівних підприємств на основі довгострокового набору способів детального інформування споживача про бренд, який включає опис способів повідомлення, стилю, форми подачі інформації й канали її передачі призводить до збільшення лояльності споживачів відносно брендингової продукції. Вітчизняним підприємствам слід упроваджувати нові технології і активно використовувати інструменти брендингу для їх просування й комерціалізації.

Отже сформований брендинг у сільськогосподарському машинобудуванні надасть можливість поєднати технічний, інтелектуальний потенціал, покращити використання матеріальних і нематеріальних активів сільгоспмашинобудівних підприємств, що значно підвищить рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках. Впровадження брендингу з метою укріплення конкурентних позицій на нових сегментах ринку та формування позитивного іміджу сільгоспмашинобудівних підприємств сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності товарних марок.

Список використаних джерел:

1. Щегельська О. Брендинг на споживчих і промислових ринках / О. Щегельська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua>. – Заголовок з екрану.
1. Дані Держкомстату України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ В ДП «ІЛЛІЧ – АГРО УМАНЬ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

К.П. СИЗОНЕНКО, студ. V курсу
Науковий керівник: доцент РОЄНКО О.А.

Управлінська діяльність – один із найважливіших факторів функціонування й розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. Ця діяльність постійно удосконалюється у відповідності до об'єктивних вимог виробництва і реалізації товарів, складності господарських зв'язків, підвищення ролі споживача у формуванні техніко-економічних та інших параметрів продукції. Поняття управлінської праці у певній мірі пов'язано з поняттям управління як об'єкту або сфери його застосування.

Ефективність управлінської праці виражається показниками виробничої діяльності підприємства. Економічна ефективність від впровадження певних організаційно-технічних заходів на окремих стадіях виробничого процесу може виявлятися у різних формах. Узагальнюючі оцінки ефективності управлінської діяльності висловлюють кінцеві результати функціонування керованого об'єкта.

Проблемам теорії, методології і практики управлінської праці та її оцінки присвятили велику кількість наукових праць закордонні та вітчизняні економісти: Малиненко В.Е., Мельникова О.А., Нарейко В., Савченко В.А., Стахів О., Хукаленко П. Л., Чашина О.Ю., А. Акмаєва, О. Амоші, С. Бандура, Д. Богині, Н. Борецької, Н. Брюховецької, В. Василенка, Е. Грішнєвої, М. Долішнього, Г. Задорожного, Б. Кліяненка, А. Колота, І. Крижка, В. Лагутіна, Н. Лук'янченко, В. Мамутовата ін. Однак внаслідок складності й багатоаспектності цієї проблеми в сучасних умовах існують питання розроблені не цілком.

Процес оцінки ефективності управлінської праці здійснюють з урахуванням великої кількості показників, які умовно на практиці поділяють на дві основні групи: синтетичні

Метою статті є оцінка економічної ефективності управлінської праці в досліджувальному підприємстві.

Об'єктом дослідження виступає аграрне підприємство ДП «Ілліч-Агро Умань» Уманського району Черкаської області

Наявність та ефективність використання трудових ресурсів в ДП «Ілліч – Агро Умань» розглянемо за даними таблиці 1.

1. Наявність трудових ресурсів і ефективність їх використання в ДП «Ілліч- Агро Умань» Уманського району Черкаської області

Показники	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.
Середньорічна чисельність працюючих, чол.	743	615	606	585
в т.ч.: в рослинництві	389	364	229	312
в тваринництві	354	251	377	273
Відпрацьовано тис. люд. – год., всього	1347,2	1359,2	1109,1	1234,2
в т.ч.: в рослинництві	632,1	655,2	435,1	545,2
в тваринництві	7150,8	704,0	674,0	689
Вироблено валової продукції на 1 середньорічного працюючого, тис. грн.	34,9	114,83	637,32	64,09
в т.ч.: в рослинництві	18,2	147,58	52,18	31,45
в тваринництві	53,3	67,37	70,76	101,4
Вироблено валової продукції на 1 люд. – год. всього, грн.	19,3	51,96	348,22	30,38
в т.ч.: в рослинництві	11,21	81,99	27,46	18,00
в тваринництві	26,41	24,02	39,58	40,18
Кількість працюючих, чол. на 100 га с.-г. угідь	7,40	6,31	6,24	6,08

З даних таблиці видно, що чисельність працюючих у 2011 році в порівнянні з 2008 роком зменшилась на 158 чоловік, зокрема у рослинництві – на 77, а у тваринницькій галузі – на 81 людину. При цьому зменшилась і кількість відпрацьованих ними люд./год.

Виробництво валової продукції на 1 середньорічного працюючого за досліджуваний нами період збільшилося на 30 тис. грн.

Що стосується кількості працюючих на 100 га сільськогосподарських угідь то цей показник різко зменшився за останні роки з 7,4 чол. у 2008 році до 6,08 чол. у 2011 році.

Показники оцінки ефективності управлінської діяльності на підприємстві наведемо в таблиці 2.

2. Показники оцінки ефективності управління виробництвом в ДП «Ілліч – Агро Умань» Уманського району Черкаської області (за методикою І.Ф. Піскуненка)

п/п	Показники	2009 р.	2010р	2011р	2011 р. до 2009 р., %
1. Загальні результативні показники					
1.	Виробництво валової продукції: на 1 га с.-г. угідь, тис. грн. на 1 середньорічного працівника	7,24 114,8	3,97 63,7	3,89 64,1	53,7 55,8
2.	Валовий дохід: на 1 га с.-г. угідь, тис. грн. на 1 середньорічного працівника	0,48 7,68	0,50 8,12	0,62 10,22	128,2 133,1
3.	Прибуток (+) збиток(-): на 1 га с.-г. угідь, тис. грн. на 1 середньорічного працівника	0,32 5,13	0,15 2,42	0,23 3,92	73,5 76,42
4.	Фондовіддача, грн.	2,02	0,96	0,88	43,5
5.	Рівень рентабельності, %	12,1	3,6	5,2	42,98
2. Показники економічності апарату управління					
11.	Питома вага витрат на управління в собівартості валової продукції, %	6,06	4,00	4,98	82,18
2.	Питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції, %	10,78	7,19	7,83	67,71
3.	Питома вага оплати праці управлінського персоналу в загальному фонді оплати праці, %	35,00	35,00	35,00	0,00
4.	Припадає працюючих на одного працівника апарату управління, чол.	2,86	2,89	2,85	99,7
3. Показники продуктивності управлінської праці					
1.	Виробництво валової продукції, тис. грн.: на 1 грн. управлінських витрат на 1 працівника апарату управління	44,8 328,45	24,03 183,9	17,19 182,8	38,33 55,68
2.	Чистий дохід, тис. грн. на 1 грн. витрат на управління на 1 грн. зарплати працівників управління на 1 працівника апарату управління	2 1,12 4,68	0,91 0,51 7,00	1,05 0,67 11,19	52,48 59,4 76,2

Аналізуючи показники економічності апарату управління в таблиці 2 бачимо, що питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції зменшилася на 1,07%. Також зменшилася питома вага витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції, на 2,96%. Дані показники свідчать, що показники економічності апарату управління не є повністю ефективними,

тому слід прийняти ряд заходів для підвищення ефективності. Щодо показників продуктивності управлінської праці вони також помітно знизилися. Виробництво валової продукції: на 1 грн. управлінських витрат у 2011 році на 38,33% менше ніж у 2009 році, на 1 працівника – на 55,68% менше ніж у 2009 році.

Оскільки ефективність діяльності організації в цілому суттєво залежить від ефективності управління, одним з головних завдань управляючої системи є визначення напрямків її удосконалення. До них, зокрема, належать: просування працівників по кар'єрні драбині; забезпечення прийнятного рівня освіти; набуття практичного досвіду; підвищення кваліфікації працівників управління; провадження періодичної атестації; підвищення кваліфікації управлінських кадрів; широке впровадження наукової організації праці управлінських працівників; механізація і автоматизація управління праці; впровадження прогресивної технології управління.

Список використаних джерел:

1. Малиненко В.Е. Методи оцінки результатів роботи і мотивація персоналу/ В.Е. Малиненко// Проблеми науки. – 2008. – №7. – С. 17-21.
2. Мельникова О.А. Особливості праці управлінського персоналу та їх вплив на мотивацію праці [Текст] / О.А. Мельникова// Формування ринкової економіки. – 2005. – №3. – С.385-394.
3. Чашина О.Ю. Новий підхід до управління персоналом фірми на основі концепції якості / О.Ю. Чашина// Проблеми науки. – №4. – С.13-16.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ В ПП «ДМИТРУШКИ» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

І.С. СІРБУ, студ. V курсу

Науковий керівник доцент РОЄНКО О.А.

Поняття мотивації тісно зв'язано з проблемою керування персоналом. Нові економічні відносини, породжені перехідним періодом, висувають і нові вимоги до персоналу. Це не тільки підбір, навчання і влаштування кадрів, але і формування нової свідомості, менталітету, а отже, і методів мотивації.

Проблеми мотивації праці набувають все більшої актуальності у зв'язку із загостренням невідповідності системи мотивації сучасним вимогам. Виникла необхідність розробки та реалізації цілеспрямованих управлінських впливів на мотивацію праці для поліпшення її стану та підвищення за рахунок цього продуктивності праці. У структурі чинників мотивації праці в сучасних умовах досить важливими для найманих працівників займають: гідний рівень зарплати, дотримання трудового законодавства, належні умови праці.

Провідний український вчений А.М. Колот неодноразово досліджував питання мотивації праці. На його погляд, мотивація – це сукупність зовнішніх та внутрішніх, усвідомлюваних людиною рушійних сил, які спонукають її до діяльності, визначаючи поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей та цілей організації.

Також значний внесок у розвиток мотивації зробили й такі відомі вчені як: Ф. Уайтлі, Д. Дипроуз, Ш. Ричин, П. Мартін та ін. Усі вони ретельно вивчали дану проблему, розробляли певні засоби та напрями мотивації, вносили пропозиції і роз'яснювали суть та важливість мотивування трудової діяльності.

Метою статті є аналіз сучасних форм та методів мотивації праці найманих працівників, як важливого фактора підвищення ефективності праці в ПП «Дмитрушки» Уманського району Черкаської області.

Власником виступає директор підприємства Рубаненко Василь Анатолійович. Він має значний стаж роботи в сільськогосподарському виробництві і вже багато років грамотно здійснює керівництво ПП «Дмитрушки». Форма власності – приватна.

У 2011 році підприємство орендувало 1302 га сільгоспугідь, в тому числі 272 га було взято в оренду у сільської ради.

Оплата праці у господарстві здійснюється згідно Положення про оплату праці. Дане положення має на меті підвищення матеріальної заінтересованості працівників у збільшенні виробництва сільськогосподарської продукції з найменшими затратами праці, матеріальних і фінансових ресурсів.

1. Аналіз трудових ресурсів в ПП «Дмитрушки» Уманського району Черкаської області

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	Відхилення 2011р. від 2009, %
Середньорічна чисельність працівників по господарству, осіб	40	31	51	127,50
у т.ч. в рослинництві	29	13	31	106,90
в тваринництві	11	18	20	181,82

Оплата праці на підприємстві є відносно не високою, що негативно впливає на ефективність використання трудових ресурсів.

Працівники тваринництва отримують набагато вищу заробітну плату на відміну від працівників рослинництва. Слід відмітити, що у 2011 році середньомісячний розмір заробітної плати в галузі тваринництва становив 1630 грн., що у 1,2 рази вище, ніж даний показник в галузі рослинництва.

2. Аналіз оплати праці в ПП «Дмитрушки» Уманського району Черкаської області

Показники	2009 р.	2010р.	2011р.	2011 р. у% до 2009р.
Середньомісячний розмір заробітної плати, грн.	1200	1320	1456	121,2
в рослинництві	1100	1280	1320	120,1
в тваринництві	1500	1560	1630	108,6

Практично відсутні у структурі заробітної плати премії та надбавки окрім тих, які передбачені законодавством. Тобто відсутні матеріальні стимули, які сьогодні в умовах зубожіння сільського населення є найбільш вагомими в системі мотивації. Відсутні доплати і надбавки за якість і вчасність виконання робіт, не стимулюється кваліфікована праця.

На мою думку, для удосконалення системи мотивації праці на підприємстві потрібно вдосконалити методологію формування та склад споживчого кошика з урахуванням сучасних потреб людини. Законодавча, нормативно-правова база має забезпечити вдосконалення регуляторів щодо створення сприятливих, безпечних умов праці та гідної її оплати, зниження оподаткування фонду зарплати, встановлення економічно обґрунтованого розміру мінімальної зарплати.

Велике значення в сучасних умовах має стимулювання інноваційної діяльності працівників. Об'єднання працівників у групи дозволяє максимально використовувати їх творчий потенціал. Для досягнення ефективності праці персоналу можна використовувати індивідуалізацію програм мотивації, тобто систему заходів, націлених на стимулювання певних співробітників або груп співробітників, об'єднаних загальними цілями, здібностями, інтересами.

Список використаних джерел:

1. Юкіш В.В. Застосування матеріальних і нематеріальних методів мотивації лідерства на різних рівнях управління / В.В. Юкіш // Інноваційна економіка. – 2009. – № 8. – С. 62-66.
2. Мошек Г.Е. Менеджмент підприємства. / Г.Е. Мошек // Підручник. – К.: 2002. – 225с.
3. Василенко В.А Виробничий (операційний) менеджмент./ В.А. Василенко // Навч. посібник. К: ЦУЛ, 2003. – 530 с.
4. Сухарський В.С. Менеджмент / В.С. Сухарський В.С.// Підручник Тернопіль: “Астон”, 2001 – 340 с.

ВНУТРІШНІ ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО КОМЕРЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОВ «НВП «АГРО-РИТМ» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Д.В. СІНЬКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент ТИМЧУК С.В.

У контексті нестабільності на ринку набуває актуальності проблема забезпечення стійкості динамічного процесу функціонування суб'єктів господарювання. Першим кроком підприємства до успіху має бути створення умов для його стійкості. Першоосновою виникнення зазначеної системної властивості є економічний потенціал, як основний внутрішній чинник забезпечення стійкого комерційного розвитку підприємства в умовах здійснення зовнішньоекономічних відносин на ринку.

Проблемі розвитку внутрішніх чинників забезпечення стійкості підприємства присвячені праці Василенка В.А. [2], Раєвнєвої О.В. [3], Савченко В.Д [4], Тарасової В.В [5], Чимшита С. І. [6]. Проте окремі аспекти забезпечення високої ефективності на рівні підприємств та стійкого його розвитку на основі раціонального використання ресурсів при здійсненні комерційної зовнішньоекономічної діяльності вивчені недостатньо.

Об'єктивні закономірності розвитку проявляються в комерційній нестабільності, що є передумовою динамічної нестійкості ТОВ «НВП «Агро-Ритм». Для того, щоб забезпечити та зберегти комерційну стійкість підприємства при здійсненні зовнішньоекономічних відносин необхідно спочатку об'єктивно ідентифікувати фактори, що є її потенційними передумовами та загрозами [2].

Так чи інакше, процес розвитку суб'єкта господарювання забезпечується наявністю певної ресурсної бази, яка визначається як економічний потенціал. Оскільки підприємство розглядають як функцію переходу ресурсів у кінцевий продукт та схему, що її реалізує, тобто сукупність інструментів, за допомогою яких здійснюється виконання цілей [4], то основою для реалізації цієї схеми є ресурси, що втілені в потенціалі. Термін «потенціал» (з лат. potential) означає «міць, силу, приховані можливості, які за певних обставин можуть перейти в реальну дійсність» [6].

За О.В. Раєвнєвою, сукупність частин об'єкта, котрі володіють здатністю до стійкості та можливостями до відтворення, є системою [3]. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що потенціал ТОВ «НВП «Агро-Ритм» є системою, взаємодія складових якої спрямована на досягнення цілей економічного розвитку.

Економічний потенціал, як внутрішній чинник забезпечення стійкого комерційного розвитку ТОВ «НВП «Агро-Ритм» охоплює стадії виробництва, розподілу, та споживання продукції галузі. Системний підхід дозволяє виділити структурні елементи потенціалу різного порядку, мають конкретний вираз та спрямованість на досягнення

загальної мети підприємства. Для позначення елементів економічного потенціалу підприємства використане поняття ресурсу, як фактор, що здатний забезпечити досягнення мети господарської діяльності та бути постійною основою сталого розвитку.

Ресурси виробництва характеризують роботу підприємства в певному часовому та просторовому базисі, одночасно з виявленням вектора його розвитку. Виділено сукупність елементів економічного потенціалу, які практично формують комплекс основних внутрішніх чинників і визначають економічну стійкість ТОВ «НВП «Агро-Ритм» при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Саме вони, на наш погляд, є якісною основою процесу сільськогосподарського виробництва, а їх взаємозв'язок та взаємозалежність є джерелом утворення системної властивості – комерційної стійкості.

Таким чином, можна виділити елементи економічного потенціалу, взаємодія яких створює передумови для забезпечення комерційного розвитку ТОВ «НВП «Агро-Ритм» при здійсненні зовнішньоекономічних відносин. Виділено три основних підсистеми факторів. Одна з них складається з елементів, що визначаються вченими як продуктивні сили суспільства, оскільки це земля, засоби та предмети праці, що знайшли своє вираження у природно-ресурсному, кадровому та виробничому елементах потенціалу. Так, виробництво будь-якого продукту в першу чергу базується на природокористуванні, тобто перетворенні природних ресурсів задля виконання функції господарської діяльності. Для ТОВ «НВП «Агро-Ритм» просторовою базою для природокористування є земля, а саме 3500 га орендованої землі. Важливість даного ресурсу визначається подвійною природою, що дозволяє інтерпретувати земельні ресурси одночасно як засіб виробництва та як предмет праці.

Носії праці, тобто доцільної діяльності, спрямованої на видозміну предметів природи з умовою створення матеріальних і духовних благ. Ми використаємо для характеристики носіїв праці поняття «кадровий потенціал», погоджуючись з Л.В. Беззубко, Б.І. Беззубко, Л.О. Гончаровою [1], оскільки кадри – це кваліфіковані, спеціально підготовлені до реалізації можливостей у процесі трудової діяльності працівники з власним індивідуально-кваліфікаційним потенціалом, що разом з іншими елементами виробничої системи відбивають ресурсний аспект стійкого комерційного розвитку ТОВ «НВП «Агро-Ритм».

Виробничий, (матеріально-технічний) потенціал підприємства відповідно до виконуваної функціональної ролі представлений основними та оборотними засобами. Основні фонди є складовою частиною технологічного комплексу виробництва, представленою засобами праці в натуральній формі. Оборотні засоби відображаються в новій якості продукту, що був створений протягом терміну їх використання, впродовж операційного циклу. Виробничі фонди й технологія формують технологічний прогрес, результатом якого є збільшення випуску та реалізації продукції одночасно з її якісним покращенням.

Інша підсистема вміщує фінансовий, інвестиційний та інноваційний елементи потенціалу. Відомо, що рух факторів виробництва опосередковують фінансові ресурси [5]. Потенціал, втілений в майбутніх економічних вигодах, може бути безпосередньо частиною виробничого процесу, або конвертуватися у грошові кошти та їх еквіваленти, що є відображенням фінансового стану підприємства.

Остання із підсистем потенціалу вміщує сукупність ресурсів, котрі характеризують ступінь адаптації ТОВ «НВП «Агро-Ритм» до змін мікро і макросередовища залежно від управлінських рішень. Так, організаційний, управляючий потенціал сільськогосподарського виробництва (від англ. manage – управляти) забезпечує досягнення тактичних і стратегічних цілей стійкого економічного розвитку за допомогою важелів впливу на дії людей щодо використання різноманітних видів ресурсів. Забезпечення стійкого економічного розвитку ґрунтується на адаптивності, гнучкості та маневреності управлінських рішень.

Комерційний потенціал можна вважати системою потенціалів різного порядку, що володіють стійкістю та забезпечують її в системі вищого рівня. Удосконалення лише одного елементу комерційного потенціалу не може призвести до підтримання рівня сталого розвитку, тому в даному контексті для підприємства головним завданням є безперервне покращення кількісно-якісних характеристик потенціалу з метою утворення стійких переваг господарювання.

До внутрішніх чинників забезпечення комерційного потенціалу ТОВ «НВП «Агро-Ритм» відносяться природно-ресурсний, виробничий, кадровий, фінансовий, інвестиційний, інноваційний, інформаційний, маркетинговий та організаційний елементи. Стійкість, як одна з його характеристик, асоціюється із впорядкованістю елементів та зв'язків між ними. Наявність стійких елементів потенціалу підтверджує існування певного рівня комерційної стійкості ТОВ «НВП «Агро-Ритм» при здійсненні зовнішньоекономічних відносин, а їх постійна упорядкована якісна зміна є основою сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Беззубко Л.В., Беззубко Б.І., Гончарова Л.О. Трудовий і кадровий потенціали (держава, регіон, галузь, підприємство): Монографія. – Донецьк: Норд прес, 2008. – 201 с.
2. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография. – К.: Центр учебной литературы, 2005. – 648 с.
3. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
4. Савченко В.Д., Байдик М.І., Шелудько Р.М. Стратегія підприємства: Навчальний посібник; За ред. В.Д. Савченко / ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2004. – 206 с.
5. Тарасова В.В. Ресурсоемність і ресурсовіддача в агровиробництві: теорія, методологія, статистичний аналіз. – Житомир: ДВНЗ «Державний агроекологічний ун-т», 2007. – 348 с.
6. Чимшит С.И. Управление потенциалом сложных социально-экономических систем. – Д.: Монолит, 2008. – 362 с.

УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

І.І. СІРЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: доцент КУСТРІЧ Л.О.

Капітал посідає одне з головних місць в системі соціально-економічних та політичних відносин суспільства. Через недосконале управління капіталом як на макро-, так і на мікрорівні, що зумовлено низкою об'єктивних та суб'єктивних причин, економіка України доволі повільно долає кризовий стан. Прискорити процес виходу з кризи можна за допомогою управління капіталом, що відповідає сучасним умовам, спирається на досягнення науки та враховує практику.

Теоретичні й практичні аспекти управління капіталом розглядаються в роботах І.О. Бланка, М.І. Баканова, В.В. Ковальова, О. Стоянової, Дж. Ван Хорна й ін. Однак ряд питань що стосуються управління капіталом сільськогосподарських підприємств все ще залишаються невирішеними і вимагають подальшого дослідження й практичних розробок.

Метою статті є здійснення фінансового аналізу структури капіталу сільськогосподарських підприємств на прикладі СПОП «Відродження» Шполянського району Черкаської області та визначення основних напрямів управління капіталом.

Аналізу як основі для прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень належить особливе місце в управлінні структурою джерел фінансування активів підприємства. У процесі внутрішнього аналізу капіталу сільськогосподарського підприємства необхідно приділяти увагу вивченню динаміки і структури власного та позикового капіталу, виявити причини змін цих складових.

Зазначимо, що загальний розмір капіталу досліджуваного підприємства станом на кінець 2011 р. складав 46918 тис. грн. За останні два роки спостерігаємо його збільшення на 16168,7 тис. грн. порівняно з 2009 р. та на 12138 тис. грн. відносно 2010 р. Основну частку у валюті балансу підприємства станом на кінець звітного року займав власний капітал, його розмір становив 43083 тис. грн., або 91,8% від сукупного капіталу. Протягом 2009-2011 рр. відбулося зростання розміру власного капіталу підприємства на 11377 тис. грн., або 35,9%. Зміни у структурі капіталу пояснюються зростанням суми нерозподіленого прибутку на 12217,4 тис. грн., або в 2,1 рази. Суб'єкт дослідження протягом трьох останніх років мав в наявності власний оборотний капітал, зокрема, станом на кінець 2011 р. його величина склала 14645 тис. грн. Розмір власного оборотного капіталу для фінансування поточних активів відносно 2009 р. зріс на 6954,2 тис. грн., або 90,4%.

Аналіз динаміки структури позикового капіталу підприємства надав можливість виявити тенденцію до його зменшення, яке загалом складає 1138,8 тис. грн., або 42,2%. У 2011 р. 95,9% у загальному розмірі позикових коштів займали зобов'язання з терміном погашення до 1 року. За останні три роки спостерігаємо зміни у структурі позикового капіталу, а саме: збільшення частки кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги з 22,4% у 2009 р. до 81,3% у 2011 р. при одночасному підвищенні питомої ваги поточних зобов'язань за розрахунками у 3 рази відносно 2009 р. та зменшенні цього показника на 11,8% відносно 2010 р.

Показником, який характеризує інтенсивність використання капіталу, його ділову активність є оборотність як сукупного капіталу, так і його складових частин. Розрахунок показників оборотності капіталу підприємства свідчить, що протягом 2011 р. для здійснення одного обороту коштів, авансованих у діяльність підприємства, потрібно було 389,9 днів. Це на 8,3 днів менше, ніж в 2009 р. та на 95,3 днів менше, ніж у 2010 р. Отже, спостерігаємо незначне прискорення оборотності капіталу. Дещо підвищилась ефективність використання і позикового капіталу. Швидкість його оборотності прискорила на 12,7 днів відносно 2009 р. та на 9,7 днів порівняно з 2010 р. Протягом 2011 р. капітал підприємства здійснив лише 0,923 обороти, у тому числі позиковий – 10,918.

Головною причиною прискорення оборотності капіталу та його складових частин є зростання виручки від реалізації. Під впливом саме цього чинника оборотність сукупного капіталу в 2011 р. прискорила на 126,8 днів порівняно з 2009 р. та на 172,5 днів відносно 2010 р. Зміна середнього розміру власного капіталу (він збільшився на 48,6% порівняно з 2009 р. та на 25,2% порівняно з 2010 р.) обумовила уповільнення оборотності капіталу на 116,7 днів та на 71,7 днів відповідно. Проведені розрахунки свідчать, що суб'єкт дослідження є незалежним від зовнішніх джерел фінансування. При використанні позикового капіталу збільшення його середнього розміру на 5,6% порівняно з 2009 р. та на 19,7% відносно 2010 р. стало причиною уповільнення оборотності сукупного капіталу на 1,8 та 5,5 днів відповідно.

Головною причиною прискорення оборотності сукупного капіталу підприємства у 2011 р. проти 2009 р. (на 0,263 обороти) є зростання співвідношення між власним та позиковим капіталом при загальній зміні (+0,019) обороти.

Прискорення оборотності сукупних активів відносно 2009 р. можна пояснити прискоренням оборотності основного капіталу. Під впливом названого фактору

оборотність сукупного капіталу прискорила на 17,5 днів, водночас уповільнення оборотності оборотного капіталу негативно вплинуло на оборотність сукупних активів і уповільнило її на 9,2 дні.

Підприємство у зв'язку із покращенням використання капіталу у 2011 р. порівняно з 2009 р. мало можливість вивільнення капіталу в сумі 869,6 тис. грн., що сприяло збільшенню обсягів виробництва без додаткових фінансових ресурсів, використанню засобів, що вивільняються, відповідно до потреб підприємства.

З метою ефективного функціонування підприємства доцільно розглянути управління декількома видами його капіталу.

Управління основним капіталом підприємства включає в себе забезпечення відповідності технічного рівня виробництва. Для цього необхідно слідкувати за процесами морального та фізичного зносу основного виробничого обладнання.

Управління оборотним капіталом передбачає визначення оптимальної величини, розробку варіантів фінансування та забезпечення ефективності їх використання і полягає в пошуку компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективністю роботи підприємства. Значні резерви підвищення ефективності використання оборотних коштів закладені безпосередньо в самому підприємстві. У сфері виробництва це відноситься до виробничих запасів, а саме, раціональне використання матеріальних ресурсів; удосконалення нормування; ліквідація наднормативних запасів; поліпшення організації постачання, зокрема шляхом встановлення чітких договірних умов постачань і забезпечення їх виконання, оптимального вибору постачальників; налагодження роботи транспорту; поліпшення організації складського господарства. На стадії незавершеного виробництва – скорочення тривалості виробничого циклу, впровадження прогресивної техніки і технологій, вдосконалення використання основних фондів, перш за все їх активної частини, економії по всіх стадіях руху оборотних коштів, вдосконалення системи економічного стимулювання тощо. У сфері обігу – раціональна організація збуту продукції, прискорення документообігу, дотримання договірної платіжної дисципліни, використання маркетингових важелів активізації продажу (реклама) та ін.

Управління власним капіталом вимагає проведення постійного аналізу власного капіталу, джерел його формування в динаміці, підвищення ефективності використання власного капіталу, забезпечення максимального обсягу залучення власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел: чистого прибутку і амортизаційних відрахувань. Збільшення обсягів фінансування за рахунок амортизаційних відрахувань можливе шляхом застосування прискореної амортизації основних засобів. Збільшення чистого прибутку можливе за рахунок збільшення оборотності та підвищення рентабельності власного капіталу.

При управлінні позиковим капіталом підприємства важливим є співвідношення позикового і власного капіталу, тобто визначення оптимальної структури капіталу. При цьому постає проблема вибору між ризиком та дохідністю. Зростання частки позикового капіталу підвищує фінансовий ризик, забезпечує більше значення дохідності на власний капітал, підвищує рентабельність власного капіталу підприємства і величину прибутку. Варто зазначити, що величезну роль в ефективності позикового капіталу відіграють напрями його використання.

Отже, в процесі управління капіталом головним є проведення фінансового аналізу структури капіталу, який буде враховувати особливості діяльності суб'єктів господарювання, визначатиме недоліки в управлінні й дасть змогу, проаналізувавши ситуацію, розробити обґрунтовані управлінські рішення, від яких залежить ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств.

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПОСП «УМАНСЬКИЙ ТЕПЛИЧНИЙ КОМБІНАТ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.І. СЛОНЬ, студ. VI курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент ТИМЧУК С.В.**

У сучасних умовах стабільний розвиток національної економіки значною мірою залежить від рівня її інтегрованості у світове господарство. Однією із найпоширеніших форм цього процесу для окремої держави є її зовнішньоторговельна діяльність. Теоретичні дослідження та практичний досвід багатьох країн свідчать, що їх економічне зростання тісно пов'язане із розвитком зовнішньої торгівлі. У період ринкової трансформації економічної системи України зовнішньоторговельні зв'язки відіграють надзвичайно важливу роль у відтворювальному процесі, що актуалізує наукові дослідження цієї сфери.

Проблеми взаємодії національних економік різних країн через зовнішньоторговельні зв'язки здавна цікавили науковців. Багато вітчизняних та зарубіжних фундаментальних наукових праць присвячені дослідженню зовнішньої торгівлі як особливої підсистеми національної економіки. Це, зокрема, праці класиків економічної науки – А. Сміта, С. Десницького, М. Балудянського, Д. Рікардо, К. Маркса, М. Туган-Барановського, В. Тимошенка та інших [3].

У сучасній вітчизняній економічній науці різні аспекти зовнішньоторговельної діяльності висвітлено у працях В. Будкіна, І. Бураковського, А. Гальчинського, І. Грабинського, О. Гребельника, С. Злупка, О. Кириченка, В. Козика, А. Кредісова, Ю. Макогона, М. Мальського, В. Новицького, Д. Олесевич, С. Осики, Ю. Пахомова, І. Пузанова, В. Рокочі, А. Рум'янцева, Є. Савельєва, В. Сіденка, С. Соколенка, А. Філіпенка, Н. Фомічевої, Т. Циганкової, В. Шевчука, І. Школи та багатьох інших учених.

Однак, незважаючи на значний науковий доробок, питання ефективного здійснення зовнішньоторговельної діяльності ще недостатньо розроблені і тому потребують подальшого вивчення на усіх організаційних ланках, передовсім, на рівні регіональному та на рівні підприємств як безпосередніх учасників зовнішньоторговельних зв'язків. Різні теоретичні і практичні аспекти дослідження механізму залучення регіонів у міжнародну економічну діяльність та особливостей організації зовнішньоторговельної діяльності на рівні підприємств висвітлені у роботах І. Багрової, М. Долішнього, Г. Дроздової, В. Кравченка, А. Кредісова, Ю. Макогона, І. Михасюка, А. Мокія, Є. Савельєва та інших вітчизняних учених [3].

Потребують подальшого вивчення шляхи виходу підприємств на глобальні ринки, обґрунтування інструментів та методів регулювання експортно-імпоротної діяльності, врахування повною мірою конкурентних переваги та інтересів суб'єктів зовнішньоторговельної діяльності при розробленні стратегічних програм економічного розвитку регіонів та національної економіки в цілому. Як свідчить практичний досвід, більшість проблемних питань у здійсненні підприємствами зовнішньоторговельної діяльності мають управлінський характер.

Проблеми управління зовнішньоторговельною діяльністю підприємств досліджувались у наукових працях В. Васенка, В. Власова, В. Губенка, Т. Зінчук, С. Кваші, В. Козика, А. Кредісова, Л. Михайлової, А. Осики, Т. Осташко, А. Румянцева, П. Саблука, В. Саллі, Т. Циганкової [1, 3], В. Цимбалістого, І. Школи, О. Шубравської та інших. Необхідність розв'язання існуючих проблем розвитку зовнішньоторговельної діяльності потребує впровадження дієвої та теоретично обґрунтованої системи управління.

В процесі дослідження питання управління зовнішньоторговельною діяльністю

підприємства – в галузі захищеного овочівництва використовувались такі методи, як аналіз і синтез (дослідження теоретико-методологічних проблем ефективності), емпіричний (спостереження та порівняння), статистичних групувань (проведення аналізу розвитку та ефективності функціонування об'єктів дослідження). У своїй сукупності вони становлять методику дослідження статті.

Управління підприємством та його зовнішньоторговельною діяльністю ПОСП «Уманський тепличний комбінат» здійснює його директор. Організаційна структура підприємства є лінійно-функціональною. Лінійному керівнику в розробці відповідних рішень, програм та планів допомагають його функціональні замісники. Вони проводять свої рішення через вище керівництво і доводять їх до виконавців нижчого рівня, їх роль на підприємстві дуже значна, оскільки вони здійснюють технічну підготовку діяльності, розробляють варіанти рішень питань, пов'язаних з управлінням зовнішньоторговельною діяльністю, звільняють генерального директора від планування, фінансових розрахунків, матеріально-технічного забезпечення.

Заступник директора по економіці здійснює оперативне планування, реалізацію поставлених завдань у сфері зовнішньоекономічної діяльності, вносить відповідні корективи та здійснює контроль за процесом виконання стратегічного плану, здійснює ціноутворення, прогнозування, економічний аналіз та управління персоналом. Свою діяльність, виходячи з стратегії розвитку підприємства, що визначає генеральний директор, він будує на основі інформації, отриманої від фінансового директора, менеджера по збуту та головного бухгалтера.

ПОСП «Уманський тепличний комбінат» збільшує з року в рік площу вирощування овочів закритого ґрунту, запроваджує нові технології виробництва, цим самим підвищуючи урожайність та валове виробництво продукції. У 2010 р. урожайність овочів збільшилась на 1,4 кг/м² порівняно із 2004 р. і склало 53 ц/га. Що свідчить про недосконало налагоджену систему контролю якості продукції огірків та низький попит на продукцію. На сьогоднішній день максимальний рівень урожайності у вітчизняних тепличних підприємства 50 ц/га, а в Нідерландах у 2010 р. найвищий рівень складав 63 ц/га.

Значне зростання імпорту підприємства спричинило збільшення фондоозброєності підприємства збільшилась на 1 359 тис. грн. порівняно з 2006 р., отже вартість фондів на одного середньо працюючого працівника зросла, що свідчить про підвищення економічного розвитку підприємства. Фондозабезпеченість збільшилась на 831199,8 тис. грн., що свідчить про збільшення вартості підприємства та формування достатньо могутньої бази для розвитку і розширення виробництва.

Активна зовнішньоторговельна діяльність підприємства, розширення виробничої бази призвели до зростання загальної ефективності підприємства протягом досліджуваного періоду. Валовий збір у 2010 р. зріс на 14505 тонн порівняно із 2004 р., і загальна виручка від реалізації зросла на 161,1 млн. грн. за цей же період. Собівартість продукції збільшилась на 52,1 млн. грн. і чистий прибуток зріс на 65,2 млн. грн. за досліджуваний період.

В обсязі зовнішньоекономічної діяльності підприємства значну частку займають послуги іноземних компаній з обслуговування ряду виробничих процесів. Починаючи із 2005 р., підприємство співпрацює із постачальниками обладнання та обслуговування програмних комплексів таких країн, як Нідерланди, Польща, Франція.

ПОСП «Уманський тепличний комбінат» активно займається імпортом обладнання, роботою за контрактом із закордонними спеціалістами, систематично експортує продукцію до Росії, збільшує урожайність та валові обсяги виробництва. Тому, можна впевнено вважати, що Уманський тепличний комбінат достатньо конкурентоспроможне підприємство не лише на вітчизняному ринку а і на зовнішньому ринку. Але управління зовнішньоекономічною діяльністю бажає кращого, тому що

обсяги імпорту та експорту дуже відрізняються. Наразі підприємству для удосконалення управління зовнішньоторговельною діяльністю необхідно розширювати ринки збуту в країнах Європи, для чого варто створити об'єднання, альянси із фірмами постачальниками обладнання, для просування своєї продукції в країнах Голландії, Польщі, Чехії, Франції, Італії.

Список використаних джерел:

1. Волченко Н. В. Управління зовнішньоторговельною діяльністю: теоретичний аспект / Н. В. Волченко. Вісник СНАУ. – 2010. – випуск 5/2. – Серія «Економіка та менеджмент». – С. 34-39.

2. Жигadlo В. Тенденції у зовнішній торгівлі плодоовочевою продукцією у 2009 році / В. Жигadlo. Конференція «Комерційне плодоовочівництво, квітківництво та озеленення» 25 лютого 2010 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://brc.undp.org.ua>

3. Жук Оксана Петрівна. Управління зовнішньоторговельною діяльністю підприємств в умовах ринкової трансформації економіки України. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.: Дис. канд. екон. наук: 08.02.03 / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – Л., 2005. – 21 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ І ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ У ТОВ «РАЙЗ-ПІВДЕНЬ» ОЧАКІВСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

О.Л. СМАГЛЮК, студ. V курсу

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

Соціально-економічні перетворення в українському суспільстві супроводжуються нестабільністю та невисокими темпами економічного зростання. Відчувається брак дієвих та довготривалих механізмів організаційного впливу на економічні процеси. Застосування організаційних методів в аграрному виробництві не дає бажаних результатів. Серед економічних важелів є заробітна плата, однак вона є найнижчою порівняно з тою, що є в інших галузях народного господарства. Вимогою часу є пошук і запровадження інноваційних управлінських методів підвищення ефективності виробництва. Актуальність дослідження зумовлюється ще й тим, що проблема застосування різних методів управління виробництвом є відносно новою для агропромислового комплексу.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та прикладних аспектів проблеми використання методів управління в підприємствах зробили такі українські вчені: Б.М. Андрушків, Л.І. Безтелесна, О.М. Бородіна, В.Г. Галанець, Т.Г. Дудар, Й.С. Завадський, А.М. Колот, І.І. Кравчук, О.Л. Попова, Л.П. Червінська та інші. Дослідженню методів управління присвячували свої праці відомі зарубіжні науковці: К.Г. Бланшар, П.Ф. Друкер, А. Маслоу, П. Херсі та інші.

Актуальність і загальносуспільне значення відповідного вирішення проблем, недостатня їх наукова розробка, нерозуміння та ігнорування ролі методів управління в сільськогосподарських підприємствах, потреба в аналізі значення лідерських якостей керівника, у зростанні рентабельності господарств зумовили вибір теми дослідження.

Відповідно до мотиваційної характеристики у складі методів управління виділяють три групи: економічні; організаційно-розпорядчі; соціальні.

Економічні методи управління об'єднують усі методи, за допомогою яких здійснюється вплив на економічні інтереси колективів і окремих їхніх членів. Цей вплив здійснюється матеріальним стимулюванням окремих працівників і колективів у цілому.

Організаційно-розпорядчі методи спрямовані на використання таких мотивів трудової діяльності, як почуття обов'язку, відповідальності, у тому числі адміністративної. Ці методи відрізняються прямим характером впливу: будь-який регламентуючий чи адміністративний який підлягає обов'язковому виконанню.

Соціальні методи ґрунтуються на використанні соціального механізму, що діє у колективі (неформальні групи, роль і статус особистості, система взаємовідносин у колективі, соціальні потреби та ін.).

Ефективність застосування методів управління в основному залежить від рівня кваліфікації керівних кадрів, що зумовлює потребу систематичної і цілеспрямованої підготовки та повсякденного використання всіх зазначених напрямів впливу на колектив і окремих людей.

1. Ефективність системи управлінського персоналу у ТОВ «Райз-Південь»

Показники	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2011 р. у% до	
				2009 рік	2010 рік
Загальні показники					
Площа сільськогосподарських угідь, га	3250	3302	3302	101,6	100
Валова продукція, всього тис. грн.. - в т.ч. сільського господарства у порівняних цінах 2005 р., тис. грн.	9949	7797,15	6442,65	43,5	47,6
Прибуток, тис. грн. - в т.ч. від с.-г. продукції	6553,3	5845,98	4531,54	74,6	62,5
Повна собівартість реалізованої продукції, тис. грн. - в т.ч. с.-г. продукції	3210,6	2974,6	2823,5	114,5	121,3
Середньорічна чисельність працівників господарства, чол. - в т.ч. працівників апарату управління, чол.	21	21	24	114,3	114,3
Управлінські витрати, тис. грн.	70,1	73,5	77,9	111,2	105,4
Загальний фонд оплати праці, тис. грн.	202,2	357	399,2	197,6	111,7
Відпрацьовано тис. люд – год., всього - в т.ч. працівниками апарату управління	501,8 91,1	881,6 84,8	389,0 94,3	77,5 83,7	44,1 90,0
Показники результативності діяльності управлінського персоналу					
1. Одержано валової продукції на 1-го працівника управління, тис. грн.	234,0	421,3	511,7	167,3	99,8
2. Одержано валової продукції на 1 гривну витрат в управлінні, грн.	21,6	41,8	88,4	150,8	101,5
3. Одержано валової продукції на 1 люд. – год. в управлінні, грн.	597,4	1029,6	1011,8	209,3	121,4
4. Одержано валової продукції на 1 грн. заробітної плати управлінських кадрів, грн.	52,0	66,7	72,4	146,0	101,5
Показники економічності діяльності управлінського персоналу					
1. Питома вага управлінських працівників у загальній кількості працюючих, %	8,2	8,5	14,6	56,1	58,2
2. Питома вага витрат на управління у загальній собівартості продукції, %	1,7	1,0	1,1	154,4	90,9
3. Питома вага заробітної плати управлінських працівників у загальному фонді оплати праці, %	14,0	14,1	21,8	66,3.	66,1
4. Питома вага заробітної плати управлінських працівників у собівартості продукції, %	1,5	1,0	1,0	150	100

У таблиці 1 подано аналіз показників ефективності системи управління персоналом у товаристві з обмеженою відповідальністю «Райз-Південь».

Аналізуючи ефективність системи управлінського персоналу підприємства у 2009-2011 роках, можна зробити висновок, що вона зросла. Зокрема, обсяг валової продукції у 2011 році, порівняно з 2009, зменшився на 43,5%. Валова продукція на 1-го працівника у 2011 році, в порівнянні з 2009 роком збільшилась на 67,3%. Це свідчить про ефективну діяльність працівників підприємства. Прибуток також змінився, тобто зменшився на 24,3% у 2011 році.

Показники економічності діяльності управлінського персоналу свідчать, що питома вага управлінських працівників у загальній кількості працівників в 2011 році, порівняно з 2009 роком, зросла на 56,1%. Це викликано тим, що зменшилась кількість працівників сільського господарства, а управлінців – навпаки зросла. Витрати на управління зменшились на 54,4% у 2011, порівняно з 2009 роком. Заробітна плата управлінських працівників у загальній кількості працюючих підвищилась на 66,3%.

Висновки:

1) Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагоджену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена колективу. Особлива роль методів управління полягає у тому, щоб створити умови для чіткої організації процесу управління, використання сучасної техніки і прогресивної технології організації праці і виробництва, забезпечити їх максимальну ефективність при досягненні поставленої мети.

2) Як свідчить аналіз ефективності системи управління виробничою діяльністю ТОВ «Райз-Південь», застосовуючи ряд економічних і організаційних методів управління, підприємству не вдалося збільшити прибуток, оскільки з кожним роком валова продукція зменшувалася. Це відбулося у зв'язку із недостатньою дієвістю методів управління, або неправильним їх використанням.

3) Для покращення ситуації у підприємстві повинна бути обґрунтована диференціація організаційно-розпорядчих методів управління за рівнями системи управління. Використовуючи розпорядчі методи управління, керівництво ТОВ «Райз-Південь» повинно чітко і грамотно ставити завдання, компетентно аналізувати та ефективно контролювати хід їх реалізації, проводити інструктивну та роз'яснювальну роботу, налагоджувати та підтримувати виконавчу дисципліну працівників.

4) Важливою умовою оздоровлення та розвитку соціально-психологічної обстановки в підприємстві є формування організаційної культури, застосування методів управління, що зменшували б кількість конфліктних ситуацій між працівниками тощо. Керівництву ТОВ «Райз-Південь» в підприємстві це дозволить підвищувати мотивацію до праці у працівників, а отже й продуктивність праці, що неодмінно буде відчутним у вигляді економічного ефекту.

ОСОБЛИВОСТІ ОХОРОНИ ПРАЦІ ЖІНОК В УКРАЇНІ

**О.О. СМІЛЯНЕЦЬ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач СОЛЬСЬКА Т.В.**

Терміном "охорона праці" у вузькому розумінні завжди визначалося створення для працівників здорових та безпечних умов праці. Закон України "Про охорону праці" від 14 жовтня 1992 р. в ст. 1 так визначає охорону праці: "Охорона праці — це система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних і лікувально-профілактичних заходів та засобів, спрямованих на збереження здоров'я і працездатності

людини в процесі роботи". Виходячи зі змісту закону та інших нормативно-правових актів, більш доцільно, на нашу думку, замість терміна "охорона праці" у вузькому розумінні вживати термін "охорона здоров'я працівників на виробництві", оскільки фактично метою таких заходів є саме охорона здоров'я працівника, збереження його працездатності на виробництві під час виконання трудових обов'язків. Останнім часом вимоги з охорони здоров'я часто не дотримуються підприємствами різних організаційно-правових форм, які використовують працю найманих працівників.

Конституція України, у ст. 24 проголошує рівність прав і свобод жінок з чоловіками. З метою фактичного забезпечення рівноправності, з урахуванням особливостей жіночого організму, трудовим законодавством передбачено спеціальні правила охорони праці жінок, пільги і додаткові гарантії їх трудових прав. Охорона праці жінок являється важливим інститутом трудового права, котрий диференціює цілий комплекс правових норм у регулюванні взаємовідносин працівників – жінок з роботодавцем з додержанням специфіки жіночої праці. Не випадково охороні праці жінок присвячено значний об'єм правового матеріалу в системі цілісної підгалузі – "Охорона праці".

Охорона праці жінок являється важливим інститутом трудового права, котрий диференціює цілий комплекс правових норм у регулюванні взаємовідносин працівників – жінок з роботодавцем з додержанням специфіки жіночої праці

Отже, охорона праці – це система збереження життя і здоров'я працівників у процесі трудової діяльності, що включає правові, соціально-економічні, організаційно-технічні, санітарно-гігієнічні, лікувально-профілактичні, реабілітаційні та інші заходи

Забороняється відмовляти жінкам у прийнятті на роботу і знижувати їм заробітну плату з мотивів, пов'язаних з вагітністю або наявністю дітей віком до трьох років, а одиноким матерям — за наявності дитини віком до чотирнадцяти років або дитини-інваліда. Привідмові у прийнятті на роботу зазначеним категоріям жінок власника або уповноважений ним орган зобов'язаний повідомляти їм причини відмови у письмовій формі. Відмова у прийнятті на роботу може бути оскаржена у судовому порядку.

Враховуючи фізіологічні особливості жіночого організму, законодавство про працю передбачає низку обмежень у виконанні певних робіт, а при деяких роботах встановлює жінкам пільги і переваги. Для держави обидві соціальні функції жінки — робота в суспільному виробництві і материнство — є важливими. Яку з цих функцій виконувати, має вирішити сама жінка. Якщо жінка вирішила присвятити себе сім'ї, вихованню дітей, то це заняття повинно визнаватись суспільне корисним і давати право за певних умов на матеріальне забезпечення при досягненні певного віку.

При виборі трудової діяльності робота жінки повинна бути достойною, добре оплачуваною, а не будь-якою, що дає якусь оплату та пільговий стаж.

При підшукуванні легшої роботи вагітна жінка вивільняється від роботи з несприятливими виробничими чинниками із збереженням середнього заробітку за всі пропущені внаслідок цього робочі дні за рахунок підприємства.

Жінки при народженні дитини і до набуття нею віку трьох років, у разі неможливості виконання попередньої роботи, переводяться на іншу роботу із збереженням середнього заробітку за попередньою роботою.

Необхідно наголосити, що у випадку більш високого заробітку по роботі, на яку переводиться жінка, їй виплачується фактичний заробіток.

Вагітні жінки і жінки, що мають дітей віком до трьох років, не можуть залучатися до роботи у нічний час, до надурочної роботи і направлятись у відрядження. Жінки, що мають дітей віком від трьох до чотирнадцяти років або дитину-інваліда, не можуть залучатись до надурочних робіт або направлятись у відрядження без їх згоди.

У зв'язку з вагітністю і пологами жінкам надаються соціальні відпустки, їх тривалість становить 70 календарних днів до родів і 56 — після родів. У разі

ненормальних родів або народження двох або більше дітей відпустка після родів надається тривалістю 70 календарних днів.

Дні відпустки по вагітності і пологах обчислюються сумарно і надаються жінкам повністю незалежно від кількості днів, фактично використаних до пологів.

При наданні жінкам відпустки у зв'язку з вагітністю і пологами власник або уповноважений ним орган зобов'язаний за їх згодою приєднати до неї щорічну відпустку незалежно від тривалості роботи на даному підприємстві.

Після відпустки по вагітності і пологах жінка, за своїм бажанням, може взяти відпустку по догляду за дитиною до досягнення нею віку трьох років. Ця відпустка надається без збереження заробітної плати. Але до досягнення дитиною віку двох років жінці виплачується допомога за рахунок коштів

Відпустки, що надаються по догляду за дитиною, оформляються наказом чи розпорядженням власника або уповноваженого ним органу. Цей наказ чи розпорядження є підставою для призначення допомоги за рахунок коштів державного соціального страхування.

Час відпустки по догляду за дитиною зараховується як у загальний, так і в безперервний стаж і в стаж роботи по спеціальності. Але цей час не зараховується до стажу, який дає право на щорічну оплачувану відпустку.

Звільнення вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років, при наявності медичного висновку — до шести років, одиноких матерів при наявності дитини віком до чотирнадцяти років або дитини-інваліда з ініціативи власника або уповноваженого ним органу не допускається. Виняток становлять лише випадки повної ліквідації підприємства. Але і в цьому разі звільнення

Гарантії, встановлені для матерів, поширюються на родичів, які виховують дітей без матері, навіть у випадку, коли мати тривалий час перебуває у лікувальному закладі.

Список використаних джерел:

1. Конституція України.
2. Кодекс законів про працю України. К.: Атіка, 2001р. – 96с.
3. Болотіна Н.Б. Чанишева Г.І. Трудове право України: Підручник. – К.:Знання КОО, 2000 – с.564.
4. Ломанов І.П. Охорона здоров'я працівників на виробництві // Праця із зарплата. – 1999р. – №8. – Квітень. – с.16.
5. Науково-практичний коментар до законодавства України про працю // Б.С.Стичинський, І.В.Зуб, В.Г.Рогань. – К.: А.С.К., 2000. – с.1072.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПОСП „ВІКТОРІЯ” ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ”

Ю.В. СТЕФКО, студ. V курсу факультету менеджменту

Науковий керівник: доцент КЕПКО В.М.

Сільське господарство є однією з основних галузей народного господарства, оскільки виробництво продуктів харчування – це стратегічна умова життя та розвитку всього населення країни. Сільськогосподарське виробництво вимагає органічного поєднання взаємодії чотирьох факторів — робочої сили, основних засобів, предметів праці і землі.

Процес виробництва сільськогосподарської продукції управляється людиною з давніх часів, тому ефект управління залежить від уміння керівника вчасно впливати на

процеси, які проходять в підприємстві, а також правильно розпоряджатися наявним виробничим і кадровим потенціалом, побудувати дієву систему стимулювання підлеглих.

Ринкові відносини вимагають нових підходів до організації і планування виробничих процесів на сільськогосподарських підприємствах, фінансування та кредитування, матеріально-технічного постачання.

Дослідженням проблеми організації виробництва сільського господарської продукції займалися чимало науковців вітчизняних економістів-аграрників. Такі вчені як: В.Г. Андрійчук, В.Я. Мельник, І.Й. Табенський, О.Г. Шпикуляк, С.М. Онисько, М.Х. Зінов'єв, І.І. Корецький, визначають, що сутність удосконалення економічної ефективності сільського господарства полягає у збільшенні виходу з кожного гектара сільськогосподарських угідь обсягу сільськогосподарської продукції, яка найповніше відповідає потребам суспільства за якістю, структурою, асортиментом, строками і місцем одержання, а також у підвищенні матеріального добробуту, поліпшенні умов праці і побуту сільськогосподарських працівників за мінімальних затрат суспільної праці, або за мінімальних обсягів виробничих ресурсів, які застосовуються для цих цілей.

Об'єктом дослідження виступає ПОСП «Вікторія» Гайворонського району Кіровоградської області.

Метою дослідження є удосконалення організації виробництва сільськогосподарської продукції в ПОСП „Вікторія» Гайворонського району Кіровоградської області.

1. Основні показники ефективності господарської діяльності ПОСП «Вікторія» Гайворонського району Кіровоградської області

Показник	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2012 р. у % до 2008р
Вартість валової продукції у постійних цінах 2010р., тис. грн.	3014,0	4352,1	4596,32	4556,2	3306,0	109,6
в т.ч. рослинництва	1551,0	2279,6	2373,75	2251,7	1140,7	73,5
тваринництва	1463,0	2072,046	2216,57	2304,5	2165,3	147,9
на 100 га с.-г. угідь, грн.	285,8	412,6	436,7	434,3	315,2	121,7
на 1 працівника, грн.	83,7	120,4	97,7	105,9	70,3	83,9
Вартість товарної продукції, тис. грн.	1293,2	1874,1	2549,3	2636,3	3310,8	256
в т.ч. на 100 га с.-г. угідь	122,6	177,7	242,2	251,3	315,6	257,2
на 1 працюючого, грн.	35,9	52,06	54,24	61,3	70,4	195,9
Матеріально-грошові витрати на 100 грн. валової продукції, грн.	33,6	28,2	40,36	57,92	93,1	277
Середньорічна оплата праці 1 працюючого, грн.	10916,4	13123,2	12552	16214,4	15100,6	138,2
Питома вага оплати працівників в:						
загальних витратах	23,7	23,9	19,4	17,6	19,1	-4,6 п.т
у валовій продукції	13,0	10,8	12,8	15,3	15,7	+2,7 п.т
Прибуток, тис. грн.	88,5	425,1	426,3	509,2	0,0	-
Рівень рентабельності, %	5,3	29,34	20	23,94	0,0	-

Недосконала організація виробництва сільськогосподарської продукції, негативно впливає на економічну діяльність підприємства, та зменшує обсяги виробництва кінцевої продукції.

Приватне сільськогосподарське підприємство «Вікторія» було створено 31 березня

2002 року в результаті поділу чотирьох відділків радгоспу, якому раніше належали землі підприємства. ПОСП «Вікторія» здійснює свою діяльність шляхом вирощування продукції рослинництва, зокрема – зернових та технічних культур, і продукції тваринництва зокрема – відгодівлею великої рогатої худоби, свинарством.

За досліджуваний період ПОСП «Вікторія» має зерно-технічний з розвиненим молоко-м'ясним скотарством напрям спеціалізації.

Щоб повністю оцінити і охарактеризувати стан господарської діяльності ПОСП «Вікторія» потрібно розглянути та проаналізувати показники які наведені в таблиці 1.

Аналізуючи дані таблиці 1 можна стверджувати, що виробництво валової продукції в постійних цінах у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь в 2012 році порівняно з 2008 роком збільшилося на 9,6%, і становить 3306,0 тис. грн., товарної продукції на 156%. Матеріально-грошові витрати, на 100 грн. валової продукції зросли майже в 3 рази. Середньорічна оплата праці залишається досить низькою на підприємстві, і в 2012 р. становила лише 1258,5 грн. Протягом 2008-2011рр. ПОСП «Вікторія» було прибутковим, а в 2012 р., оскільки більша частка вирощеної продукції рослинництва залишалась на складах нереалізованою підприємство прибутку не одержало.

Для удосконалення організації виробничих процесів, та підвищення економічної ефективності виробництва сільськогосподарської продукції ПОСП «Вікторія», а також посилення матеріальної зацікавленості працівників підприємства, на нашу думку, слід рекомендувати:

1) запровадити в систему тваринництва заходів щодо механізації, електрифікації та автоматизації виробництва; система обслуговуючих і підсобних виробництв;

2) зміцнення матеріально-технічної бази галузі (типові приміщення укомплектовані необхідним обладнанням);

3) використання сучасних інформаційних технологій дає можливість розв'язування задачі ретельного та своєчасного підбору кормових раціонів, які б задовольняли всім зоотехнічним вимогам і в той же час мали мінімальну вартість;

4) поліпшити породно-племінних характеристик тварин, основного поголів'я;

5) запровадити прогресивні систем матеріального стимулювання, які б забезпечили заінтересованість у підвищенні якості продукції.

Отже, підводячи підсумок, можна сказати, що ПОСП «Вікторія» в процесі функціонування для удосконалення організації виробництва сільськогосподарської продукції повинно здійснювати ряд змін. Виконання даних змін є складним процесом, але дані впровадження позитивно проявляться в майбутньому на економічній ефективності господарювання, та забезпечать високий рівень прибутку.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В.С. СУХОВ, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент КЕПКО В.М.

Головною рушійною силою інтенсифікації сільського господарства в умовах ринкових відносин є кардинальне прискорення науково-технічного прогресу, яке передбачає технічне переобладнання сучасного виробництва, впровадження принципово нової технології, поліпшення якості продукції. однак з метою досягнення високої ефективності процесу виробництва для успішної діяльності підприємства в ринкових умовах недостатньо мати лише сучасні засоби і предмети праці, необхідна певна система

зв'язків, які поєднують особисті й матеріальні фактори його діяльності, тобто якісне, правильно організоване, кваліфіковане управління підприємством.

Сучасні методи управління сільськогосподарським підприємством зосереджені головним чином на розв'язанні коротко – і довгострокових питань щодо ефективної організації виробництва та реалізації продукції. При цьому доцільним вважається дотримання певної системи, сукупності прийомів з аналізу і використання економічної інформації у господарській діяльності підприємства, оцінки її економічних показників у взаємозв'язку дослідження процесів виробництва та реалізації продукції як одне ціле. Однак у відомих працях вітчизняних вчених В.О.Василенка, В.М.Онегіної, С.П.Отенко, Л.О.Лігоненко, З.С.Шершньової й іноземних – І.Ансоффа, М.Х.Мескона, А.Стрікланда, А.Томсона та інших, присвячених удосконаленню управління підприємством шляхом запровадження певної системи оцінки й регулювання його економічних показників господарської діяльності спостерігається відсутність взаємопов'язаних структурних елементів, що характеризують систему забезпечення управління підприємством.

Актуальність проблеми дослідження викликана необхідністю безперервного вдосконалення управління сільськогосподарським виробництвом, що, в свою чергу, зумовлено динамічним розвитком економіки сільського господарства, зростанням обсягу виробництва, розвитком міжгосподарських і внутрішньогосподарських зв'язків кооперації, агропромислової інтеграції.

Об'єктом наших досліджень було обрано СТОВ «Промінь» Калинівського району Вінницької області.

Мета статті – виявити особливості управлінської діяльності в СТОВ «Промінь» й обґрунтувати основні напрямки по його удосконаленню при виробництві сільськогосподарської продукції.

Функція управління виробництвом пов'язана із забезпеченням складного комплексу організаційних, економічних, соціальних проблем. Без цього неможливо забезпечити нормальне функціонування виробництва.

Управління виробництвом в господарстві повинне ґрунтуватися на глибокому і всебічному аналізі стану виробництва, його ефективності, оцінці тенденцій і темпів росту, які склалися за останні роки, повнішому виявленню і використанні наявних внутрішніх резервів, дальшому розвитку спеціалізації та концентрації виробництва.

СТОВ «Промінь» має м'ясо-молочний з розвиненим зерно-технічним напрям спеціалізації. В структурі товарної продукції на м'ясо ВРХ припадає 42,5%, молоко – 12,3%, зерно – 25,4%, технічні – 18,5%.

Про ефективність управління виробництвом свідчать дані таблиці 1.

Аналізуючи дані таблиці слід відзначити, що СТОВ «Промінь» – високоефективне підприємство в якому здійснює свою діяльність 217 працюючих, що в розрахунку на 100 га ріллі становить 6 осіб. Виробництво валової продукції в 2012 р. зросло, завдячуючи високим показникам галузей рослинництва і тваринництва. Однак, залишається низькою продуктивність свиней, значно кращих результатів можна отримати в підприємстві на відгодівлі ВРХ і виробництві молока. В 2012 р. у товаристві було досягнуто найбільшого прибутку за останні 3 роки – 9751 тис. грн., що в розрахунку на 100 га с.-г. угідь становило 259 тис. грн.. Такий розмір прибутку забезпечив рівень рентабельності по товариству в цілому 28,9%.

Одним з елементів системи ефективного управління на підприємстві є якість розробки та прийняття управлінських рішень щодо забезпечення рентабельності й ефективності використання власного капіталу. Частка сучасних керівників навіть не розуміють, що наука управління – менеджмент – одна з найскладніших, що існують закони управління – економічні, соціальні, психологічні, правові й філософські. Отже, прийняття управлінських рішень є складним процесом, який вимагає теоретичної підготовки, практичного досвіду та психологічної готовності керівника.

1. Основні економічні показники виробничо-господарської діяльності СТОВ «Промінь» Калинівського району

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. в% до 2010 р.
Площа с.-г. угідь, га	3911,0	3807,3	3770,9	96,4
Площа рілля, га	3711,5	3807,3	3770,9	102,0
Середньооблікова чисельність штатних працівників, чол.	258	250	217	84,1
Урожайність, ц/га:				
- зернових	46,5	57,6	58,7	126,2
- цукрових буряків	467,0	400,5	643,5	138,0
Продуктивність тварин:				
надій на фуражну корову, кг	5210	5756	5360	103,0
середньодобовий приріст ВРХ, г	608	593	604	99,3
середньодобовий приріст свиней, г	280	379	253	90,4
Вартість валової продукції в постійних цінах 2010 р., тис. грн.	22348,0	27158,4	33690,5	151,0
на 100 га с.-г. угідь	541,4	437,7	893,6	165,1
на 1 працюючого	86,6	108,6	155,3	179,3
Середньомісячна оплата праці 1 працюючого, грн.	1987,0	2342,7	2699,2	136,0
Чистий прибуток, тис. грн.	6178,3	7862,0	9751,0	158,0
- рослинництва	1328,9	1900,1	2357,0	177,0
- тваринництва	4849,0	5961,9	7394,0	152,5
Рівень рентабельності, %	18,5	27,5	28,9	+10,4 п.т.
рослинництва	13,6	18,9	87,7	+74,1 п.т.
тваринництва	24,8	36,5	11,1	-13,7 п.т.

Під час проведення дослідження нами було виявлено, що вдосконалення управління повинно мати комплексний аналіз і забезпечувати системний підхід до розроблюваних й впроваджуваних заходів.

Вдосконалення управління в СТОВ «Промінь» повинно здійснюватись за такими напрямками:

- 1) вдосконалення структури управління виробництвом;
- 2) вдосконалення управління виробничими ресурсами;
- 3) вдосконалення управління науково-технічним прогресом і якістю продукції;
- 4) поліпшення системи планування як основної ланки управління підприємством;
- 5) запровадження постійного дієвого контролю за витратами на всіх стадіях виробничого процесу.

При вдосконаленні структури управління товариством необхідно вірно становити чисельність зайнятих у сфері управління підприємством. Не останню роль тут відіграє якісний склад управлінських працівників, їх особисті і ділові якості, загальноосвітній і кваліфікаційний рівень.

За результатами проведеного дослідження проблем сучасного управління й напрямів його розвитку необхідне формування ефективної команди управлінців, орієнтація управління залежно від ефективності результатів функціонування усієї системи, відведення пріоритетного місця людини в системі управління.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПП «УХОЖАНИ» БАЛТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Т.С. ТАЛБОВА, студ. V курсу

Науковий керівник: доцент КЕПКО В.М.

В умовах формування в суспільстві системи ринкових відносин, що супроводжується на початковій стадії цього процесу зниженням ефективності матеріального виробництва, особливої актуальності набуває проблема докорінної зміни механізму управління економікою підприємства. Одним з шляхів вирішення цієї проблеми має стати посилення впливу внутрівиробничих економічних важелів на кінцеві результати роботи підприємства.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та прикладних аспектів проблеми управління виробництвом на підприємствах зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Вальтер Ратинау, Н.Чумаченко, А.Аміша, В.Черняк, П.Сук, В.Сопко, М. Альберт, П.І. Белінський, І.О. Бланк, Й.С. Завадський, А.М. Колот, І.І. Кравчук, М.Х. Мескон, Дж. Г. Сигел, О.М. Скібіцький та інші. Однак дана проблема і надалі залишається доволі актуальною, тому у цій сфері є значні можливості і резерви удосконалення управлінської діяльності.

Аналіз досліджень і публікацій показав, що уявлення про підприємство і управління ґрунтуються на численній кількості теорій і підходів, більша частина яких виникла ще на початку ХХ ст. З одного боку, це були роботи, що їх орієнтовано на основні функціональні аспекти підприємства і розробку питань про організацію праці, використання людських ресурсів, прийняття управлінських рішень, стратегічне управління, виробництво, збут, маркетинг, управління фінансами. З іншого боку, потрібно виділити роботи, в яких розглянуто підприємство як єдине ціле і з цих позицій розроблено загальні рекомендації щодо системи управління ним.

Основна мета наукової статті – це аналіз сучасного стану управління виробництвом сільськогосподарської продукції в ПП «Ухожани» та обґрунтування основних напрямків його вдосконалення.

Приватне підприємство «Ухожани» знаходиться у північній частині Одеської області в с. Ухожани, Балтського району. Приватне сільськогосподарське підприємство «Ухожани» перед собою ставить завдання економічно-вигідного вирощування сільськогосподарських культур, а також виробництво якісної продукції тваринництва.

ПП «Ухожани» має зерново-свинарський виробничий напрям, оскільки на виробництво зерна припадає 50,22%, а м'яса свиней – 29,75%.

Свою трудову діяльність в ПП «Ухожани» здійснюють 47 працівників в тому числі в рослинництві 43 працівники і в тваринництві 3 працівників.

Аналіз основних показників економічної ефективності виробничої діяльності підприємства можна охарактеризувати за допомогою таблиці 1.

Аналізуючи основні показники економічної ефективності виробничої діяльності підприємства можна зробити висновок, що за досліджуваний період ПП «Ухожани» є прибутковим підприємством. Протягом 2010-2012 рр. чистий прибуток на 100 га сільськогосподарських угідь збільшився на 101,8 тис. грн., на 1 середньорічного працюючого на 32,51 тис. грн., на 100 грн. основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення на 15,42 грн.. Рівень рентабельності в 2012 р. становить 44,1%. Виробнича діяльність підприємства є економічно ефективною, так як норма прибутку у 2012 р. становила 31,78%.

1. Основні показники економічної ефективності виробничої діяльності ПП "Ухожани" Балтського району Одеської області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Дані 2012 р. у% до 2010 р.
Вартість валової продукції у розрахунку на:				
100 га с.-г. угідь, тис. грн.	121,35	178,11	178,67	147,24
1 середньорічного працюючого, тис. грн.	46,44	60,66	61,9	133,29
100 грн. основних виробничих фондів с.-г. призначення, грн.	76,92	116,21	64,1	83,33
Чистий прибуток у розрахунку на:				
100 га с.-г. угідь, тис. грн.	76,80	184,73	178,6	232,55
1 середньорічного працюючого, грн.	29,39	62,91	61,9	210,62
100 грн. основних виробничих фондів с.-г. призначення, грн.	48,68	120,53	64,1	131,68
Норма прибутку, %	25,40	42,26	31,78	125,12
Рівень рентабельності, %	58,14	121,56	44,1	75,85

Структура управління виробництвом у ПП «Ухожани» є лінійно-функціональною. Дана структура характеризується поєднанням лінійного підпорядкування всіх питань, пов'язаних з управлінням господарством з функціональним управлінням. Лінійно-функціональна структура управління забезпечує поєднання переваг лінійної та функціональної засад і сприяє створенню структури, в якій одні органи приймають рішення і владно проводять їх у життя, а інші забезпечують їх інформацією.

У ПП «Ухожани» при управлінні виробництвом застосовуються різноманітні економічні методи, а саме: планування, економічне стимулювання виробництва, фінансування та кредитування, ціноутворення, господарський розрахунок, організація праці та управління.

Аналіз ефективності управління виробництвом ПП «Ухожани» свідчить, що питома вага витрат на управління в собівартості валової продукції у 2012 році становить 3,6%, витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції – 3,1%, витрат на оплату праці управлінського персоналу в загальному фонді оплати праці – 15,3%, на одного працівника апарату управління припадає 6 працюючих.

Водночас у ПП «Ухожани» є ще багато недоліків, які необхідно мінімізувати за допомогою вдосконалення управління виробництвом. Основними напрямками вдосконалення управління виробництвом на підприємстві можуть бути: удосконалення організаційної структури та структури управління підприємством; запровадження нових економічних методів управління виробництвом, які б базувалися на комп'ютерних технологіях; удосконалення мотивації праці на підприємстві; удосконалення системи планування, шляхом застосування ЕОМ при економічному аналізі, обліку, збору інформації, обробки даних.

Отже, впровадження всіх вище запропонованих заходів призведе до підвищення ефективності діяльності ПП «Ухожани» та максимізації можливого прибутку.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА СТОВ «АФ «КОПЕНКУВАТЕ» ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Ю.А. ТАЛІМОНЧИК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент КЛИМЕНКО Л.В.**

Протягом останніх років економіка аграрного сектору України характеризується постійним спадом ділової активності товаровиробників, поглибленням економічних диспропорцій, посиленням фінансової і платіжної кризи. Одна з головних причин такого стану полягає в тому, що в аграрній політиці України система господарювання, яка заснована на соціально зорієнтованих ринкових відносинах, ініціативній, творчій діяльності підприємницьких структур ще недостатньо розвинена. Одним із шляхів її вирішення є обрання сільськогосподарськими підприємствами нового для сільського господарства стратегічного напрямку розвитку – диверсифікації виробництва. Даний напрямок не потребує значних капіталовкладень ззовні, зокрема – державних, але гарантує отримання власних економічно вигідних результатів як для приватного сектору економіки, так і для суспільства в особі держави. Більш того, диверсифікація аграрного виробництва щільно пов'язана з проблемами забезпечення населення робочими місцями, ефективного використання фінансових ресурсів, охорони навколишнього середовища, що значною мірою залишається предметом теоретичних і методологічних досліджень у галузі суспільного виробництва.

У вітчизняній економічній літературі розвиток підприємництва в аграрній сфері економіки на основі диверсифікації досліджується в різних аспектах, що знайшло відображення в наукових працях В.Г. Дудінова, М.Й.Маліка, Т.В. Пестрякової, П.Т. Саблука, О.М. Оніщенка, А.Б. Чудакова, А.В. Чупіса, В.В. Юрчишина. Питання диверсифікації виробництва, особливо у сфері зовнішньоекономічної діяльності, і досі не знайшло достатнього висвітлення у вітчизняній економічній літературі. Тому розробка принципів та методологічних основ диверсифікації сучасного сільськогосподарського виробництва в Україні набуває актуальності як для економічної науки, так і для практики господарювання.

Об'єктом дослідження обрано СТОВ «Агрофірма «Копенкувате» Новоархангельського району Кіровоградської області, яке спеціалізується на вирощуванні та реалізації пшениці, сої, ячменю. Основу виробничого потенціалу у 2012 р. займала озима пшениця (34,1%), кукурудза на зерно (23, 2%) та соняшник (14,2%).

Для забезпечення можливості залишатися на внутрішньому та зовнішньому ринку збуту СТОВ «АФ «Копенкувате» повинно обрати стратегію диверсифікації, проведення якої полягає у випуску якісно нових товарів, пошуку нових споживачів, перспективних каналів збуту та торгівлі, активних методів просування товарів.

Диверсифікація виробництва в сільському господарстві на відміну від інших галузей економіки має свої особливості, які обумовлені особливостями агропромислового виробництва. Ці особливості призводять до того, що вплив виробника на результати виробництва у сільському господарстві (особливо у землеробстві) є обмеженим, що обумовлює нездатність саморегуляції ринкового механізму у сільському господарстві, досягнення стабільного рівня цін і доходів, підтримання стабільної раціональної структури виробництва. Диверсифікацію аграрного виробництва можна розглядати як процес переорієнтації або ведення різнобічної діяльності сільськогосподарських підприємств.

В сільськогосподарських підприємствах диверсифікація може бути двох видів:

диверсифікація виробництва і диверсифікація номенклатури та асортименту продукції. Під першою розуміють організацію багатогалузевого господарства або отримання доходів з декількох джерел. Під диверсифікацією номенклатури та асортименту продукції – розширення асортименту товарів, що виробляються в господарстві.

Диверсифікація виробництва у СТОВ «АФ «Копенкувате» може проводитися в наступних формах: вертикальна – використання різних засобів збуту, надання різних послуг (сервісне обслуговування, ремонт); горизонтальна – одночасний випуск різних видів продукції та її оновлення з орієнтацією на різні категорії споживачів. Крім того, слід зазначити, що межі диверсифікації змінні: чим більше напрямків діяльності у господарстві, тим вище рівень диверсифікації. Процес диверсифікації можна пов'язати як з коригуванням основної діяльності (відносна (вузькоспекторна) диверсифікація), так і з суттєвою переорієнтацією його стратегії розвитку (безвідносна (широкоспекторна) диверсифікація).

Стратегія диверсифікації у СТОВ «АФ «Копенкувате» передбачає розробку нових видів продукції одночасно з освоєнням нових ринків. При цьому товари можуть бути новими для всіх підприємств, працюючих на цільовому ринку, або тільки для даного підприємства. Така стратегія забезпечує прибуток, стабільність і стійкість підприємства у віддаленому майбутньому. Вона є найбільш ризикованою та потребує значних витрат. Займатися диверсифікацією підприємства змушує ряд причин, серед яких одними з головних є прагнення зменшити або розподілити ризик, а також прагнення піти з ринків, що стагнують та отримати фінансові вигоди від роботи в нових областях. Останні два чинники – стагнующий ринок і прагнення освоїти нові області діяльності – є головними причинами диверсифікації у СТОВ «АФ «Копенкувате».

Основними факторами, що негативно впливають на розвиток диверсифікації виробництва в сільському господарстві, є диспаритет цін на промислову і аграрну продукцію, незабезпеченість засобами виробництва по основній діяльності, невирішеність фінансово-кредитного забезпечення, нерозвиненість одержаної в спадок виробничої та соціальної інфраструктури, необізнаність з механізмами диверсифікації, стереотипність мислення багатьох спеціалістів в тому, що диверсифікація призводить до деспеціалізації, знижує ефективність інвестицій, веде до розпилення ресурсів, виробництва не завжди доброякісної продукції, насаджує неконкурентоспроможне і неефективне виробництво.

З метою підвищення ефективності виробництва керівництву СТОВ «АФ «Копенкувате» слід звернути увагу на наступні стратегії диверсифікації:

а) стратегія концентрованої диверсифікації яка базується на пошуку і використанні додаткових можливостей виробництва нових продуктів, що укладені в існуючому бізнесі; тобто існуюче виробництво залишається в центрі бізнесу, а нове виникає виходячи з тих можливостей, що укладені в освоєному ринку, використаній технології або ж інших сильних сторонах функціонування фірми;

б) стратегія горизонтальної диверсифікації припускає пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, відмінної від використаної; за даної стратегії фірма повинна орієнтуватися на виробництво таких технологічно не зв'язаних продуктах, які б використовували вже наявні можливості фірми; тому що новий продукт має бути орієнтований на споживача основного продукту, по своїх якостях він має бути супутнім продуктам, що вже виробляються;

в) стратегія конгломеративної диверсифікації полягає в тому, що фірма розширюється за рахунок виробництва технологічно не пов'язаних товарів, що реалізуються на нових ринках; це одна з найскладніших для реалізації стратегій розвитку; дуже часто ця стратегія реалізується шляхом придбання підприємств, а не створенням нових підприємств для роботи на незнайомому ринку.

Ефективність стратегії диверсифікації у СТОВ «АФ «Копенкувате» визначатиметься не тільки співвідношенням прибутку та витрат, але й тим, наскільки ця стратегія відповідає потребам стійкого, збалансованого розвитку підприємства в усіх сферах господарювання та функціонування; рівнем використання ринкових можливостей; прийнятністю рівня ризику, пов'язаного з реалізацією стратегії (щодо ключових ресурсів: персоналу, менеджменту, фінансових, матеріальних); відповідністю реальним ресурсним можливостям; результативністю, а також і потребами споживачів та застосуванням технологій.

Отже, формування стратегії диверсифікації СТОВ «АФ «Копенкувате», поряд з вирішенням внутрішньогосподарських проблем шляхом активного використання зовнішньоекономічної діяльності може бути досягнуто за рахунок: формування і реалізації державної регіональної програми підтримки технічного і наукомісткого експорту; прискорення розвитку системи страхування зовнішньоторговельних операцій; організації державної підтримки в просуванні зразків нової продукції на зовнішні ринки, зокрема, через надання допомоги в дослідженні ринків збуту; створення сприятливих умов для впровадження закордонних технологій; цілеспрямоване формування експортно-орієнтованих галузей АПК, здатних забезпечити експорт готової продукції.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ТОВ «АГРОФІРМА «ДЖУЛИНКА» БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**А.Г. ТРАЧУК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., викладач МАЛЮГА Л.М.**

Важливим завданням управління підприємством на сучасному етапі розвитку економіки України є вдосконалення та підвищення ефективності управлінської діяльності.

У аграрному середовищі проблеми організації і функціонування управлінської діяльності недооцінюються з точки зору їх важливості і можливості досягнення очікуваних результатів. Сучасні агровиробники вважають, що мають актуальні фінансові, технічні та інші виробничо-господарські проблеми, а питання удосконалення управлінських аспектів не є актуальними. Це і стає першочерговою причиною виникнення проблем функціонування сільськогосподарських підприємств, тому що організація усієї діяльності підприємства залежить від раціональності прийнятих управлінських рішень. Розпочинаючи змінами в орієнтаціях управлінських функцій, можна переформатувати всю виробничо-господарську діяльність сільськогосподарських підприємств.

Проблемам удосконалення управлінської діяльності на підприємствах присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Т. Ламберта, К. Клока, Г. Джоунса, Б. Будзана, В.Беха, Ф.Русинова, Л. Нікуліна, Г. Одінцова, В. Гриньова, В. Черкасова та ін.

Водночас у реалізації процесу управління на сільськогосподарських підприємствах залишається багато проблем організаційно-економічного характеру.

Управлінська діяльність – це усвідомлена цілеспрямована діяльність людини, щодо реалізації функцій управління на підставі науково обґрунтованих принципів за допомогою практично підтверджених методів управління для отримання певного результату. Так, на думку професора Й.С. Завадського, ефективність аграрного сектора економіки лише на третину зумовлюється вкладеннями в техніку й устаткування, а усе

інше залежить від людського чинника, інтелектуального потенціалу, кваліфікаційного рівня, здібностей керівників і спеціалістів.

Метою нашого дослідження є розгляд теоретичних аспектів управлінської діяльності та розробка основних напрямів підвищення ефективності діяльності працівників системи управління підприємством.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Агрофірма «Джулинка» Бершадського району Вінницької області. Господарство створено у відповідності до Закону України «Про господарські товариства» та за рішенням засновника від 22.11.2005р. Воно є правонаступником КСП «Агрофірма «Джулинка» і діє на основі статуту, затвердженого установчими зборами засновників 26 травня 2006 р. та чинного законодавства України.

Територія господарства розташована в північно-західній частині Бершадщини і об'єднує два населених пункти – с. Джулинка та с. Берізки -Бершадські. Центральна садиба – с. Джулинка знаходиться в 25 км від районного центру м. Бершадь та у 180 км від обласного центру м. Вінниця.

ТОВ «Агрофірма «Джулинка» має зерново-технічний виробничий напрям із розвиненим молочно – м'ясним скотарством і спеціалізується на вирощуванні таких основних сільськогосподарських культур: озимої пшениці, кукурудзи на зерно, ячменю, соняшника та ріпаку, а також на виробництві молока та м'яса ВРХ.

Площа сільськогосподарських угідь господарства у 2012 р. складала – 3611 га, ріллі – 3604 га, що на 242 га та на 6 га відповідно менше у порівнянні з 2010 р.

Середньооблікова чисельність працівників складає 142 особи, в тому числі у рослинництві – 114 чол., у тваринництві – 28 чол. В господарстві нараховується 27 чоловік адміністративно – управлінського персоналу.

Аналіз показників економічної ефективності свідчить про те що, ТОВ «Агрофірма «Джулинка» успішно працює в сучасних ринкових умовах. Так, кількість валової продукції у порівняльних цінах 2005 р. на одного середньорічного працівника у 2012 р. складала 4628,5 тис. грн., що на 355,1 тис. грн. більше ніж у 2010 р. Також відмічено зростання на 17,3 тис. грн. порівняно з 2010р. валової продукції на 100 га сільськогосподарських угідь.

У 2012 р. ТОВ « Агрофірма «Джулинка» отримало виручку від реалізації продукції у розмірі 8513,7 тис. грн., що на 523,6 тис. грн., більше ніж у 2010 р. коли даний показник складав 7990,1 тис. грн. При цьому, виручка від реалізації продукції рослинництва у 2010 р. складала 6726,0 тис. грн., а продукції тваринництва – 1264,1 тис. грн. У 2012 р. ці показники збільшились до 7350,0 тис. грн. по рослинництву, але зменшилась до 1124,6 тис. грн. відповідно по тваринництву.

Вартість основних виробничих та оборотних фондів у 2012 р. зросла на 101,2 тис. грн. по виробничих та на 5054 тис. грн. по оборотних фондах, порівняно з 2010 р. і становить 3053,5 тис. грн. та 12536 тис. грн. Показники ефективності їх використання дають змогу зробити висновок, що у 2012 р. в порівнянні з 2010 р. відбулося зростання фондівіддачі, фондоозброєності та фондозабезпеченості відповідно з 1,44 до 1,52 тис. грн., з 16,4 до 21,5 тис. грн. та з 76,6 до 84,6 тис. грн. Показник фондівіддачі є найбільш узагальнюючим показником, що характеризує ефективність використання основних виробничих фондів, його збільшення вказує на підвищення ефективності їх використання, що є позитивним явищем в діяльності підприємства. Таку позитивну тенденцію підтверджує і зниження показника фондомісткості з 0,69 до 0,66 тис. грн. Це вказує на підвищення ефективності виробництва і використання основних виробничих засобів.

Собівартість товарної продукції у 2012 р. склала 8783,4 тис. грн., що на 519,2 тис. грн. більше ніж у 2010 р. Таке зростання витрат поряд із незначним збільшенням виручки призвело до зниження рівня чистого прибутку в розрахунку на 100 га

сільськогосподарських угідь. Так, у звітному 2012 р. він складає 0,86 тис. грн., що на 7,47 тис. грн. або ж на 90% менше ніж у 2010р.

Зменшення прибутку призвело до загального погіршення економічного стану ТОВ «Агрофірма «Джулінка». Так рівень рентабельності у 2012 р. становив 10,8%, що на 3,4 в. п. менше ніж у 2010 р.

Управлінська діяльність на підприємстві, ставить високі вимоги щодо професіоналізму управлінського персоналу, від якого залежить ефективність процесу управління, а отже й ефективність діяльності всього підприємства. Оцінка управлінського персоналу – це невід'ємна та одна з найважливіших частин в структурі управління роботою управлінського персоналу.

Проаналізувавши показники економічності апарату управління за методикою Піскуненка, слід відмітити, що питома вага витрат на управління в собівартості валової продукції у 2012 р. складає 2%, тобто спостерігається зменшення рівня затрат на 0,7% порівняно з 2010 р. Така ж тенденція відмічена і у показника питомої ваги витрат на оплату праці управлінського персоналу в собівартості валової продукції (зменшення на 0,2% порівняно з 2010 р).

Для вдосконалення своєї праці керівник повинен чітко визначити свої функції і повноваження, вміти продуктивно використовувати свій час і час підлеглих, шляхом делегування своїх повноважень.

Першочергово керівник повинен звернути увагу на психологічні особливості виконавця роботи, що дозволить вміло організувати працю і спрямувати її на досягнення високих результатів.

Також, рекомендовано враховувати соціально-психологічні та індивідуальні особливості виконавців, це дасть можливість сформувати і застосовувати оптимальний стиль роботи і управління трудовим колективом господарства.

До недоліків організації управлінської діяльності на підприємстві нами віднесено недостатню обґрунтованість критеріїв оцінки її результативності, які не повною мірою враховують інтереси учасників колективу.

Також важливими напрямками удосконалення організації управлінської діяльності у ТОВ «Агрофірма «Джулінка» є:

- розробка індивідуальних графіків планування робочого дня (тижня) допоможе керівнику, як найраціональніше використати свій час і час підлеглих для підвищення продуктивності праці;
- удосконалення регламентації управлінських функцій завдяки розробці посадових інструкцій, положень про підрозділи і виробничі процеси;
- раціональний розподіл функцій між керівником і спеціалістами.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДП «УМАНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

**А.С. ТРЖЕЦЯК, студ. VI курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент ТИМЧУК С.В.**

За роки незалежності Україна перетворилася з великого імпортера продукції деревини в її експортера. Значна різниця в ціні і відсутність експортних мит зробили експорт деревини дуже привабливим. У зв'язку з цим лісгоспи стали відігравати більш помітну роль у лісовій промисловості й торгівлі. У ДП «Уманське лісове господарство», як і в інших підприємствах галузі, менеджменту контрактної діяльності приділяється недостатня увага, тому потрібно дослідити практичні аспекти управління зовнішньоекономічними контрактами в досліджуваному лісгоспі.

Завданнями дослідження є аналіз стану управління контрактною діяльністю в ДП «Уманське лісове господарство», визначення специфіки укладання контракту при торгівлі лісопродукцією на зовнішніх ринках, а також розробка рекомендацій щодо удосконалення управління зовнішньоекономічними контрактами в уманському лісгоспі.

Проблемами теорії та практики використання контрактів й управління ними розглядалися у наукових працях таких відомих науковців як Ю.Б. Валєєв, І.М.Гайван,, Б.В. Корнейчук, В.В Луць, М.І Одинцова, А.Н. Олійник, О. Рижикова, М.М. Юдкевич та ін. Однак основними слід вважати нечисленні праці О.Е. Вільямсона, П. Мілгрона, Дж. Робертса, Дж. Язара, в яких сформовано фундаментальні принципи контрактної діяльності. Проте досі відсутні комплексні розробки, які б повністю розкрили практичні аспекти управління контрактами підприємств-учасників зовнішньоекономічної діяльності.

Лісова галузь Черкащини виробляє широкий асортимент якісної і конкурентоспроможної продукції: круглі лісоматеріали, фансировину, будівельний ліс, рудстійку для підприємств вугільної промисловості, залізничні шпали, столярні вироби, паркетні та меблеві заготовки, різноманітні товари народного споживання, а також технологічну сировину. Деревина та вироби з неї постачаються як на внутрішній, так і на зовнішній ринок. Більше половини лісопродукції у 2010 р. було експортовано до Туреччини.

За даними офіційного сайту Черкаського обласного управління лісового та мисливського господарства, у 2010 р. держлісгоспами області було експортовано 106 тис. кубометрів деревини на загальну суму 43807 тис. грн., що на 18764 тис. грн. перевищило обсяги експорту попереднього періоду.

З динаміки обсягів експорту видно, що у 2010 р. лісгоспами області на експорт реалізовано продукцію лісового господарства на 18764 тис. грн. більше, ніж у попередньому році. Спад обсягів експорту у 2009 р. пов'язаний з кризовими явищами в економіці, а в 2010 р., коли триває процес стабілізації економічної ситуації, обсяги експорту збільшились навіть відносно докризового періоду.

ДП «Уманське лісове господарство» є яскравим прикладом агропромислового підприємства в Черкаській області, що веде активну та ефективну зовнішньоекономічну діяльність. Реалізація необроблених лісоматеріалів від усіх видів рубок відбувається на щоквартальних біржових торгах, що позитивно впливає на встановлення реальної ціни на внутрішньому ринку та збільшення обсягів реалізації загалом. Лісопродукція, що не користується попитом переробляється у трьох цехах підприємства, де з них отримують заготовки для паркету, виробництва меблів, обрізну та необрізну дошку тощо.

Зовнішньоекономічна діяльність ДП «Уманське лісове господарство» здійснюється у формі експорту продукції. У динаміці обсягів реалізації лісопродукції на експорт у ДП «Уманське лісове господарство» спостерігається та ж тенденція, що і в динаміці по області, тобто у 2010 р. на експорт було реалізовано продукції на 8614 тис. грн., що на 929,5 тис. грн. перевищило реалізацію 2007 р.

Питома вага експорту у середньому за 2007-2010 рр. склала 40,2%, тому підприємство можна вважати експортоорієнтованим. Частка підприємства в експорті Черкаської області у 2010 р. становить 19,7%, що на 5,4% менше, порівняно з базовим періодом.

Підприємство експортує на зовнішній ринок лісопродукцію в обробленому та необробленому виді, зокрема: технологічні дрова, заготовки пилені ясена, фансировину для стругання дуба та ясена, пиловник різних порід паркетні заготовки. Лісове господарство на зовнішньому ринку співпрацює з такими країнами як: Польща, Данія, Латвія, Угорщина, Туреччина, Болгарія, Німеччина, Австрія, Румунія, Китай, Панама, Молдова.

У структурі експортних операцій ДП «Уманське лісове господарство» 85% займають дрова технологічні, які підприємство експортує в Туреччину і Болгарію. У 2010 р. підприємством було розширено географію зовнішньоекономічної діяльності, зокрема налагоджено партнерські зв'язки з Молдовою, Китаєм, Панамою. У товарній структурі експорту з'явилися нові види продукції – пиловник липа та фансировина для стругання ясен.

Експортні операції у ДП «Уманське лісове господарство» здійснюються на основі зовнішньоекономічних контрактів, які укладаються відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інших законів України з урахуванням міжнародних договорів України.

Дослідження показало, що у ДП «Уманське лісове господарство» досить низька ефективність укладання зовнішньоекономічних контрактів. Така ситуація пов'язана з низькою активністю у пошуку торговельних партнерів. Для залучення нових клієнтів, які можуть пропонувати гарну ціну, необхідно виконати щонайменше дві умови. Найперше, слід знати, де шукати таких клієнтів. Посольства й інші організації звичайно мають список імпортерів пиломатеріалів. Друга умова – дотримуватися домовленостей і надавати гарантії щодо строків поставки, обсягів, якості, розмірів, вологості, упакування, маркування. Недотримання вище зазначених умов неминуче призведе до втрати репутації підприємства, і, як наслідок, втрати клієнта.

Є три альтернативи при продажі товарів. Перша альтернатива – це продаж безпосередньо клієнтові. У лісгоспа встановлюється прямий зв'язок із клієнтом і з'являється можливість обговорити всі умови подальших відносин.

Друга альтернатива – це використання торговельного агента. Їх комісійні, як правило, становлять від двох до п'яти відсотків від вартості по рахунку фактурі. Вони знають, де шукати клієнтів, можуть допомогти з організацією транспорту, перевіркою якості, платежами, вирішенням питань реклаमाції, наданням інформації щодо існуючих цін і т.д. Список агентів у різних країнах публікується в збірнику «Northern Wood Industries».

Третя альтернатива – це продаж торговому дому. Це означає, що лісгосп не знає ні кінцевого клієнта, ні ціни, по якій торговий дім продасть йому товар. Перевага полягає в тому, що всі турботи вони беруть на себе, але у випадку реклаमाції відповідальність несе підприємство.

Ці шляхи необхідно практикувати й розвивати у всіх підприємствах лісгосподарської галузі. На світовому ринку деревини й продукції деревообробки завжди є зміни, пов'язані, наприклад, зі зміною курсів валют або кризами в країнах покупців. Тому важливо не покладатися у своїх знаннях на небагатьох продавців, а тримати руку на пульсі всього ринку деревини, регулярно перевіряючи ціни й контактуючи з можливими майбутніми покупцями.

Повинна існувати процедура швидкого укладання контракту після узгодження специфікацій і цін. Контракт на декількох сторінках російською мовою перешкоджає пробній поставці. Українські нормативи припускають досить великі контракти. Лісгосп повинен бути здатним гарантувати більші й регулярні поставки, що робить його привабливим для покупця. Як правило, більші обсяги передбачаються для низькосортної деревини, такої як технічна сировина для плитного виробництва й баланси для целюлозно-паперової промисловості.

Отже, для активізації укладання зовнішньоекономічних контрактів, держлісгоспу варто витратити більше часу на пошуки гідних партнерів для довготривалої ефективної співпраці, налагодити швидкий оперативний зв'язок потенційних покупців з представниками підприємства. Потенційні клієнти повинні мати швидкий доступ до контактної інформації ДП «Уманське лісове господарство» на сайтах, в газетах.

Покупець протягом робочого часу повинен мати можливість зв'язатися з уповноваженим торговельним фахівцем і отримати відповідну інформацію.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – №29.
2. Наказ міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України «Про затвердження положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів)» 01 від 06.09.2001 № 201.
3. Волченко Н. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: теоретичний аспект / Н. В. Волченко // Вісник СНАУ – 2010. – №5/2. – с.49-54.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ – ВАЖЛИВИЙ РЕЗЕРВ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

Б.К. ФЕДУН, студ. V курсу

Науковий керівник: професор БУРИК А.Ф.

В умовах трансформації економіки, менеджмент як виробничий ресурс аграрних підприємств набуває особливого значення. При цьому принципово змінюється управління аграрним підприємством. Поряд з трьома іншими виробничими ресурсами – землею, працею і капіталом – менеджмент стає ключовим елементом економічної системи підприємства. Понад те, наявні проблеми в менеджменті перетворюють цей елемент на обмежувальний чинник системи, тобто такий, що стримує її розвиток. Тому маючи навіть новітні технології виробництва продукції, достатній або високий рівень матеріально-технічного і фінансового забезпечення, підприємство без належного менеджменту приречене на понесення економічних втрат через низьку ефективність організації та управління господарської діяльністю.

Управління у широкому розумінні становить цілеспрямовану координацію суспільного процесу відтворення, який включає управління людьми, матеріалами, фінансами. За таких обставин сучасна концепція управління – це концепція яка передбачає, що науково обґрунтоване, виважене управлінське рішення має враховувати множину аспектів, які впливають на його якість, а отже, прийматися на основі детального аналізу, що використовує всі методи його оптимізації.

Дослідженнями проблем сучасного менеджменту займається значна кількість вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких можна виділити праці Є.О.Кузьміна, Н.В.Туманової, В.Д.Немцова, В.А.Білошапка, Л.Х.Доленка, В.С.Пономаренка, А.П.Наливайка, В.Г.Герасимчука, З.Є.Шершньової, І.Ансофора, Г.Гемела, К.В.Гофера, М.Г.Портера, А.Стрікланда, А.А.Томсона та інших.

Однак аналіз тенденцій розвитку управління виробництвом на підприємствах України переконує в тому, що у цій сфері значні можливості і резерви удосконалення управління діяльності.

У сучасних умовах важливо розробити систему заходів, спрямованих на вихід з кризи й ефективне функціонування сільськогосподарських підприємств. Тому виникає необхідність проведення досліджень, які б дали можливість виявити резерви удосконалення управління виробництвом продукції.

Мета статті – дослідження і аналіз управління виробництвом сільськогосподарської продукції та розробка заходів по його удосконаленню.

Об'єктом дослідження було обрано ПСП «Конельські хутори» Жашківського району Черкаської області.

Виробничий напрям спеціалізації підприємства – зерно-технічний з розвиненим молочно-м'ясним скотарством.

У структурі управління ПСП «Конельські хутори» розрізняються лінійні та функціональні зв'язки. Аналізуючи якісний та кількісний склад персоналу та розподілення повноважень і відповідальності на підприємстві можна визначити, що тут функціонує дворівнева лінійно-функціональна організаційна структура, де покладено принцип розподілення повноважень і відповідальність за функціями та прийняття рішень по вертикалі.

Виробнича діяльність підприємства в останні роки була не завжди прибутковою. Зокрема в 2008, 2011 і 2012 роках збиток становив 426, 122 і 196 тис. грн. Решта років характеризується прибутковою діяльністю, яка за своїми обсягами покриває понесені збитки (табл. 1).

Ефективність виробничої діяльності підприємства проаналізуємо за допомогою таких показників як урожайність і продуктивність. Зокрема відмітимо, що найкращий урожай зернових культур підприємство отримало у 2011 р. – 53,1 ц/га, зокрема кукурудзи на зерно – 124,7 ц/га, ярого ячменю – 42 ц/га, гороху – 26,5 ц/га, соняшника – 26,8 ц/га. Однак у попередні роки ці показники були меншими.

Характеризуючи продуктивність тваринницької продукції за останні п'ять років можемо спостерігати досить невисоку продуктивність худоби. Надій на фуражну корову в 2012 р. становив 3390 кг, середньодобовий приріст ВРХ – 560 г. Дана тенденція є результатом не завжди правильно обраної стратегії управління у виробничій діяльності ПСП «Конельські хутори», недотримання технологій, зокрема в рослинництві це: недостатній обсяг внесення добрив при посіві та основних фазах вегетації, несвоєчасний посів та збирання деяких культур, економія на внесенні гербіцидів; у тваринництві перша за все це не оптимальна кількість утримуваної худоби, низька її продуктивність через неефективні кормові раціони та недосконалі технологій утримання.

Ефективність роботи підприємства, особливо у даний час, залежить в першу чергу, від результатів дій керівника, його апарату управління. Саме керівник (при повній самостійності підприємства) відповідальний за якість прийняття рішень і їхню реалізацію через існуючу систему управління. Досвід багатьох сільськогосподарських підприємств підтверджує, що там, де керівники і спеціалісти постійно займаються вдосконаленням виробництва, трудові колективи під їх керівництвом забезпечують постійний ріст виробництва продукції, продуктивності праці, економії коштів та підвищення рентабельності галузей.

При аналізі системи управління у ПСП «Конельські хутори» було виявлено такі недоліки в принципах і методах керування:

1. Відсутність ефективної системи мотивації праці.
2. Недостатнє володіння економічними методами управління.
3. Діяльність структурних підрозділів і виконавців орієнтована на використання функцій, а не на досягнення спільної мети.
4. Висока плинність кадрів не дає змогу достатньо вивчити виробництво.
5. Відсутність стабільної системи планування на підприємстві.

Отже внаслідок виявлених та вищеперерахованих недоліків вважаємо за потрібне внести деякі пропозиції щодо подальшої їх ліквідації та удосконалення безпосередньо самої технології виробництва. Для цього ми запропонуємо свою систему успішного виходу ПСП «Конельські хутори» на новий, стабільний рівень високорентабельної діяльності. В основі лежить аналіз поточної діяльності підприємства та складання перспективного плану його функціонування на 2015 рік.

1. Основні показники виробничо-господарської діяльності ПСП «Конельські хутори» Жашківського району

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. в% до 2008 р.
Площа с.-г. угідь, га	1612,8	1612,8	1612,8	1612,8	1612,8	100
Площа ріллі, га	1515,7	1515,7	1515,7	1515,7	1515,7	100
Середньорічна кількість працюючих, чол.	131	131	110	97	90	68,7
в рослинництві	68	68	48	47	45	66,2
в тваринництві	63	63	62	50	45	71,4
Вартість валової продукції в порівняльних цінах 2005 р., тис. грн.:	5280	5741	6833	7680	7990	151,3
- на 100 га с.-г. угідь	328	356	424	458	496	151,2
- на 1 працюючого	40,3	43,8	62,1	76,1	88,8	221
Урожайність, ц/га:						
зернових	47,9	43,2	36,0	53,1	52,9	110,4
соняшника	22,9	33,1	29,6	26,8	26,4	115,0
Продуктивність тварин:						
- надій на фуражну корову, кг	3655	3553	3080	3160	3390	92,8
- середньодобовий приріст ВРХ, г	478	490	515	551	560	117
- середньодобовий приріст свиней, г	174	105	111	97	120	69
Матеріально-грошові витрати на 100 грн. валової продукції, грн.	105	107	132	232	254	242
Прибуток, тис. грн.	-426	116	512	-122	-196	-
в рослинництві	-786	261	770	110	175	-
в тваринництві	525	-61	77	-111	-120	-
Рівень рентабельності, %	-	8,4	6,9	-1,6	-3,1	-

Для удосконалення управління виробництвом на підприємстві необхідно:

1. Впровадження системи підвищення ділової кваліфікації управлінських кадрів.
2. Розробка і запровадження якісної системи морального і матеріального заохочення працівників технічного і управлінського персоналу.
3. Впровадження наукової організації праці управлінських працівників.
4. Механізація і автоматизація управлінської праці.
5. Проведення семінарів і виховних заходів для працівників включаючи керівників підрозділів для підвищення згуртованості та соціально-психологічної атмосфери між працівниками та управлінським апаратом.

Внаслідок удосконалення управління виробництвом сільськогосподарської продукції, впровадження технологій, що заощаджують ресурси, уже в 2015 р. вартість валової продукції зросте на 60%, товарної – на 73%, чистий прибуток – на 96% і рівень рентабельності – на 75 пунктів без зміни земельних ресурсів підприємства.

Таким чином, лише при вирішенні існуючих проблем в ПСП «Конельські хутори» та запровадженні нових технологій у організації виробництва та праці керівного апарату можна розраховувати на високоефективне ведення виробництва.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ ПОСП «УМАНСЬКИЙ ТЕПЛИЧНИЙ КОМБІНАТ»

**В. ХАЗОВА, студ. факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н. ТИМЧУК С.В.**

В умовах інтеграції української економіки питання збільшення зовнішньоторговельного потенціалу тепличних підприємств відіграють важливу роль як для успіху окремого підприємства, так і для функціонування економічного сектора загалом. Мотивація персоналу являється одним із найважливіших факторів збільшення зовнішньоторговельного потенціалу. Із виходом на зовнішній ринок підприємство розширює коло партнерів, постачальників та клієнтів, і саме персонал тепличних підприємств відіграє важливу роль у виробництві кінцевої продукції, від якості якої залежать зовнішньоекономічні відносини.

Сучасна наука вже винайшла, в чому може полягати привабливість підприємства для реальних та потенційних контрагентів – це мотивація своїх співробітників як процес спонукання в їх роботі для досягнення особистих цілей персоналу і цілей організації. Саме кадровий потенціал стає в сучасних умовах основним фактором встановлення реальної ціни, іміджу, якості продукції підприємства, що стає особливо важливим в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасному менеджменті дедалі більше приділяється уваги питанню мотивації, зокрема такі вітчизняні вчені, як Алексєєва Н.Ф., Дмитренко Г., Єськов О., Житник Т.П., Куликов Г., Семікіна М., Тарнавська Н., Хаєт Г., Фоницька Т., Шлапак О. зробили значний внесок у вивчення проблеми мотивації праці. Проте недостатньо дослідженими є особливості мотивації персоналу у підприємствах від відповідно до специфіки їх виробництва.

ПОСП «Уманський тепличний комбінат» вже понад 20 років здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Підприємство здійснює такі види зовнішньоторговельної діяльності, як експорт томатів та імпорту обладнання і устаткування для теплиць, і підприємство співпрацює із закордонними фірмами, що обслуговують програмні комплекси, надають спеціалістів для проведення інженерних робіт на Уманському тепличному комбінаті.

ПОСП «Уманський тепличний комбінат» активно займається імпортом обладнання, систематично експортує продукцію до Росії та Фінляндії, збільшує урожайність та валові обсяги виробництва. ПОСП «Уманський тепличний комбінат» достатньо конкурентоспроможне підприємство не лише на вітчизняному ринку а і на зовнішньому ринку.

Експортні операції займають незначну питому вагу у зовнішньоекономічній діяльності тепличного комбінату. Іноземним партнером є Росія, із 2008 р. експорт продукції до таких країн як Білорусь, Латвія, Литва припинився.

В умовах ринкової економіки основними принципами господарювання ПОСП «Уманський тепличний комбінат» стає самоокупність, самофінансування, прибутковість. Діяльність підприємства розраховується на майбутнє з урахуванням принципів ринкової економіки та впливу різних чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Для цього розробляється економічна стратегія розвитку, яка складається з різних стратегій по різних напрямках економічного розвитку, в тому числі і по зовнішньоекономічній діяльності. Важливою складовою частиною стратегії розвитку зовнішньоторговельної діяльності є стратегія стимулювання праці адміністративного персоналу, менеджерів по збуту та зовнішньоекономічній діяльності, декларантів та перекладачів. Головною метою цієї стратегії є заохочення всіх робітників фірми на

досягнення не проміжних, а кінцевих результатів діяльності за визначений строк. Ця стратегія призначена поєднати заходи, які спрямовані на підвищення продуктивності праці, якості продукції, ефективності використання всіх видів ресурсів та інше.

У цілому стратегія стимулювання праці працівників включає два напрямки: матеріальне та моральне заохочення, головним з яких є матеріальне.

Матеріальне стимулювання праці робітників складається з наступних елементів: законодавче регулювання заробітної плати робітників, система оплати праці робітників, форми оплати праці, нормування праці.

Основна заробітна плата є відносно стабільною та враховує рівень кваліфікації, складність і ступінь відповідальності їх праці, умови та інтенсивність праці, стаж роботи. Додаткова заробітна плата є змінною і залежить значною мірою від результатів господарської діяльності підприємства. Вона включає премії, доплати, розмір яких визначено у статуті підприємства. Види та розмір доплат та надбавок працівників зайнятих у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства відображено у таблиці 1.

Отже, персонал зайнятий у сфері зовнішньоекономічної діяльності достатньо мотивований та має відповідний рівень заробітної плати та доплат до неї.

Так, за сумісництво посад, високу якість діяльності та при збільшенні прибутку підприємства працівники мають змогу отримати заробітну плату в 0,5-2 рази вищу від основної. Та, як було сказано вище, головною метою стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності є заохочення всіх робітників фірми на досягнення не проміжних, а кінцевих результатів діяльності за визначений строк. Тому слід розглянути систему мотивації спеціалістів, що безпосередньо зайняті у виробництві.

1. Матеріальне стимулювання працівників зовнішньоекономічної діяльності ПОСП «Уманський тепличний комбінат»*

Вид доплат та надбавок	Розмір доплат та надбавок
За сумісництво посад	до 50%
За роботу у вихідні та святкові дні	12%
За знання спеціальних навичок	15%
За якість діяльності	до 55%
При збільшенні прибутку на 100000 грн.	подвійний розмір

* сформовано на основі монографічного обстеження підприємства

На сьогодні в підприємстві налічується 20 спеціалістів, що обслуговують виробничі процеси, з них 5 – здійснюють програмне обслуговування, 6 обслуговування сортувальної техніки, 9 – агроконсультування. Ефективність діяльності підприємства часто залежить від оперативної роботи спеціалістів даної ланки. Тому оптимальне стимулювання та мотивування їх роботи є запорукою успішної роботи практично всіх ланок та підрозділів підприємства.

Нині ПОСП «Уманський тепличний комбінат» досить успішно здійснює управління персоналом при здійсненні зовнішньоекономічних операцій. Врахування умов та рівня напруженості праці і відповідне їх матеріальне стимулювання доповнюють загальну діючу систему управління персоналом. Визнання того факту, що людські ресурси є найважливішим елементом, який забезпечує переваги у конкурентній боротьбі на зовнішньому ринку, надає вагомого значення таким факторам, як управління людськими ресурсами та їх професійна підготовка.

Список використаних джерел:

1) Алексєєва Н.Ф. Удосконалення системи стимулювання професійного розвитку працівників підприємства/ Н.Ф.Алексєєва// Вісник КДУ імені Михайла Остроградського. – №2. – 2010. – С. 138.

- 2) Ричи Ш. Управление мотивацией / Ш.Ричи, П.Мартин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2004. – 399 с.
- 3) Системи управління якістю. Вимоги. (ISO 9001-2000, IDT): ДСТУ ISO 9001-2000. – [Чинний від 2001-27-05]. – К.: Держспоживстандарт України. 2001. – 25 с. – (Національний стандарт України).
- 4) Тарнавська Н. Інноваційне управління розвитком персоналу як основним джерелом конкурентних переваг / Україна: аспекти праці. – 2010. – №7. – С. 36-43.
- 5) Шлапак О. Концептуальні підходи до управління персоналом на засадах критеріїв комунікаційного середовища / О.Шлапак, Т.Фоніцька // Наука молода. – 2010. – №13. – С. 72-75.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СВК «ВЕСЕЛИЙ КУТ» ТАЛЬНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

М.А. ХОМЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент КАРИЧКОВСЬКИЙ В.Д.

Питання удосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств є досить актуальними, тому що опинившись в умовах ринкової економіки, українські товаровиробники зіткнулись з проблемами як виробництва, так і реалізації своєї продукції. Водночас враховуючи те, що від ефективної організації постачання та збуту залежить виробнича програма підприємства і результати його господарської діяльності, можна констатувати надзвичайну актуальність ґрунтовного дослідження цих процесів [1, с. 5].

Актуальність дослідження процесу удосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю полягає в тому, що розробка дієвого механізму такого удосконалення дозволить виявляти несприятливі тенденції, які виникають в процесі господарської діяльності підприємств і нейтралізувати їх за допомогою відповідного інструмента.

Вітчизняні економісти досліджують різні аспекти удосконалення управління господарською діяльністю підприємств. Зокрема, аналізу удосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю господарюючих суб'єктів присвячені праці Долішнього М.І., Герасимчука В.І., Крикавського Є.В., Костоглодова Д.Д., Кузьміна О.Є., Перерви П.Г., Савельєва П.Г. та інших. Дана проблематика знайшла своє відображення і в працях багатьох в зарубіжних науковців: О. Гаджинського (Польща), Ю.Ф. Єлізарова (РФ), Ф. Котлера та Дж. Коула (США), Х-К. Пфоля (ФРН).

Актуальне дане дослідження і для сільськогосподарських підприємств будь-якої організаційно-правової форми чи форми власності. Не винятком у цьому відношенні є і СВК «Веселий Кут» Тальнівського району Черкаської області.

Сільськогосподарський виробничий кооператив «Веселий Кут» створений з метою виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки задля отримання максимального прибутку та задоволення економічних та соціальних потреб своїх членів.

СВК «Веселий Кут» зареєстрований 27 березня 2002 року Тальнівською районною державною адміністрацією. Створене підприємство шляхом його реорганізації колишнього КСГП «Іскра» відповідно до Указу Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки».

Територіальне розміщення господарства є досить вигідним. Віддаль до районного центру становить 13 км, а до обласного – 154 км, що сприяє операціям збуту продукції, постачання та встановленню зв'язків з діловими партнерами. Кооператив знаходиться також неподалік від залізничної станції «Тальне» (15 км). Всі шляхи є асфальтованими, що полегшує транспортування сировини до пункту переробки та зберігання продукції.

Станом на 1 січня 2012 року загальна площа господарства становила 750 га, в т. ч. 681,2 га сільськогосподарських угідь. Свою трудову участь у підприємстві здійснює 48 чол., з них у галузі рослинництва – 27 чол., тваринництва – 21 чол.

Основними видами діяльності СВК «Веселий Кут» є: вирощування зернових та технічних культур, молочне та м'ясне скотарство, свинарство, переробка сільськогосподарської продукції, надання різних видів послуг.

Провідною галуззю виробництва є рослинництво, на продукцію якого в структурі товарної продукції припадає 57,31%, зокрема, основне місце в структурі товарної продукції займають соняшник – 27,01% та зернові і зернобобові культури – 21,45%. Що стосується тваринництва, то на продукцію даної галузі в структурі товарної продукції припадає 35,01%. При цьому найбільш розвинене скотарство – 28,89%. Коефіцієнт спеціалізації кооперативу становить 0,22, який характеризує її середній рівень. СВК «Веселий Кут» має зерно-соняшниковий виробничий напрям з розвиненим скотарством.

Основними каналами збуту продукції СВК «Веселий Кут» є: заготівельні та переробні організації, орендна плата за паї, населенню (в рахунок оплати праці), на ринку, комерційним організаціям. Роль того чи іншого каналу для різних видів продукції різна. Так, у СВК «Веселий Кут» при збуті зернових та соняшника найбільш вагомим каналом є продаж переробним організаціям ТОВ КХП «Тальне» та ПрАТ «Кіровоградолія». Крім того, за рахунок зернових орендарі розраховуються за майнові та земельні паї. Аналізуючи реалізацію продукції тваринництва відзначимо, що в даний період часу молоко реалізується на ПАТ «Звенигородський сиркомбінат», а м'ясо ВРХ і свиней на ПАТ «Золотоноша-Агро».

Для оцінки ефективності виробничо-збутової діяльності господарства використовують такі показники, як вартість валової продукції, собівартість, чистий прибуток, рівень рентабельності. Дані показники наведено в таблиці 1.

1. Показники ефективності виробничо-збутової діяльності СВК «Веселий Кут» Тальнівського району Черкаської області

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Валова продукція в порівнянних цінах, тис. грн.	1584,1	1862,24	2159,3
Товарна продукція, тис. грн.	3460,0	3355,9	4714,7
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	2839,3	2873,9	4537,0
Середньорічна вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	1499	1500	1765
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	620,7	482	177,7
Рівень рентабельності, %	21,86	16,77	3,92

Аналіз таблиці показує, що для СВК «Веселий Кут» характерне значне зниження рівня рентабельності виробництва продукції. Так, у 2012 році рівень рентабельності становив лише 3,92%, а в 2010 році аналогічний показник був значно вищим 21,86%.

Дана ситуація зумовлена тим, що при незначному рості вартості товарної продукції майже вдвічі зросла її собівартість. Так, у 2012 році вартість товарної продукції становила 4714,7 тис. грн., що на 1254,7 тис. грн. більше ніж в 2010 році, а її собівартість – 4537 тис. грн., що на 1698 тис. грн. більше порівняно з 2010 роком. Також значний негативний вплив на наявну ситуацію здійснив низький рівень цін на основні види сільськогосподарської продукції СВК «Веселий Кут»: озима пшениця – 1300 грн./т., озимий ячмінь – 1200 грн./т., кукурудза на зерно – 1000 грн./т., соняшник – 3500 грн./т., молоко – 3,05 грн./л, жива вага свиней – 18 грн./кг, жива вага ВРХ – 17 грн./кг.

З метою підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності, збільшення рентабельності виробництва продукції СВК «Веселий Кут» необхідно здійснити ряд заходів: сформувати сучасну матеріально-технічну базу виробництва

продукції; удосконалити технології вирощування культур; ввести високоврожайні сорти і гібриди стійкі проти хвороб; використовувати якісне насіння; запобігати втратам врожаю при збиранні, перевезенні і зберіганні; проводити сільськогосподарські роботи в оптимальні періоди; поліпшити породно-племінні характеристики тварин, забезпечити збалансовану годівлю тощо.

Ефективна збутова діяльність можлива за умов створення системи маркетингу сільськогосподарських продуктів. Застосування концепції маркетингу дає змогу створити ефективну основу управлінської, господарської та виробничо-збутової діяльності підприємства на ринку [2, с. 26].

Велике значення для підвищення ефективності збутової діяльності має створення служби маркетингу на підприємстві, адже на даний час дослідженням ринку, організацією збуту, пошуком нових споживачів та каналів розподілу продукції займається керівник господарства та головні спеціалісти. Однак, враховуючи те, що це не входить до їх безпосередніх обов'язків, то процес просування товару часто проходить з ускладненнями і не приносить очікуваного результату.

Отже, якщо керівник СВК «Веселий Кут» врахує всі вище зазначені зауваження та пропозиції, або хоча б їх частину, то це безумовно призведе до покращення роботи в господарстві та отримання значно вищих прибутків.

Список використаних джерел:

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент: Навч. посібн. // В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
2. Островський П.І. Аграрний маркетинг: Навч. посібн. // П.І. Островський. – К: ЦУЛ, 2006. – 224 с.

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА В СФГ «ПЕТРОВІТ» МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Б. ЧЕПАК, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: доцент КАРИЧКОВСЬКИЙ В.Д.**

Селянське (фермерське) господарство «Петровіт» приватної форми власності, розташоване в селі Попівка Маньківського району Черкаської області. Було створене 3 січня 2002 року. Знаходиться на заході Черкаської області за 200 км від обласного центру та 12 км від районного центру, на відстані 20 км від залізничної станції Поташ.

Природні умови та територіальне розташування сприятливі для успішних виробничих процесів на підприємстві і відіграють важливу роль в його діяльності, як додаткова можливість реалізації продукції.

У розпорядженні підприємства в 2012 році знаходилося земельних площ у розмірі 1712 га: з них 1680 га є орендованими, а 32 га числяться за господарством.

За досліджуваний період відбулося зростання середньорічної чисельності працівників підприємства на 29 осіб або на 69,05%. Зростання відбулося як в рослинництві (збільшення на 50,00%) так і в тваринництві (збільшення на 80,77

Протягом 2010-2012 років урожайність пшениці озимої, кукурудзи на зерно, ячменю та гороху залишалась майже незмінною і в середньому становила 45,0; 48,4; 34,0 та 20,6 ц/га відповідно. А збільшення урожайності спостерігалось по соняшнику та сої.

Продуктивність галузі тваринництва за 2010 – 2012 рр. коливалася, але суттєвих змін не спостерігалось, крім меду, виробництво якого у 2012 році порівняно з 2010 р. збільшилось в чотири рази і становило 33 кг на одну бджолосім'ю. А в середньому за три роки продуктивність ВРХ склала 1,4 ц/гол., свиней – 0,3 ц/гол., молока – 47,3 ц/гол. та меду 15,9 кг на одну бджолосім'ю.

Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально і усебічно характеризують господарське становище підприємства.

В структурі товарної продукції в середньому за три роки провідне місце займає продукція тваринництва – 62,6%, на другому місці знаходиться продукція рослинництва – 37,4%.

Отже, з наведених даних видно, що господарство має молочно-зерновий напрямок спеціалізації.

Показники рентабельності дають уявлення про те, наскільки ефективно підприємство здійснює свою діяльність, контролює витрати на виробництво і реалізацію продукції, і який чистий прибуток при цьому отримує. В господарстві рівень рентабельності за досліджуваний період знаходився на високому рівні від 41,5 до 55,7% з найвищим рівнем у 2010 та найнижчим у 2011 роках.

Основне виробництво СФГ «Петровіт» включає в галузі рослинництва: рільнича і тракторна бригада та тваринництво: молочнотоварна і свинотоварна ферма.

До обслуговуючих підрозділів входять: склад, автомобільний гараж, ремонтна майстерня та млин. До складу служб господарства відносяться: фінансово-економічна, агрономічна, інженерна та зоотехнічна.

Структура протягом останніх років не зазнала значних змін, лише у 2011 році до допоміжних підрозділів був введений в експлуатацію склад.

Реалізація підприємством продукції відбувається через різноманітні канали реалізації, як переробним підприємствам, так і через посередників. Реалізується продукція рослинництва і тваринництва.

До основних покупців продукції тваринництва належать:

- ВАТ «Галактон» (м. Київ);
- ВАТ «Звенигородка» (м. Звенигородка);
- Ятранський м'ясокомбінат (Кіровоградська обл.);
- Ватутінський м'ясокомбінат (Черкаська обл.);
- Долинський птахокомбінат (Черкаська обл.).

Уся продукція рослинництва реалізується через посередників.

Протягом трьох років виручка і прибуток стабільно зростали, у 2012 році порівняно з 2010 р. на 97,1% і 61,7% відповідно. Це свідчить про продуктивну та економічно налагоджену роботу підприємства.

Дуже важливим елементом успішної підприємницької діяльності є виробництво якомога дешевої продукції, тобто з найменшими затратами на її виготовлення. Показником, який найкраще характеризує ефективність виробництва на підприємстві є рентабельність. Аналізуючи показники ефективності виробництва основної продукції підприємства можна сказати, що підприємству протягом усіх трьох років було найвигідніше реалізувати зерно та молоко, так, як усі інші культури виявилися нестабільними в своїй оцінці. За рахунок зернових і молока господарству вдавалось перекривати збиток по іншій продукції (якщо такий був) і виходити на прибуток.

Основним напрямом подальшого стратегічного розвитку СФГ «Петровіт» є вдосконалення управління виробництвом сільськогосподарської продукції, а особливо, відведення провідної ролі галузі скотарства і підвищення його економічної ефективності шляхом інтенсифікації виробництва молока і яловичини на основі зміцнення кормової бази і підвищення рівня годівлі тварин, використання високопродуктивних, спеціалізованих порід худоби, удосконалення організації і оплати праці.

Саме тому, розвиток та інтенсифікація виробництва м'ясного скотарства поряд з

молочною галуззю у СФГ «Петровіт» має стати одним з пріоритетів його діяльності в найближчому майбутньому.

Таким чином, удосконалення управління та організації функціонування господарства шляхом інтенсифікації виробництва галузі скотарства у СФГ «Петровіт» дасть змогу повною мірою використати усі наявні ресурси підприємства та примножити можливі економічні, соціальні та комерційні вигоди, у процесі ефективного управління виробництвом.

Найкращим способом вивести наше підприємство на новий рівень – це розбити оптимальну програму розвитку тваринництва.

Під час її розробки потрібно взяти до уваги вивчення даних науково-дослідних установ і кращого досвіду, розробити зоотехнічні та організаційно-господарські заходи, які б забезпечили максимальне підвищення продуктивності тварин: годівля тварин за найбільш повноцінними, оптимальними раціонами протягом усього року, поліпшення породних якостей худоби, забезпечення необхідними приміщеннями, механізація виробничих процесів на фермах, додержання ветеринарно-санітарних вимог.

Першим кроком у вирішенні цієї проблеми є ефективне планування продуктивності тварин.

В проектному році планується значно підвищити продуктивність тварин, а, отже, і виробництво валової і товарної продукції. В аналізованому господарстві середньодобові прирости тварин є надто низькими для забезпечення високоприбуткового та ефективного виробництва. Для забезпечення запланованого рівня потрібно переглянути структуру годівлі та утримання тварин.

1. Продуктивності тварин СФГ «Петровіт» Маньківського району Черкаської області

Показники	Звіт			В середньому за 3 роки	Проект на 2015 р.
	2010 р.	2011 р.	2012 р.		
Середньорічний удій на 1 фуражну корову, кг	4541,0	5143,5	4499,5	4728,0	6000,0
Середньодобовий приріст ВРХ, г	493,0	333,0	356,4	394,1	700,0

Щодо самої продуктивності корів, то для забезпечення простого відтворення на фермі, необхідно довести продуктивність однієї голови до рівня 6000 кг на рік. Таку прибавку в продуктивності можна забезпечити за рахунок введення значної кількості високопродуктивних молодих корів в основне стадо.

Для забезпечення високої продуктивності плануємо вдосконалити структуру раціону, збалансувавши її за перетравним протеїном.

Виходячи з того, що в перспективі ми плануємо розвивати та інтенсифікувати виробництво продукції галузі скотарства, а це, в свою чергу, призведе до зростання рівня товарної продукції СФГ «Петровіт». А тому, ще більш важливого значення набуває питання реалізації товарної продукції, а саме удосконалення управління всіма процесами, які пов'язані із збутовою діяльністю та задоволенням потреб споживачів господарства.

А тому, з метою удосконалення управління реалізацією продукції СФГ «Петровіт» буде доцільно створити службу маркетингу, яка б взяла на себе всі функції з дослідження ринку, опрацювання відповідної інформації та донесення її до керівництва. Крім цього, в процесі організації маркетингу визначають, чи буде існувати інтегрований відділ маркетингу, чи його функції виконуватимуть різні підрозділи підприємства.

РОЛЬ ПРОЕКТІВ МІЖНАРОДНОЇ ТЕХНІЧНОЇ ДОПОМОГИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

**О.В. ЩЕРБЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПРИЛПКО С.М.**

На сьогодні соціально-економічний розвиток сільських територій вимагає активну участь не лише державної влади, а й безпосередньо самого населення, тобто громади та органів місцевого самоврядування. Для цього створюються проекти, метою яких є підтримка територіальних громад у розв'язанні найважливіших потреб їх розвитку шляхом самоорганізації, розбудови їх потенціалу та впровадження невеликих за обсягом громадських ініціатив (міні-проектів) у таких сферах: охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, енергозбереження, покращення водопостачання, розвиток транспортної інфраструктури.

Дослідженням даного питання займалися як зарубіжні вчені, так і вітчизняні фахівці. Серед них зазначимо праці таких вчених як Б. Парді, Ю. Ращупкіна, В. Щербаченко, О. Мельниченко, О. Федоренко, О. Сунцова та ін.

Метою статті є дослідження ролі проектів міжнародної технічної допомоги на розвиток сільських територій.

Результати досліджень. Міжнародна технічна допомога у поєднанні з фінансовою має на меті стимулювання розвитку та підтримки вітчизняного науково-технічного потенціалу нашої держави в умовах обмеженості державного фінансування освіти, науки, науково-дослідних установ, охорони здоров'я. Міжнародні проекти впроваджуються через недостатню підтримку й невжиття відповідних заходів з боку державних та місцевих органів влади. Їх мета полягає у створенні сприятливих умов для економічної діяльності й розвитку сільських територій.

Проекти міжнародної технічної допомоги супроводжуються потоками прямих іноземних інвестицій у розвиток сільських територій, забезпечуючи таким чином необхідні умови для підвищення якості людського життя. Діяльність досліджених проектів, можна подати у вигляді таблиці.

Програма розвитку ООН (ПРООН) є глобальною мережею ООН у галузі розвитку. Така організація виступає за позитивні зміни та надає країнам доступ до джерел знань, досвіду та ресурсів задля допомоги людям в усьому світі будувати краще життя. Одним із напрямів діяльності ПРООН в Україні реалізація проекту "Місцевий розвиток, орієнтований на громаду", який спрямований на підвищення рівня зайнятості селян, створення кооперативів і підвищення економічних умов та навичок місцевого населення. За декілька років впровадження Проект сприяв зміцненню спільного управління, підтримки та розвитку потенціалу для місцевого розвитку, орієнтованого на громади, та розвитку партнерських відносин між громадами та місцевими органами влади.

Наступний проект міжнародної технічної допомоги АгроІнвест сприяє розвитку сільського господарства України та підвищенню конкурентоспроможності агробізнесу незалежно від організаційно-правової форми та масштабів виробництва. Крім того, проект зміцнює експортний потенціал України, як учасниці глобальної ініціативи з забезпечення продовольчої безпеки.

За дослідженням проекту МБО «Добробут громад», його пріоритетами виступають: розбудова інституційної спроможності, пошук ресурсів та партнерів, системи управління та методологічні підходи на всіх рівнях для досягнення сталого розвитку сільських територій та громад. За останні роки було надано доступ дрібним фермерам до ринків, створення нових чи заміна існуючим ланцюжкам доданої вартості на користь селян.

Отже, впроваджені в Україні, вище перераховані проекти, по залученню та

використанню міжнародної технічної допомоги, як найбільш потужного ресурсу в створенні умов і можливостей для раціонального використання значного людського потенціалу в Україні, позитивно вплинули на розвиток сільськогосподарських територій, покращивши соціально-економічну сферу та умови життя селян.

1. Характеристика проектів міжнародної технічної допомоги

Назва проекту	Мета	Спрямування	Результати
Місцевий розвиток, орієнтований на громаду	Формування самосвідомості та самодостатності місцевих громад шляхом заохочення соціальної активності, визначення колективного бачення майбутнього та впровадження спільних ініціатив щодо розвитку громади.	Встановлення партнерства, мобілізація громад, підтримка структури розвитку, підтримка мікро-проектів, економічний розвиток сільських територій.	Відремонтовані фельдшерсько-акушерські пункти, встановлене вуличне освітлення, придбані шкільні автобуси, замінені вікна в школах і медичних закладах, відновлено водопостачання.
АгроІнвест	Сприяння розвитку сільського господарства України та підвищення конкурентоспроможності агробізнесу, сприяння зміцненню експортного потенціалу України	Розробка нормативно-правових актів, які сприятимуть розвитку ринкової економіки; стимулювання доступу аграріїв до фінансування.	Створені сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи; удосконалене законодавства щодо запровадження ринку земель.
Добробут громад	Забезпечення сталого розвитку сільських територій та сталого розвитку сільських громад.	Підвищення рівня життя селян; розвиток підприємництва; навчання членів громад із питань тваринництва, охорони навколишнього середовища, переробки сільськогосподарської продукції, маркетингу та збуту.	Створені сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, здійснено розвиток тваринницьких особистих селянських господарств.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко О. Фінансові установи на основі громад [Текст]: канадський досвід / О. Мельниченко, О. Федоренко // Економічний розвиток громади. – 2007. – № 3. – С. 17-19
2. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
3. Офіційний сайт Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.undp.org.ua/ua/about-undp>
4. Офіційний сайт АгроІнвест [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.agroinvest.com/>
5. Офіційний сайт "Місцевий розвиток, орієнтований на громаду" [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.undp.org.ua/ua/local-development-and-human-security/640-community-based-approach-to-local-development>
6. Офіційний сайт «Добробут громад» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.heifer.org.ua/>

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю.Б. ШПАК, студ. факультету менеджменту

Науковий керівник: д.е.н, професор ШКОЛЬНИЙ О.О.

В умовах ринкової економіки постійно виникають кризові ситуації як для окремих суб'єктів господарювання, так і для системи зовнішньоекономічної діяльності в цілому. Для безболісного, швидкого та ефективного подолання кризи на підприємствах необхідна допомога з боку антикризового управління. За таких умов гостро постає потреба детального дослідження особливостей антикризового управління в умовах функціонування підприємницьких структур та проблем його вдосконалення відповідно до особливостей економіки нашої країни.

Фінансова криза завдає втрат всім, від представників малого бізнесу до урядів багатьох країн. Але навіть активні спроби вирішити дану ситуацію на макрорівні не гарантують швидкого завершення кризи [3].

Розвиток механізму антикризового управління є найважливішою умовою ефективності реформування і сталого розвитку підприємств в теперішній час і на найближчу перспективу.

Дослідження питань антикризового управління в працях Альтмана Г.Х., Андрєєва Е.В., Василенка В.О., В.О., Салиги О.Я., Ляшенка Є.І., Дадій Н.В., Корецького С.О., Нестеренка Н.В., Салиги К.С. не містять достатнього розкриття механізмів антикризового управління, особливо для сільськогосподарських підприємств, більшість з яких нині перебувають в найскладніших економічних умовах [1].

Метою даної статті є дослідження питань вдосконалення механізмів менеджменту при антикризовому управлінні діяльністю підприємств та розробка теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій щодо розв'язання цих проблем.

Структурні зрушення в економіці, нестабільність зовнішнього середовища, зміна форм власності і реструктуризація підприємств вимагають переходу до нових форм і методів системи управління. Це пов'язане також із тривалим процесом диференціації й інтеграції структур, методів й інших елементів систем управління виробництвом, що спостерігається в даний час у світовому співтоваристві.

Головною проблемою антикризового управління у ТОВ «Олександрія – лідер» стає адекватність стимулів і форм взаємодії параметрів об'єкта і суб'єкта управління умовам і методам розв'язання завдань виробництва, його ефективності.

Варто враховувати, що характеристики зовнішнього і внутрішнього середовища досліджуваного підприємства в умовах сучасного виробництва і соціального розвитку надзвичайно рухливі [4].

Аналіз і синтез кризових ситуацій, що виникають, інтеграція діяльності функціонально чи предметно спеціалізованих ланок і складають функцію менеджера зовнішньоекономічної діяльності у ТОВ «Олександрія – лідер».

Закордонні фахівці вважають, що характерною рисою ділового життя стало загальне наростання нестабільності як основної причини виникнення і розвитку кризових ситуацій. Вони характеризуються такими рисами: наявністю загроз високопріоритетним цілям і цінностям; ефектами раптовості для осіб, відповідальних за подолання кризи; гострим дефіцитом часу для реагування на зовнішньоекономічні загрози.

Управління в кризових ситуаціях можна визначити як процес роботи під тиском обставин таким чином, що дозволить керівникам аналізувати, планувати, організовувати, направляти і контролювати ряд взаємозалежних операцій при прийнятті швидких і

раціональних рішень з невідкладних проблем, що виникли перед фірмою [5].

Антикризове управління – це управління, яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів і усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи – аналіз і прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та відповідними наслідками. Метою антикризового управління є забезпечення оптимальних результатів, запланованих чи випадкових, що досягається шляхом використання оточення на основі добре поставленого управління людьми і комунікаціями. Реалізація поставленої мети полягає в належному балансі між вимогами, висунутими ситуацією, і особистими якостями керівника з урахуванням зрілості (компетентності, досвіду) і готовності колективу до співробітництва [2].

Необхідно відзначити, що будь-яке управління значною мірою повинне бути антикризовим і тим більше ставати антикризовим зі вступом у смугу кризового розвитку організації. Ігнорування цього положення має значні негативні наслідки, врахування його сприяє безболісному, "оксамитному" проходженню кризових ситуацій [1].

Отже, для того, щоб ТОВ «Олександрія – лідер» домоглося успіху в антикризовому управлінні зовнішньоекономічною діяльністю, керівник повинен уміти передбачати можливість, імовірність появи тих чи інших кризових ситуацій, бути готовим до них і діяти адекватно сформованим обставинам, що визначаються кон'юнктурою світового ринку.

Список використаних джерел:

1. Антикризове управління: Підручник / Під ред. Е.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 224. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Под ред. А.П. Градова. – СПб.: Специальная литература, 1996.001. – 432 с.
2. С. Я. Салига, Є. І. Ляшенко, Н. В. Дацій та ін. Антикризове фінансове управління підприємством: навч. посіб; за заг. ред. С. Я. Салиги. – К.: ЦНЛ, 2005. – 208 с.
3. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / под ред. Г. П. Иванова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. – 320 с.
4. [Калмикова І. Ю. – Х.: ХНЕУ, 2006. – № 7. – С.92–96.] та ін. Принципи організації діагностики в антикризовому управлінні / Н. Є. Скрипник, І. Ю. Калмикова // Управління розвитком: зб. наук. ст. / редкол.: В. С. Пономаренко (гол. ред.)
5. Орехов В.И. Антикризисное управление: Учебник (ГРИФ) / В.И. Орехов, К.В. Балдин. – М.: ИНФРА-ИНЖЕНЕРИЯ, 2009. – 544 с.

СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМАНСЬКІЙ ФІЛІЇ ПРАТ «РАЙЗ-МАКСИМКО» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Т.В. ЮРЧЕНКО, студ. V курсу факультету менеджменту
Науковий керівник: викладач ТРУМ А.В.

Управління персоналом має вагоме значення в процесі управління підприємством. В нових умовах господарювання (розширення самостійності підприємств, перехід їх на самофінансування, впровадження ринкових відносин) підвищуються вимоги до господарських керівників. Найважливіші з цих вимог (освіта, стаж, досвід, здібності, сумісництво професій) містяться у кваліфікаційному довіднику посад керівників, спеціалістів і службовців.

Проблеми, що стосуються розвитку, відтворення та ефективного використання трудових ресурсів аграрного сектору економіки останнім часом широко висвітлюються в економічній літературі. Значний внесок для вирішення цієї проблеми зробили А.

Маршалл, М. Портер, А. Воронін, С.І. Бандур, Д.П. Богиня, О.Л. Богуцький, С.І. Дорогунцев, О.Ю. Єрмаков, Є.П. Качан, П.Т. Саблук та інші вчені.

Управління трудовими ресурсами – система взаємозв'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів по створенню умов для нормального функціонування, розвитку і ефективного використання потенціалу робочої сили на рівні організації.

Об'єктом дослідження обрано Уманську філію ПрАТ «Райз-Максимко» Уманського району Черкаської області. У користуванні господарства станом на 2011 рік знаходилось 8794 га орендованої земельної площі.

Кадрова політика Уманської філії ПрАТ «Райз-Максимко» регламентується статутом підприємства та колективним договором. Управління персоналом здійснюється відповідно до Статуту.

В Уманській філії ПрАТ «Райз-Максимко» Уманського району Черкаської області діє штатний розпис, згідно з яким формується штат виробничих підрозділів. В штатному розписі передбачені працівники на основній роботі та сезонні працівники, які задіяні на період весняно-польових робіт, догляду за посівами гібридних культур. По закінченню терміну сезонних робіт працівники стають на облік в службі зайнятості населення, для чого підприємство заключає із центром зайнятості відповідний договір.

1. Середньорічна чисельність працівників зайнятих у с.г. виробництві, осіб

Середньорічна чисельність працівників зайнятих у с.г. виробництві:	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Всього	329	301	275
В рослинництві	127	138	135
В тваринництві	44	41	36

В діючому штатному розписі 70 посад передбачено на період сезонних робіт. З кожним роком проходить оптимізація кадрів. В 2009 році налічувалось 329 середньорічних працівників, в 2010 році–301, а в 2011 році–275. Робочі місця скорочуються по причині оптимізації робочих місць, введення в експлуатацію нової техніки та передових технологій. У зв'язку з сезонним характером сільськогосподарського виробництва на підприємстві встановлюється річний підсумковий облік робочого часу.

Директор господарства призначається на посаду згідно наказу генерального директора ПрАТ «Райз-Максимко». Він здійснює управління господарством, несе персональну відповідальність за стан та діяльність господарства, за збереження та ощадливе використання майна, забезпечення пожежної безпеки його об'єктів та створення належних соціально-побутових умов для трудового колективу.

Головний бухгалтер, заступники директора та головні спеціалісти призначаються на посаду і звільняються з неї директором господарства за погодженням директора регіонального управління, якому господарство підпорядковане. Інші працівники господарства приймаються на роботу і звільняються з неї в загальному порядку, передбаченому чинним законодавством.

Трудовий колектив філії становлять усі громадяни, які знаходяться з господарством у трудових відносинах та своєю працею беруть участь в його діяльності. На підприємстві діє колективний договір, який регулює соціально-трудові відносини. Згідно Колективного договору встановлена тривалість роботи на тиждень – 40 годин.

Колективним договором регулюється питання охорони праці, виробничі та трудові відносини трудового колективу з адміністрацією господарства. Він укладається згідно з порядком, передбаченим законодавством, і підписується уповноваженими представниками сторін.

Основним завданням управління кадрами в сучасних умовах є поєднання

ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та трудової мотивації для розвитку навиків працівників та стимулювання їх до виконання робіт більш високого рівня.

Трактористи-машиністи, водії на перевезенні безводного аміаку, щорічно в лютому місяці проходять навчання та атестацію робочих місць. Агрономічна та інженерна служба проходить атестацію та навчання щорічно в січні-лютому. Працівники бухгалтерії проходили атестацію в грудні 2010 року та в липні 2012 року. Атестація проводиться в Центральному регіональному управлінні ПрАТ «Райз-Максимко»

Розглянемо забезпеченість підприємства кваліфікованими кадрами. В підприємстві є відділ бухгалтерії який складається з головного бухгалтера, його заступника та з 3 бухгалтерів, загалом в даному відділі працює 5 чоловік. Економічний відділ складається з начальника планово-економічного відділу, головного економіста. Підприємство повністю укомплектоване необхідними кваліфікованими кадрами.

В зв'язку з тим, що в господарстві працює переважно складна імпортна техніка, переважна більшість працівників мають середню та середню спеціальну освіту. Керівні посади на підприємстві займають фахівці із закінченою вищою освітою.

Для всіх категорій працівників, крім тваринників, які працюють за окремим графіком, робочий тиждень – п'ятиденний, вихідні дні: субота та неділя, в тваринників та рілочної бригади шестиденний робочий тиждень.

В Уманській філії згідно Положення про оплату праці та стимулювання працівників ПрАТ «Райз-Максимко» для різних категорій працівників досягнуто різний розмір оплати праці:

Середньомісячна заробітна плата 1 працівника:

- в рослинництві-2123 грн.
- в тваринництві-2443грн.
- насінєвого заводу-2266 грн.
- допоміжних та обслуговуючих виробництв-2136 грн.
- адміністрації-2447 грн.

На підприємстві планування потреби проводиться за категоріями персоналу: робітники, професіонали, фахівці та технічні службовці. Потреба в робітниках планується окремо для основного і допоміжного виробництв, за професіями, а також виходячи зі складності робіт — за кваліфікацією. Професіонали, фахівці, технічні службовці групуються за видами діяльності відповідно до функцій управління підприємством.

Зіставлення планової потреби і фактичної чисельності працівників дає можливість визначити зміни чисельності за професіями і посадовими групами, що слугує основою для розроблення програм розвитку персоналу. При цьому вакансії використовуються насамперед для ротації персоналу, планування службової кар'єри і професійного росту працівників, розроблення програми перепідготовки і підвищення кваліфікації для успішного освоєння роботи на новому робочому місці. Джерелом комплектування вакансій передусім є працівники, які вивільнені з інших видів діяльності та діляниць виробництва.

Для удосконалення управління персоналом в Уманській філії ПрАТ «Райз-Максимко», а також посилення матеріальної зацікавленості працівників підприємства рекомендуємо запровадити:

- надбавки, доплати, додаткові виплати, премії ;
- компенсація робітникам затрат, пов'язаних з переміщенням (транспорт, оренда приміщень, харчування), а також надання соціальних виплат та пільг (на навчання дітей, по проведенню свят, відпусток);
- нематеріальне стимулювання (подяки, нагороди, заохочення, дошка пошани, нова робота, дострокове просування).

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основи маркетингу.; Пер. з англ. – 2-ге європ. видання – М. СПб; К.:Вільямс, 2003. – 944 с.
2. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – 336 с.
3. Шалевська О.Ю. Чинники впливу на мотивацію праці в сільському господарстві /О.Ю.Шалевська // Економіка АПК. – 2010. – с. 81-85.
4. Річні звіти Уманської філії ПрАТ «Райз-Максимко» за 2009-2011 рр.

Для нотаток

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ УМАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ САДІВНИЦТВА

Збірник студентських наукових праць Уманського НУС / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. — Умань, 2013. — Ч. V: Економічні та гуманітарні науки. — 190 с.

Адреса редакції:

м. Умань, Черкаської області, вул. Інститутська, 1
Уманський національний університет садівництва, тел.: 4-69-87

Підписано до друку 23.04.2013 р. Формат 60х84 1/16. Друк офсет.
Умов. – друк. арк. 14,70. Наклад 50 екз. Зам. № 115.

Надруковано:

Редакційно-видавничий відділ
Уманського національного університету садівництва
Свідоцтво ДК № 2499 від 18.05.2006 р.
вул. Інтернаціональна 2, м. Умань, Черкаська обл., 20305