

МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА



МАТЕРІАЛИ

ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ

“РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ
ЕКОНОМІКИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ,
ПЕРСПЕКТИВИ”

9-23 квітня 2012 року

*Присвячена 15-річчю
ННІ Бізнесу і менеджменту*

ТОМ 1

Харків - 2012

Міністерство аграрної політики та продовольства України

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної
ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ

«РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ
ЕКОНОМІКИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ,
ПЕРСПЕКТИВИ»

9-23 квітня 2012 року

*Присвячена 15-річчю
ННІ Бізнесу і менеджменту*

ТОМ 1

Харків – 2012

Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи». У двох томах. Т. 1. – Харків: ХНТУСГ, 2012. – 347 с.

Із надісланих матеріалів оргкомітетом до друку рекомендовано тези 219 доповідей від 241 автора із 59 установ і організацій України та зарубіжжя.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

- Д.І. МАЗОРЕНКО** – ректор Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка, професор, член-кореспондент НААНУ
- С.М. КВАША** – директор департаменту економічного розвитку і аграрного ринку Міністерства аграрної політики та продовольства України, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ
- П.Т. САБЛУК** – Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» НААНУ, доктор економічних наук, професор, академік НААНУ
- В.В. СНІТИНСЬКИЙ** – ректор Львівського національного аграрного університету, доктор біологічних наук, професор, академік НААНУ
- В.М. КЮРЧЕВ** – ректор Таврійського державного агротехнологічного університету, професор
- А.М. ТИЩЕНКО** – перший проректор ХНТУСГ, доктор технічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ
- В.А. ВОЙТОВ** – проректор з наукової роботи ХНТУСГ, доктор технічних наук, професор
- А.А. ДІБРОВА** – директор ННІ бізнесу Національного університету біоресурсів і природокористування України, доктор економічних наук
- В.П. ГАЛУШКО** – ННІ бізнесу НУБіП, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ
- Г.Є. МАЗНЄВ** – директор ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ, професор
- П.С. БЕРЕЗІВСЬКИЙ** – декан економічного факультету Львівського національного аграрного університету, доктор економічних наук, професор
- С.В. КАРМАН** – декан факультету економіки та бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету, кандидат економічних наук, доцент
- В.Я. АМБРОСОВ** – завідувач кафедри обліку і аудиту ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ
- В.М. ОНЕГІНА** – завідувач кафедри економіки та маркетингу ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор
- І.О. БЕЛЕБЕХА** – доктор економічних наук, професор кафедри економіки та маркетингу ХНТУСГ
- Т.Г. МАРЕНИЧ** – доктор економічних наук, професор кафедри обліку і аудиту ХНТУСГ

**ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ,
НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВ ТА ПІДПРИЄМСТВ,
СПІВРОБІТНИКИ ЯКИХ БЕРУТЬ УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ:**

- *Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» НААН України*
- *Національний університет біоресурсів і природокористування України*
- *Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка*
- *ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»*
- *Інститут економіки промисловості НАН України*
- *Академія внутрішніх військ МВС України*
- *Академія муніципального управління*
- *Белорусский государственный экономический университет*
- *Білоцерківський національний аграрний університет*
- *Вінницький національний аграрний університет*
- *ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»*
- *ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», м. Суми*
- *Дніпропетровський державний аграрний університет*
- *Дніпропетровський університет ім. А. Нобеля*
- *Європейський університет, м. Умань*
- *Житомирський державний технологічний університет*
- *Запорізький національний технічний університет*
- *Інститут овочівництва і баштанництва НААН України*
- *Кримський економічний інститут КНЕУ ім. В. Гетьмана*
- *Луганський національний аграрний університет*

- *Луцький національний технічний університет*
- *Львівський національний аграрний університет*
- *Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького*
- *Миколаївський політехнічний інститут*
- *Міжнародний гуманітарний університет*
- *Міжнародний науково-технічний університет ім. академіка Ю. Бугая*
- *Національна академія природоохоронного та курортного будівництва, м. Симферополь*
- *Національний університет «Львівська політехніка»*
- *Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова*
- *Одеська державна академія будівництва та архітектури*
- *Одеський державний аграрний університет*
- *ПАТ «Міжнародний Інвестиційний банк»*
- *ПАТ «ВіЕйБі Банк»*
- *ПАТ «Мегабанк»*
- *Південна філія Національного університету біоресурсів та природокористування України «Кримський агротехнологічний університет»*
- *Подільський державний аграрно-технічний університет*
- *Полтавська державна аграрна академія*
- *Рівненський гуманітарний університет*
- *Севастопольський національний технічний університет*
- *Сумський національний аграрний університет*
- *Таврійський державний агротехнологічний університет*

- *Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського*
- *ТОВ «ТД» Роганський»*
- *Українська інженерно-педагогічна академія*
- *Український державний університету фінансів та міжнародної торгівлі*
- *Уманський національний університет садівництва*
- *Харківська державна зооветеринарна академія*
- *Харківський державний університет харчування та торгівлі*
- *Харківський національний автомобільно-дорожній університет*
- *Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*
- *Харківський національний економічний університет*
- *Харківський національний університет будівництва та архітектури*
- *Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ*
- *Чернівецька філія Міжрегіональної Академії управління персоналом*
- *Чернігівський державний інститут економіки і управління*
- *Чернігівський державний технологічний університет*
- *Чернігівський інститут інформації, бізнесу і права МНТУ*
- *Чорноморський державний університет імені Петра Могили*
- *Warsaw University of Technology, School of Agriculture in Warsaw, State Higher Vocational School in Krosno*

СЕКЦІЯ

***ТРАНСФОРМАЦІЯ
МОДЕЛЕЙ
ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ***

РОЗВИТОК ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ ПОРЕФОРМЕННОГО ПЕРІОДУ

*Березівський П.С., д.е.н., професор,
Львівський національний аграрний університет*

У процесі проведення аграрної реформи, зокрема реформування аграрного сектора економіки на засадах приватної власності, широкий розвиток одержала така категорія товаровиробників як господарства населення, у тому числі особисті селянські господарства. На даний час основними виробниками продукції рослинництва і тваринництва в Україні і Львівській області зокрема, є особисті селянські господарства. Дана категорія товаровиробників у Львівській області за 2010 р. забезпечила виробництво 73,7 % всієї валової продукції сільського господарства (у порівнянних цінах 2005 р.) проти 90,8% у 2000 р., у тому числі 77,9 % продукції рослинництва проти 88,2 % і 69,5 % продукції тваринництва проти 93,1 % відповідно.

З економічної точки зору, звичайно наявність в країні особистих селянських господарств, свідчить про невисокий рівень її економічного розвитку, а також про значні диспропорції у розвитку економіки. Правда, особисті селянські господарства є основою добробуту в сільській місцевості. Часто вони є основною сферою зайнятості сільських жителів. Крім чисто виробничої вони виконують також соціальні та духовні функції. Саме в цих господарствах відбувається процес відтворення трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств, тут формується життєва позиція підрастаючого покоління. На відміну від інших категорій господарств, особисте селянське господарство не знищене. В усі історичні епохи, навіть при найнесприятливіших умовах, воно швидко само відтворюється.

З іншої точки зору, окреслюючи шляхи розвитку особистих селянських господарств на перспективу, слід визнати, що їх не можна вважати прогресивною формою господарювання у сільському господарстві, а звідси обґрунтовувати шляхи трансформаційної динаміки у їх розвитку.

У пореформений період у Львівській області, як і в Україні загалом, сформовано два сектори аграрного виробництва: приватний і державний. Державний сектор на кінець 2010 р. представлений незначною кількістю сільськогосподарських підприємств – шість

одиниць (3,0 %) державної власності, які не підлягають приватизації (навчально-дослідні, випробувальні господарства тощо). Приватний сектор охоплює сільськогосподарські підприємства на засадах приватної власності та колективних форм організації праці, яких на кінець 2010 р. налічувалось: 103 господарських товариств (52,3 %), 86 приватних підприємств, включаючи фермерські господарства (43,7 %), один сільськогосподарський виробничий кооператив і одне інше сільськогосподарське підприємство. Крім цього, виробництвом сільськогосподарської продукції в області займалось 956 дрібних фермерських господарств, 319,4 тис. особистих селянських господарств і 241,8 тис. власників землі у колективних садах і городах. Усі ці виробники сільськогосподарської продукції і утворюють приватний сектор.

За 2000-2010 рр. відбулися досить суттєві зміни у структурі сільськогосподарських товаровиробників. Зокрема, частка валової продукції сільського господарства (у порівнянних цінах 2005 р.), виробленої особистими селянськими господарствами, в загальному обсязі її виробництва в усіх категоріях господарств, починаючи з 2003р. має загальну тенденцію до зменшення. Це є свідченням того, що відбувається процес нарощування виробництва сільськогосподарської продукції у сільськогосподарських підприємствах області, в окремих випадках відродження окремих галузей виробництва. Якщо питома вага виробництва валової продукції сільського господарства (в порівнянних цінах 2005 р.) особистими селянськими господарствами у загальному її виробництві в усіх категоріях господарств у 2003 р. складала 92,2 %, у тому числі 90,6 % продукції рослинництва і 93,6 % продукції тваринництва, то у 2010 р. вона відповідно становила – 73,7 %, 77,9% і 69,5%.

І все-таки слід зауважити, що у користуванні особистих селянських господарств знаходиться значна питома вага сільськогосподарських угідь. На кінець 2010 р. у користуванні особистих селянських господарств знаходилось 77,1 % сільськогосподарських угідь, з них: ріллі – 72,5 %, сіножатей та пасовищ – 87,6 %, багаторічних насаджень – 95,2 % проти 56,8 %, 50,7 % , 68,3% і 93,0% відповідно на кінець 2000 р. Вважаємо, що у зв'язку із таким розподілом земель між сільськогосподарськими підприємствами і особистими селянськими господарствами, відбулася концентрація виробництва певних видів продукції рослинництва і тваринництва в особистих селянських господарствах. Зокрема, у 2010 р. особистими селянськими господарствами області вироблено

96,1 % картоплі від загального виробництва в усіх категоріях господарств проти 98,9 % у 2000р., відповідно овочів – 95,3 % проти 95,5 %, плодів і ягід – 99,1 % проти 98,7 %. Відповідно у 2010 р. вироблено (вирощено) великої рогатої худоби (у живій вазі) 92,6% проти 87,8 % у 2000 р., свиней - 62,7% проти 97,2%, м'яса овець та кіз, коней, кролів – 100 %, яєць –76,4% проти 88,1%, вовни – 83,3 % проти 98,1 %, меду – 97,9 % проти 89,6%, молока –96,5% проти 93,6 %.

Вважаємо позитивною тенденцією концентрацію виробництва зерна, цукрових буряків, м'яса худоби і птиці (у живій вазі) і яєць у сільськогосподарських підприємствах, що є свідченням використання масштабу виробництва. І все-таки, особистими селянськими господарствами у 2010 р. було вироблено зерна 48,0 % від загального обсягу його виробництва в усіх категоріях господарств проти 46,0 % у 2000 р., цукрових буряків (фабричних) відповідно 6,2 % проти 52,4 %, м'яса худоби та птиці (у живій вазі) – 53,1 % проти 91,8 %, у тому числі м'яса всіх видів птиці – 18,4 % проти 95,0 % у 2000 р.

В особистих селянських господарствах, на противагу сільськогосподарським підприємствам, спостерігається незначне зменшення в динаміці поголів'я худоби, а поголів'я кролів і бджолосімей збільшилось. Зокрема, поголів'я великої рогатої худоби в особистих селянських господарствах на кінець 2010р. зменшилось порівняно з поголів'ям на кінець 2000р. у 2,0 рази, відповідно корів – у 2,0 рази, свиней – на 21,8%, овець та кіз – на 31,2%, коней – на 9,2%, а кролів збільшилось на 9,2%, бджолосімей – відповідно у 2,4 рази.

На кінець 2010р. в особистих селянських господарствах утрималось 90,4% великої рогатої худоби від загального поголів'я в усіх категоріях господарств проти 81,7% на кінець 2000р., корів відповідно 94,4% проти 89,3%, свиней 63,0% проти 92,4%, овець та кіз - 91,2% проти 97,9%, коней –98,0% проти 81,4%, кролів – 97,9% проти 99,9%, птиці 60,3% проти 93,2 % і бджолосімей – 96,9% проти 76,4% на кінець 2000р.

Окреслюючи перспективи розвитку особистих селянських господарств на основі аналізу трансформаційної динаміки їх розвитку у пореформений період, слід визначити, що їх не можна вважати прогресивною формою господарювання в сільському господарстві. Вони не потребують високої кваліфікації працівників, затрати на підвищення рівня освіти в них не окупуються, а їхні розміри надто малі, щоби в них можна було реалізувати досягнення науково-технічного прогресу. Водночас в найближчій перспективі існування цих господарств необхідне і доцільне. Їхній подальший розвиток

визначатиметься ходом загальноекономічних процесів. Тому, необхідне створення відповідних юридичних норм, які стимулювали б збільшення дрібних особистих селянських господарств. Лише в такому разі можна зменшити їхню кількість і збільшити їх розміри.

Отже, економічно правильним напрямом подальшого розвитку особистих селянських господарств буде передача земельних часток (паїв) в оренду, кооперування особистих селянських господарств між собою і з іншими організаційно-правовими структурами, формування на базі особистих селянських господарств нових організаційно-правових структур різних форм власності господарювання або входження на основі асоційованого членства у функціонуючі організаційно-правові структури.

СТРАТЕГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

*Завізена Н.С., д.е.н., доцент,
Міжнародний гуманітарний університет*

Усвідомлення зі сторони державних органів влади тих загроз, які приховують у собі відставання у базовій сфері розвитку сучасного світу, а також переваги інформатизації країни і її регіонів, послужило імпульсом до початку робіт зі стратегічного планування інформаційного розвитку України.

Ґрунтуючись на визначеннях регіональної соціально-економічної системи, інформаційної інфраструктури та складної організаційно-технічної системи, можна сказати, що проблему цього дослідження не можна вирішити за допомогою точних моделей дослідження операцій. Слабка структурованість проблеми зумовлена наявністю в ній елементів як кількісного (технічні аспекти інформаційно комп'ютерних технологій), так і якісного (вплив інформаційної інфраструктури на ефективність функціонування та розвитку) характеру. Отже, можна з упевненістю сказати, що адекватним методологічним підходом розробки стратегії підвищення ефективності функціонування регіональної соціально-економічної системи на основі модернізації інформаційної інфраструктури регіону є системний підхід. Для досягнення мети стратегії по кожному із сценаріїв необхідний синтез ієрархічно підлеглих цілей. Для країни в

цілому така ієрархія повинна закінчуватися на визначеному рівні, при якому подальша деталізація буде неадекватна через складність об'єкта планування соціально-економічної системи країни. Подальше продовження деталізації має місце на регіональному рівні, коли можливе врахування специфіки регіону. Таким чином, регіональні стратегії інформатизації будуть чітко пов'язані з національною стратегією, при чому рівень деталізації ієрархічної моделі стратегії на регіональному рівні дозволить здійснювати конкретні заходи.

Розглянемо основний зміст етапів системно-кібернетичного дослідження.

1) Аналіз та синтез цілей. Цільовий аналіз починається з синтезу основної цілі (або з аналізу проблемної ситуації). Основна мета розкривається шляхом визначення підпорядкованих їй головних цілей (аналітичний декомпозиційний етап). У складних задачах системного аналізу, вирішення яких залежить від багатьох взаємопов'язаних елементів, доцільним є подальше розгортання головних цілей у багаторівневе дерево цілей і завдань.

2) Аналіз різного роду обмежень (як ресурсних, так і інших). Характерно, що аналіз цілей та обмежень є взаємопов'язаними процесами – завдання системного аналізу вирішуються в умовах різного роду обмежень, що накладаються в певній ситуації. При цьому мета повинна бути досягнута саме в існуючих умовах (втім, у число цілей можуть бути включені і цілі, пов'язані з необхідністю модифікації умов). Обмеження можуть мати різний характер, у тому числі й різну ступінь жорсткості. З числа всіх обмежень, безсумнівно, найбільш жорсткими обмеженнями є ресурсні обмеження (якщо не враховувати обмеження фундаментального характеру, наприклад – продиктованих законами фізики). Проте й аналіз обмежень не може здійснюватися без стадії синтезу, перш за все має бути створена модель системи та/або ситуації (ступінь формалізації цієї моделі може бути мінімальним – у ряді випадків достатньої і концептуальної моделі, сформульованої мовою природного спілкування). На цьому етапі модель виступає в ролі інструмента, за допомогою якого можуть бути виражені і/або виявлені протиріччя, що існують у предметній області.

3) Синтез альтернативних стратегій. Альтернативні стратегії синтезуються з урахуванням об'єктивно існуючих та/або введених на основі суб'єктивних оцінок обмежень і є тією чи іншою мірою деталізованою послідовністю дій. На цьому етапі стратегії гіпотетично дозволяють залишитися в рамках встановлених обмежень, включаються до безлічі допустимих альтернатив – поки без

урахування переваг.

4) Синтез критеріїв переваги. Критерій переваги. У загальному випадку є певне правило, що визначає порядок вибору кращої альтернативи з безлічі допустимих. Таке правило лише в найпростіших випадках буває єдиним – як правило, існує кілька критеріїв. У процесі синтезу критеріїв переваги встановлюються то безлічі критеріїв, що відповідає поставленим цілям і забезпечує реальну порівнянність альтернативних стратегій. На цьому етапі основним завданням є синтез критерію об'єктивності оцінювання, які зводять до мінімуму суб'єктивізм оцінок. У результаті синтезується комплексний критерій вибору альтернативи, що інтегрує окремі критерії переваги.

5) Синтез та аналіз моделі. Дослідження альтернативних стратегій здійснюється з допомогою моделей. Для вирішення завдань багатокритеріального оцінювання потрібно використовувати кілька різноманітних моделей, що відображають різні аспекти поведінки системи та її елементів. Крім того, тут ми знову стикаємося з проблемою ізоляції процесів: з одного боку – модель вже має існувати (інакше неможливий синтез критеріїв), з іншого – модель необхідно синтезувати. Однак є одна обставина: в одному випадку мова йде про моделі системи та ситуації в цілому, а в іншому – про характер її зміни в ході реалізації альтернативної стратегії (по суті, модель повинна бути кібернетичною, тобто враховувати властивості системи з погляду аналізу управлінських стратегій). На цьому етапі оцінюється ефективність реалізації певної альтернативи і проводиться вибір оптимальної (або близької до оптимальної) альтернативи з безлічі допустимих на завершальному (заключному) етапі.

6) Власне, моделювання. На цьому етапі модель використовується не як об'єкт аналізу та синтезу, а як інструмент дослідження. Тобто моделі є адекватними і передбачається, що подальші ітерації із вдосконалення моделей недоцільні. Моделі використовуються як системи, що заміщають задані фрагменти реальності – з їх допомогою проводяться обчислювальні та логічні операції, що виражають виявлені на попередніх етапах зв'язок і залежності, визначаються значення критеріїв вибору, що забезпечують можливість зіставлення альтернативних стратегій. Мова йде про варіації вихідних параметрів і логіки, що відображає стратегію управління, в результаті чого формується блок вихідних даних, що включають значення й оцінки критеріїв вибору, ризиків, даних, що використовуються на заключному етапі.

7) Синтез рекомендацій. Це заключний етап системного аналізу,

на якому формулюються висновки з проведеного дослідження і вказівки щодо реалізації його результатів.

Отже, системний аналіз здійснюється за схемою від етапу застосування неформальних методів, через етап застосування формальних – знову до неформальних.

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ У ЛЕЩАТАХ НАУКИ І ВИРОБНИЦТВА

***Юшин С.О., д.е.н., професор,
«Інститут аграрної економіки»***

За часів СРСР основним джерелом розвитку економіки визнавався науково технічний прогрес (НТП). Цій темі тоді було присвячено багато наукових праць. На сьогодні ж практично ці праці вийшли з наукового вжитку, а їх місце зайняли праці з питань інноваційного розвитку. І в Україні останнє десятиліття ми бачимо бум декларацій держави і наукових праць, які прямо декларують інноваційний шлях розвитку. Проте даний процес у практиці не йде. І чому? Мабуть, тут не вистачає системності. У в 2007 р. Верховною Радою України були прийняті рекомендації про формування Національної інноваційної системи (УкрНІС). Але пройшло ось вже майже 5 років, а УкрНІС й досі так і не створена. Отже, існують якісь перешкоди на шляху інновацій.

Дослідження показують, що інноваційна діяльність займає диспозицію між діяльностями науковою і виробничою, а крім того ще має відносини доповнення з діяльністю інвестиційною.

Наукова діяльність в Україні регулюється прийнятим в 1991 р. законом “Про наукову і науково-технічну діяльність” (№ 1977), який говорить, що даній діяльності доручено доведення наукових і науково-технічних знань до стадії практичного їх використання. У 1995 р. закон “Про наукову і науково-технічну експертизу” (№ 51) доручає саме науці проводити експертизу ефективності як науково-технічних, так і інноваційних проєктів. У 1999 р. Верховна Рада України приймає концепцію науково-технологічного і інноваційного розвитку України, де, з одного боку, розділені науковий і інноваційний блоки, а з іншого, до циклу інноваційного процесу були включені й фундаментальні дослідження. Прийнятий вже у 2001 р. закон “Про пріоритетні

напрями розвитку науки і техніки” (№ 2623) минає стороною розподіл функцій наукової і інноваційної діяльності. У 2009 р. закон “Про наукові парки” (№ 1563) визначив метою прийняття розвиток науково-технічної і інноваційної діяльності у ВНЗ і наукових установах, а також ще й комерціалізацію результатів наукових досліджень і їх впровадження як на вітчизняному, так і на іноземних ринках. Абсолютно ясно, що наука прагне міцно утримати дві ланки “наука-інновації”. І це у значній мірі поки що підтримується на законодавчому рівні. Зрозуміло, що такий підхід викликаний переважно радянською інерцією, яка йде від потужних науково-виробничих об’єднань (аналогі яких діють і у розвинутих країнах). Тому до певної міри претензії науки на участь у інноваційній діяльності правомірні. Питання тільки у тому, як визначити цю міру законодавчо. Не треба забувати, що Т.Едісон, Б.Гейтс тощо були не науковцями, а винахідниками та інноваторами. Отже права усіх учасників інноваційного процесу треба врегулювати на засадах їх рівності (як і форм власності).

Інноваційне законодавство в Україні відкривається в 2002 р. законом “Про інноваційну діяльність” (№ 40), де інноваційній діяльності визначається функція використання і комерціалізація результатів наукових досліджень і розробок, й випуск на ринок конкурентоздатних нових товарів і послуг. У 2003 р. закон “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” (№ 433), суттєво підвищує значення інноваційної діяльності у соціально-економічних процесах України. Та Конституційний суд України у 2009 р. визнав його неконституційним. У 2011 році знов був ухвалений закон під такою ж назвою (№ 3715), але він виявився усіченим варіантом попередника. Отже, всупереч заповненням у відданості інноваційному шляху, перед ним – жорсткі бар’єри.

Виробниче законодавство в Україні представляє, в першу чергу, її Господарський кодекс (2004 р.), де серед економічної стратегії держави (ст. 10) згадується інвестиційна політика і т. і., але ніяк не згадується політика інноваційна, хоча при цьому у ст. 12 в переліку засобів державного регулювання господарської діяльності згадуються інвестиційні пільги і цільові інновації, а у ст. 48 говориться про державну підтримку підприємництва в частині стимулювання його інноваційної діяльності. У кодексі є ціла глава 34 “Правове регулювання інноваційної діяльності”, де в ст. 325 дана діяльність – діяльність, здійснювана учасниками господарських стосунків на основі

реалізації інвестицій з метою з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат на впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво і т. і. (жорсткий прес науки та виробництва). Ст. 327 говорить, що інноваційна діяльність передбачає інвестування наукових досліджень. І тут виникає правомірне питання: якщо так, то кому ж належатиме право власності на результати досліджень – науці чи суб'єктові інноваційної діяльності (підприємцеві)? А ст. 328 інноваційну діяльність визначає як необхідну складову інвестиційної і структурно-галузевої політики. Стає цілком зрозумілим, що, як і у випадку з ланкою “наука-інновації”, так і у ланці “інновації-виробництво”, інновації в правовому полі України виступають підпорядкованим елементом. У цій ситуації інновації – начебто “ковдра”, яку тягнуть на себе наука і виробництво. Кожен з них прагне заробити на інноваторах. Але при цьому виникає загроза того, що між наукою і виробництвом зникне місток (чи паром), який буде здатним забезпечити адекватну взаємодію їх обох.

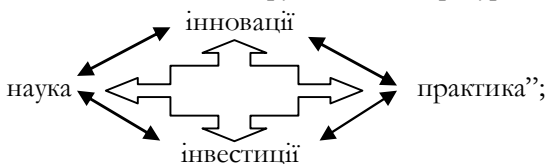
Для розуміння ситуації, розглянемо її еволюцію стосунків інноваційної діяльності з інвестиційною. У 1991 р. закон “Про інвестиційну діяльність” (№ 1560) визначив інвестиції як всі види майнових і інтелектуальних цінностей. Але, як показало життя, в боротьбі майна і інтелекту майно поки що отримує перемогу. У початковій редакції закон визначав інноваційну діяльність як форму інвестиційної. Тобто, інвестиції так же само перемагають інновації, як майно перемагає інтелект. Як відомо, в 90-х роках Україна жила в рамках парадигми “інвестиційної привабливості”. Але пройшов час, і стало очевидним, що великий капітал (майнова цінність) не йде до “непривабливої нареченої”. Стало ясно: парадигму слід модернізувати. І з'являється у 1999 р. закон “Про спеціальний режим інвестиційної і інноваційної діяльності технологічних парків” (№ 991), з якого потім зникло слово “інвестиційної”. Хтось дуже не бажає зв'язувати ці два процеси, хоча на всіх рівнях державної влади усвідомлюють нагальність надання рівних прав інвестиційній та інноваційній діяльності. Про це свідчить й створення в 2005 р. Державного агентства України по інвестиціях і інноваціях, прийнята у 2007 р. в Державній цільовій програмі розвитку українського села до 2015 р. інвестиційно-інноваційна модель розвитку агросектора, прийнятий в 2010 р. закон “Про основні засади внутрішньої і зовнішньої політики” (№ 2411). А прийнята в 2010 р. Державна програма розвитку

внутрішнього виробництва стверджує, що останнє десятиліття – це період реалізації неефективної саме інвестиційно-інноваційної політики. І тут знов виникає конфлікт між інвестиціями та інноваціями: так, в 2010 році приймається Концепція Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності на 2011-2015 роки, і створюються два Державних агентства – з інвестицій і розвитку, з інвестицій і управління національними проектами України. Хоча в 2011 році приймається й Програма розвитку інвестиційної і інноваційної діяльності в Україні. Отже, інновації поки що виступають в ролі “бідного родича” не лише науки і виробництва, а й “молодшим братом” інвестицій, як би хто не декларував інноваційний шлях розвитку. Парадокс у тому, такий стан речей усі усвідомлюють, але ні держава, ні наука, ні виробничники за “круглий стіл” не сідають з цього приводу. Мабуть, ще не настав для цього час.

Висновки: вищенаведене дозволяє стверджувати, що:

— інноваційний блок законодавства в Україні поки що розвивається всупереч теоретичним принципам, які вказують на первинність саме інновацій, а не інвестицій і т. ін., у розвитку виробництва. Пригадаємо, що ще К.Маркс розглядав систему машин як найбільш адекватне втілення капіталу, а не навпаки. Абсолютно очевидно, що доки майно пригнічуватиме інтелект (рефлекс Гобсека чи Плюшкіна), не буде ні великих інвестицій в економіку, ні інноваційних в ній зрушень. А інноваційний шлях розвитку залишиться лише благим наміром із ризиком втрати державою конкурентного рівня на світовій арені і закріпленням її в статусі периферійної держави: держава маж зробити вибір;

— особливу увагу при аналізі законодавства слід приділити державній регламентації блокових функцій в квадратурі:



— світова практика (як і світова наука) незаперечно довели, що відсутність гармонії блоків у вищенаведений квадратурі має своїм наслідком накопичення негативно соціально-економічної енергії, яка містить ризики кризових станів суспільства, падіння довіри до дієздатності держави щодо виконання своїх функцій.

РАСШИРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В УКРАИНЕ

Айзенберг А.Б., студентка,
Севастопольский национальный технический университет*

Необходимость перехода к инновационной экономике, способной, с одной стороны, обеспечить достаточное разнообразие производимых в стране продуктов, а с другой - сократить зависимость от импорта стратегически важных товаров и технологий значительно усилилась в связи с мировым финансовым кризисом. Падение мировых цен на энергоресурсы при одновременно высокой для России доле импорта повлекло за собой фактическую девальвацию национальной валюты. Успешное преодоление кризисных явлений во многом зависит от того, каким потенциалом будет обладать российская экономика по окончании кризиса.

Сегодня необходимость решения проблем, связанных с инновационным развитием экономики Украины, приобретает особое значение. Нынешняя ситуация, сложившаяся в экономике Украины характеризуется тем, что при наличии в стране значительных фундаментальных и технологических заделов происходит снижение активности инновационной деятельности, что связано, прежде всего, с нехваткой собственных средств у предприятий и ограниченностью бюджетного финансирования.

По статистике данным относительно инноваций Украина пока что отстает не только от ЕС, но и от РФ. Так в 2010 году инновационную деятельность в промышленности осуществляли 1506 предприятий, доля которых в общем количестве промышленных предприятий составила чуть более 10%. Основным направлением деятельности для 64.4% инновационно активных предприятий было создание и внедрение технологически новой или значительно усовершенствованной продукции. Количество внедренных видов такой продукции составило 2217 наименований, из них машин, оборудования, аппаратов, приборов – 403 наименования. Объем реализованной инновационной продукции в 1 полугодии составил 6,6 миллиарда грн. Или 4,6% общей промышленной продукции.

Особенность Украинской технологии такова, что бизнес и наука сегодня не видят друг друга. В 2010 году украинский бизнес перевел

* *Научный руководитель – Бафанов А.Г., к.э.н., доцент*

500 млн. доллара на научные исследования, но за границу. «Заграница» в свою очередь дешево скупает наш золотой интеллектуальный фонд, чтобы продать его потом нам.

А изобретения украинцев, которые остались изобретать в Украине, будучи недостаточно конкурентоспособными сами по себе, страдают недостатком финансирования.

Чтобы перевести нашу страну на инновационный путь развития, необходимы соответствующие структурные изменения в деятельности законодательства и исполнительной власти, в промышленной и научно-технической политике государства, в бюджетной политике, налоговой сфере.

Инновационное развитие в Украине – комплексная системная проблема, которая выходит за рамки инновационно - промышленной политики Украины и должна решаться в промышленной, финансовой, социальной и внешнеэкономической сферах.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРЕНДНИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ВЕЛИКОТОВАРНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Березовська О.Я., здобувач,
Львівський національний аграрний університет*

Відпрацювання механізму ефективних орендних відносин земельних часток (паїв) виступає основою формування великотоварного підприємницького сектора в системі аграрного виробництва пореформеного періоду. Цей механізм складає основу відносин землекористування сільськогосподарських підприємств і, на нашу думку, навіть в умовах сформованого ринку земель сільськогосподарського призначення, виконуватиме цю роль протягом тривалого періоду. Водночас, орендні земельні відносини повинні унеможливити подальшу парцеляцію сільськогосподарських угідь, а відтак, збереження і нарощування достатнього рівня концентрації землекористування робитиме сільськогосподарські підприємства більш привабливими об'єктами інвестування, дозволить з більшою ефективністю використовувати засоби механізації, трудові ресурси,

* Науковий керівник – Липчук В.В., д.е.н., професор

диверсифікувати діяльність підприємств.

Оренда земель створює умови для нормального функціонування не тільки великих сільськогосподарських підприємств, а й для організації й відносно невеликих фермерських господарств. Крім цього орендарями земельних часток (паїв) можуть бути не тільки сільськогосподарські підприємства в особі їх діючого керівництва, а й представники капіталу неаграрного походження. Загалом, механізми оренди земельних часток (паїв) крім цього створює можливість для переходу угідь до більш ефективного користувача, а отже – для їх економічного перерозподілу. Принципове значення в системі орендних відносин має зафіксований законодавством принцип добровільності оренди. Власник частки (паю) має можливість вибору способу його використання (особистого чи здачі в оренду) й певною мірою – можливість вибору орендаря.

У Львівській області чинний механізм оренди земель на сьогодні не спроможний ефективно запобігти проблемі парцеляції угідь, більше того у даній час можливості для вільного вибору власниками земельних паїв їх орендаря здебільшого досить обмежені. Це означає, що безсумнівні прогресивні властивості механізму оренди землі не вдається повною мірою реалізувати на практиці.

Стабільність орендних відносин значною мірою залежить від умов, зафіксованих у договорах оренди та від спроможності орендаря їх дотримуватися, адже після завершення терміну дії одного договору оренди сторони можуть укласти інший. Та нерідко відносини сторін перериваються завчасно. Здебільшого це трапляється у випадку припинення діяльності сільськогосподарського підприємства через банкрутство. Однак бувають випадки, коли керівники підприємств не заперечують проти дострокового припинення відносин з окремими орендодавцями, виділяючи належну їм земельну частку у встановленому порядку. Тоді площа землекористування підприємства зменшується, але воно продовжує функціонувати далі. Звичайно, встановлення терміну оренди землі має важливе значення для розвитку орендних відносин. Більший термін дає можливість орендареві сформуванню раціональної сівозміну, стимулює здійснення значних витрат на підвищення родючості ґрунтів, поліпшення угідь і в кінцевому підсумку сприяє підвищенню інтенсифікації сільськогосподарського виробництва.

Переважно селяни передавали земельні паї в оренду сільськогосподарським підприємствам, в яких вони отримали цей пай. Водночас дещо зросла кількість паїв, зданих в оренду фермерам, що

сприяло нарощуванню потенціалу фермерських господарств. Далеко не завжди селяни мають реальну можливість вибору орендаря, здебільшого для власників паїв альтернативою може бути лише самостійне їх використання. Крім цього, серед власників земельних паїв чимало осіб, які з тих чи інших причин не приділяють увагу забезпеченню їх ефективного використання. У Львівській області близько половини орендодавців – пенсіонери, а серед орендодавців частка працівників сільськогосподарських підприємств теж порівняно невелика і продовжує зменшуватись за рахунок переходу права на пай від їх теперішніх власників до інших осіб.

Вивчення намірів власників земельних часток щодо розпорядження ними необхідне для прогнозування тенденцій у розвитку відносин оренди, очікуваної ціни продажу паїв тощо. Перехід права на земельний пай, який вилучений з користування сільськогосподарським підприємством і використовується селянською сім'єю для ведення особистого господарства, здебільшого не фіксується. Тому не зареєстровано жодного переходу права на земельну частку у Сколівському й Турківському районах, де взагалі відсутні засвідчені договорами відносини оренди земельних часток. Відносно невеликою є частка таких переходів порівняно з кількістю отриманих сертифікатів у Перемишлянському, Старосамбірському і Мостиському районах, де питома вага орендованих сільськогосподарських підприємствами угідь у загальній їх площі також досить низька. Зважаючи на високу частку серед власників паїв пенсіонерів та осіб, котрі не мають стосунку до сільськогосподарського виробництва, можна очікувати, що в перспективі число бажаючих продати земельний пай буде досить великим. Відтак ціна земельних часток порівняно з теперішньою грошовою оцінкою чи зарубіжними аналогами буде досить низькою.

На нашу думку, немає підстав з особливою гостротою з цих проблем драматизувати, але місце матимуть усі складові елементи реалізації механізму ринку земель сільськогосподарського призначення. Нами проведено за допомогою розрахунково-конструктивного методу прогнозний розрахунок здійснення ринкових трансакцій на основі продажу і оренди сільськогосподарських угідь особистих селянських господарств у розрізі адміністративних районів Львівської області. В основу таких розрахунків нами покладені наступні параметри. У Львівській області у 2010 р. виробництвом сільськогосподарської продукції займалось 241,8 тис. власників землі в колективних садах і городах, які володіли 27,2 тис. га землі, в

середньому 0,11 га на одного власника. Для розрахунків нами було взято 150,4 тис. власників землі в колективних садах і городах із площею землі 18,1 тис. га, що належать до сільської місцевості, за виключенням жителів м. Львова. Власники землі в колективних садах і городах сільської місцевості у 2010 р. в середньому на одного користувача мали 0,12 га сільськогосподарських угідь і очевидно вони продовжуватимуть займатися цим видом діяльності на виділених їм землях.

Наші дослідження свідчать, що все-таки 30% сільськогосподарських угідь особистих селянських господарств у результаті зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення будуть продані. Із решти сільськогосподарських угідь необхідно залишити для ведення особистого підсобного господарства, виходячи із науково-обґрунтованих норм (0,25 га сільськогосподарських угідь на одне особисте селянське господарство). Залишок сільськогосподарських угідь особистих селянських господарств поетапно на основі оренди буде використовуватись організаційно-правовими структурами різних форм власності і господарювання, а також фермерськими господарствами. Передбачаємо також створення нових юридичних осіб у виді сільськогосподарських підприємств на базі особистих селянських господарств і оренди землі. В розрахунках передбачено, що до 2015 р. можливо укласти договори оренди із особистими селянськими господарствами, залучивши 45 % вільних земель, а решта – до 2020 р.

ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

*Березівський Я.П., к.е.н.,
Львівський національний університет
ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького*

Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи як агросервісні організаційні форми спільних дій, викликають підвищений інтерес в аграрному секторі економіки України і все більше сільськогосподарських товаровиробників (сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, фермери, власники особистих селянських господарств) беруть участь у створенні та діяльності обслуговуючих кооперативів або мають наміри

вступити до таких формувань. Більше того, створення та функціонування таких кооперативів здебільшого не потребує великих матеріальних витрат, а його члени можуть вкласти лише невеликі пайові внески. Вищенаведене, а також відмова держави в ринковій економіці від постачальницько - збутових функцій і обумовила необхідність розвитку обслуговуючої кооперації в аграрному секторі економіки.

Саме кооперативні формування дають змогу товаровиробникам одержувати прибуток від додаткової вартості на стадіях подальшого руху виробленої ними продукції, передусім переробки, використовувати професійний менеджмент і конкурувати з іншими суб'єктами господарювання.

Досягнення стабілізації вітчизняного сільськогосподарського виробництва та перехід до його розширеного відтворення можливий лише за умови достатнього розвитку інфраструктури аграрного ринку, передусім на кооперативних засадах та перерозподіл з боку держави доданої вартості як між галузями продовольчого підкомплексу так і в економіці загалом. Невід'ємною частиною цього процесу, безумовно, має стати раціональна організаційна структура сільського господарства, сформована з широким використанням кооперативної ідеї та при достатньо високому рівні професійного менеджменту. Слід зауважити, що розвиток кооперативних відносин в аграрному секторі значною мірою стримує економічна слабкість сільськогосподарських товаровиробників, включаючи дрібних приватних власників особистих селянських господарств, які є основною ланкою кооперативного руху. Відсутність коштів для формування кооперативних структур та недостатня увага до цих процесів державних органів управління усіх рівнів не дають можливості повною мірою реалізувати кооперативну ідею. Поліпшення фінансового стану сільськогосподарських товаровиробників і економіки в цілому сприятиме розвитку обслуговуючих кооперативів на селі, зокрема, маркетингових, які забезпечують вихід товаровиробників на ринки збуту продукції. При цьому, реалізація продукції за сприяння кооперативних формувань найбільш сприятливий і надійний канал збуту, адже він контролюється самими її виробниками, особливо для продукції яка швидко псується, що може привести до значних збитків підприємств-виробників.

Узагальнення наукових досліджень і практики виробничої діяльності дає змогу запропонувати нам основні види обслуговуючих кооперативів, у яких можуть брати участь (мати право членства і

власності у кооперативі) товаровиробники, які водночас є і клієнтами кооперативу. Зокрема, обслуговуючий кооператив виробників молока (кооперативне товариство виробників молока) створюється з метою: надання останнім можливості реалізації власної продукції без зайвих ринкових посередників; отримання прибутку не лише безпосередньо від виробництва, а й від переробки, транспортування, оптової і роздрібно торгівлі; реалізації продукції у великих масштабах; виходу на стабільні ринки збуту продукції; використання професійного управлінського персоналу.

Призначення кооперативу з матеріально-технічного постачання: організувати стабільне матеріально-технічне постачання за найсприятливішими цінами; уникнути зайвих ринкових посередників; здійснювати постачання великих масштабів; виходити на стабільні, в тому числі міжнародні ринки засобів виробництва, використовувати професійний управлінський персонал. Призначення кооперативу спільного використання техніки: придбати техніку, яку недоцільно тримати в одноосібному володінні; організувати оптимальне використання техніки своїх членів-клієнтів; уникнути зайвих ринкових посередників; виходити на стабільні, в тому числі міжнародні ринки технічних засобів виробництва; використовувати професійний управлінський персонал.

Призначення кооперативного товариства садівників і овочівників: надати виробникам плодів, ягід і овочів можливість реалізації власної продукції без зайвих ринкових посередників; отримати прибуток не тільки безпосередньо від виробництва, а й від зберігання продукції, її переробки, транспортування, оптової і роздрібно торгівлі; здійснювати реалізацію продукції у великих масштабах; виходити на стабільні, в тому числі міжнародні ринки збуту; використовувати професійний управлінський персонал; організувати матеріально-технічне постачання за найсприятливішими цінами; забезпечувати розсадою та саджанцями найкращих вітчизняних і зарубіжних сортів. Призначення сільськогосподарського багатофункціонального кооперативу: надання комплексу послуг сільськогосподарським товаровиробникам – членам кооперативу, пов'язаних з виробництвом, заготівлею, зберіганням, переробкою (первинною) та збутом сільськогосподарської продукції; надання послуг з обробітку, поліпшення сільськогосподарських угідь, постачання насінневого та садивного матеріалу, добрив, молодянку худоби і птиці, звірів; надання культурно-побутових, ритуальних, транспортних, експедиційних і консультативних послуг з питань

сільськогосподарського виробництва і комерційної діяльності; проведення природоохоронних заходів та селекційної роботи.

Машинно-технологічний кооператив являє собою групу сільськогосподарських товаровиробників, які вирішили розділити власність та спільно використовувати сільськогосподарську техніку, яку індивідуально вони б не могли використовувати на повну потужність, чи придбати окремо за власні кошти. Вони визначають правила для забезпечення ефективного функціонування кооперативу. Першим з цих правил є зобов'язання з діяльності, яке в машинно-технологічних кооперативах має певні особливості. Під час створення кооперативу, або при купівлі нової сільськогосподарської техніки, кожен член або майбутній член кооперативу зобов'язується використовувати кожну одиницю сільськогосподарської техніки у визначеному обсязі (для більшості одиниць – це кількість гектарів, для тракторів та деяких спеціальних машин обсяг роботи визначається кількістю годин та днів). Кожен член бере участь у фінансуванні техніки пропорційно до обсягу використання, на який він погодився: він вносить паї пропорційно до своїх зобов'язань щодо діяльності.

Засновниками більшості обслуговуючих кооперативів на сьогоднішній день є фермерські та особисті селянські господарства. Головна мета такої кооперації – первинна обробка і зберігання зернових культур та їх переробка, заготівля й реалізація молока, надання ветеринарно-зоотехнічних, технологічних та транспортних послуг, постачання матеріально-технічних засобів, їх ремонт і технічне обслуговування, догляд за вирощуванням сільськогосподарських культур, їх збирання, заготівля кормів тощо.

В цілому слід відзначити, що кооперативна форма діяльності в сільському господарстві зумовлена потребою становлення стабільних зв'язків товаровиробників із ринком, тому функціонування дрібного виробництва з орієнтацією на ринок становить об'єктивну основу розвитку кооперативного руху. Важливим є те, що кооперація вертикального типу не призводить до обмеження прав її учасників з точки зору відносин власності. Товаровиробники залишаються повноцінними власниками засобів виробництва, виробленої продукції, одержаних доходів тощо. Завдання кожного члена кооперативу – забезпечити найефективніший контроль за використанням своєї, спільної власності.

ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

*Боровик Т.В., к.е.н., доцент, Даниленко В.І., к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції призвели до зростання популярності нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники виробництва прагнуть об'єднатися в кластери. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки.

Для України це питання особливо актуальне. Державі з повністю централізованим у минулому господарством необхідно шукати шляхи його перебудови, щоб мати змогу гідно конкурувати на світовому ринку, де держави з ринковою економікою посідають провідне місце. Але сьогодні вона знаходиться в умовах, коли окрім надії на західну допомогу чи інвестиції, їй необхідно максимально використовувати наявні власні ресурси, щоб мати незалежну економіку і високий рівень якості власної продукції.

Кластер в економічній літературі визначається як індустріальний комплекс, що сформувався на основі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, що пов'язані технологічним ланцюгом.

В Європі за рівнем кластеризації особливо виділяються Італія і країни Балтійського регіону. У Норвегії уряд стимулює співпрацю між підприємствами в кластері «морське господарство». Економіка Фінляндії повністю кластеризована (в ній виділено 9 кластерів). В Данії функціонує 29 кластерів, в яких беруть участь 40 % усіх підприємств країни, які забезпечують 60 % експорту [3].

Основними перевагами кластерної моделі організації діяльності підприємств є: підвищення економічної ефективності і конкурентоспроможності спільної діяльності об'єднаних у кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю; зменшення собівартості виробленої продукції за рахунок спільного використання ресурсів та інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів продукції, розвитку

кооперування, договірної спеціалізації; стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновації шляхом збільшення міжфірмових потоків ідей та інформації; покращення інвестиційної привабливості регіонів; налагодження зв'язків між державними і бізнесовими колами при розв'язанні економічних проблем регіонів.

Що стосується України, то процес впровадження кластерної моделі організації господарської діяльності знаходиться у стадії становлення. Не дивлячись на здійснення ряду заходів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності окремих секторів економіки України та її регіонів на базі кластерної моделі, кількість діючих кластерів в Україні залишається незначною.

Основою створення кластерів є економічні зв'язки, що базуються на довгострокових контрактах і здійснюються шляхом вертикальних і горизонтальних взаємодій між різними бізнес-суб'єктами та їх постійної (або довготривалої) взаємозалежності, як правило, взаємовигідної, обумовленої принципом синергізму (тобто діючи разом).

Враховуючи те, що в основу утворення кластерного типу покладено міжгалузевий принцип та зв'язки між підприємствами і організаціями, це дає можливість: ефективніше розвиватися виробництву; зменшувати ризики при сумісній діяльності, а при їх виникненні – розподіляти між усіма членами кластера; ширшого доступу до зовнішніх ринків збуту продукції; зменшувати транзакційні витрати, проводити підготовку і перепідготовку спеціалістів, проводити науково-дослідні роботи, звести до мінімуму внутрішньокластерну конкуренцію.

Однією з основних особливостей організації виробництва по типу кластера є те, що основна частка прибутку від реалізації продукції залишається не у виробників кінцевої продукції, а відповідно до кластерного механізму взаємовідносин кожен із учасників одержує прибуток, що еквівалентний його витратам. Також особливістю кластерів є й те, що механізм їхнього формування і функціонування дає можливість мати синергетичний ефект. Він досягається за рахунок об'єднання ресурсів (матеріальних, фінансових, інноваційних, інформаційних тощо), зменшення транзакційних витрат, сумісний вихід на ринки з виробленою продукцією, врегулювання інтересів учасників такого утворення, формування ефективної системи самоорганізації та самоуправління.

Але, незважаючи на зростання інтересу до кластерів і ефективний досвід їх впровадження в зарубіжних країнах, кількість кластерів в Україні збільшується досить повільно. Це пояснюється такими факторами: недосконалість нормативно-законодавчої бази по створенню і діяльності кластерів; відсутність досвіду і достатнього інформаційного забезпечення по створенню і функціонуванню кластерів; низьке сприйняття підприємствами інновацій; недостатня зацікавленість малих та середніх підприємств об'єднуватись у великі виробничі системи; відсутність інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю регіонів; відсутність державної фінансової підтримки кластерних утворень.

Література.

1. Бакум В.В. Методологія розробки агропромислових кластерних утворень регіону / В. В. Бакум // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 38–45.
2. Бакум В.В. Самоорганізація в агропромислових регіональних кластерах / В. В. Бакум // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 21–28.
3. Войнаренко М. Концепція кластерів – шлях до відродження виробництва на регіональному рівні / М. Войнаренко // Економіст. – 2000. – № 1. – С. 29-33.
4. Семенов Г., Богма О. Кластери підприємств як передумова активізації розвитку регіональної економіки / Г. Семенов, О. Богма // Економіка та держава. – 2006. – № 4. – С.11-13.

ПРОЕКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО МОДУЛЯ, СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО НА ВИРОБНИЦТВІ МОЛОКА

***Вознюк Л.А., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Сучасний стан аграрного сектора економіки України характеризується глибокою затяжною системною кризою, яка охопила економіку і соціальну сферу села. В наукових, політичних колах і в суспільстві тривають дискусії щодо впливу ринкових

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

трансформацій на кризову ситуацію в аграрному секторі. Ситуація, що склалася в останні роки в аграрному секторі, не дозволяє однозначно оцінити зміни, що відбулися під впливом аграрних трансформацій, і зумовлює необхідність виваженого, науково обґрунтованого підходу до подальших перетворень. Аграрна реформа в Україні має бути спрямована на структурну перебудову агропромислового комплексу, удосконалення його функціонально-компонентної територіальної структур, збалансування усіх його галузей, підвищення продуктивності та економічної ефективності використання аграрно-ресурсного потенціалу, стабільне нарощування виробництва агропромислової продукції, розв'язання продовольчої проблеми, насичення внутрішнього і зовнішнього ринку продовольчими товарами, поступовий перехід до ринкової економіки. Виходячи з цього впровадження тваринництва і зокрема виробництво молока є одним з найважливіших заходів для створення високопродуктивної і конкурентноспроможної аграрної сфери.

Для реалізації таких змін в розвинутих країнах застосовують таку форму виробництва тваринництва як стратегічний технологічний модуль. Він охоплює шість основних параметрів розрахунку: поголів'я сільськогосподарських тварин, обсяги виробленої продукції, потреба у посівній кормовій площі, потреба в операційному персоналі, потреба у персоналі сфери управління. Використання віртуального стратегічного технологічного модуля на 1000 голів ВРХ дозволить нам обрахувати основні параметри реальної стратегічної зони господарювання молочного напрямку яку рекомендується створити в межах Геніївської сільської агломерації Зміївського району Харківської області. Результати розрахунків представлені в таблиці.

З таблиці видно що для реалізації нормативного молочного технологічного модуля Геніївської сільської агломерації необхідна площа у розмірі 5551 га, 5280 голів ВРХ і 368 чоловік операційного персоналу. Впровадження такого модуля дозволить нам досягти значних результатів у тваринництві і підняти економічний рівень цієї стратегічної зони.

Розвиток аграрного сектора у окремих районах можна забезпечити шляхом об'єднання невеликих господарств і створення нових, великих, стійких до змін підприємств, які могли б сприяти відродженню сільського господарства, а особливо тваринництва. Саме цьому і сприяє впровадження стратегічного технологічного модуля.

**Нормативний молочно технологічний модуль
потужністю 1000 голів ВРХ Геніївської сільської агломерації
Зміївського району Харківської області**

1. Поголів'я сільськогосподарських тварин		
Середньорічне поголів'я ВРХ		
у фізичному обчисленні	5280	Голів
в умовному обчисленні	4290	Голів
2. Обсяги виробленої продукції		
Молоко	12000	Тонн
Жива вага:		
ВРХ	495	Тонн
Свиней	396	Тонн
Звичайний гній	52800	тонн
Біогаз	2112	Тис. м3
3. Потреба у посівній кормовій площі		
Зернофуражні культури	1501	га
кормові	2700	га
З них багаторічні трави	1350	га
разом	5551	га
4. Потреба у інвестиціях		
Інвестиції	64000	Грн.
5. Потреба в операційному персоналі		
Тваринницькі підрозділи	178	Чол.
Рослинницькі підрозділи	105	Чол.
Ветеринарна служба	6	Чол.
Разом	368	Чол.
6. Потреба у персоналі сфери управління		
Всього	118	Чол.
З них вивільнені	26	Чол.

МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Губар А.А., студентка,
Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. П. Василенка*

Сучасний світ є результатом своєрідних метаморфоз в сфері політики, економіки, соціуму, культури, науки, техніки тощо, що пов'язані з суцільними процесами інтеграції та інтернаціоналізації. Це дає підставу говорити про те, що нині будь-яка самостійність існування є скоріш виключенням з правила, аніж його підтвердженням. Тут мова вже йде не про один із важливих факторів існування світу сьогодні, а про вирішальний чинник життя людства – глобалізацію як невід'ємну частину цивілізації у ХХІ ст. На перший план виходить взаємодія в людей в умовах глобального суспільства опосередковано комунікаціями. Цим фактором і визначається актуальність обраної теми як нового підходу до вивчення факту суцільної, в тому числі, економічної, глобалізації.

Метою даної роботи є побудова та наукове обґрунтування нової моделі економічної комунікації суб'єктів ринку в умовах глобалізації. При цьому в роботі узагальнено поняття економічної глобалізації та здійснено спробу наблизити визначення економічної глобалізації до інших сфер прояву цього явища у суспільстві.

Процес вивчення явища економічної глобалізації та побудова комунікативно-економічної моделі в умовах глобалізації базується на дослідженні робіт економістів, соціологів, політологів тощо, які в різні часи по-різному оцінювали дане явище: Макліна, Робертсона, У.Бек. Вони відмічають, що глобалізація – це діалектичний процес, що створює транснаціональні соціальні зв'язки і простір, знецінює локальні культури і сприяє утворенню третіх культур [1].

В.Г.Городяненко у роботі «Соціологія» говорить про глобалізацію так: «Глобалізація визначає комунікаційну та інформаційну спроможності суспільства в цілому, створює кожній людині можливість безпосереднього спілкування з іншими суб'єктами суспільства» [2].

Наразі необхідно визначити основні структурні зрушення, які

* Науковий керівник – Левкіна Р.В., к.е.н., доцент

відбуваються у глобалізованій економіці. Нині скорочується чисельність зайнятого населення у сільському господарстві у розвинутих країнах світу. За останні 50 років кількість працюючих у цій галузі зменшилась у 5 разів. Аналогічні процеси спостерігаються у видобувній та обробній промисловості. Тут чисельність робітників скоротилась відповідно у 2 та 4 рази. Одночасно значно збільшилась кількість працюючих у сфері послуг. У США відсоток зайнятих у цій сфері вже перевищив 75% і є найбільшим у світі. Особливо високими темпами зростала зайнятість у фінансовій і страховій справі, у сфері особистих професійних та ділових послуг, у державному управлінні [3].

Нині успішно розвивається інформаційний сектор світового глобального господарства. До цієї сфери суспільства відносять освіту, науку, конструкторські розробки, створення промислових робіт, автоматизованих систем, передачу та обробку інформації. Ключове місце в інформаційному просторі посідає електронно-обчислювальна техніка. Розвиток цієї галузі забезпечує не лише значне розширення асортименту електронних виробів, але й автоматизацію інших галузей.

Іншою надзвичайно важливою складовою сучасного глобалізованого господарства є комунікації, які забезпечують безперервний обмін інформацією та досвідом. Передача інформації здійснюється через сучасні техніку і технології за принципом, розробленим соціологом Г.Ласауеллою: «Хто? – Що повідомляє? – Яким каналом? – Кому? – З яким ефектом?» [2].

Абстрактна модель пояснює теоретичний механізм взаємодії двох суб'єктів, але не надає їй практичного підґрунтя. Спробуємо це зробити на основі аналізу відносин економічних суб'єктів ринку. Тоді схема матиме наступний вигляд: «Виробник – Інформація – Комунікація – Інформація – Споживач».

У запропонованій схемі надається дві інформації, проте між ними не можна встановлювати рівності. Комунікації часто спотворюють вхідну інформацію, тому вихідна не завжди відповідає сутності інформації, яка надавалася спочатку, що позначено на схемі «інформація». Далі розкриємо взаємозв'язок між її складовими частинами.

Виробник - це економічний суб'єкт, що забезпечує пропозицію шляхом виробництва. Виробник отримує інформацію про перебування попиту на ринку завдяки засобам комунікацій, що використовуються даним суспільством. Ці ж засоби комунікацій діють і у напрямі іншого економічного суб'єкта – споживача (індивіди або

домогосподарства, що пред'являють попит на блага для задоволення потреб). Для споживачів комунікації передають інформацію про пропозицію на ринку. Таким чином, споживач благ завдяки ринковій економічній свободі аналізує надану через комунікації ринкову інформацію.

Отже, замкнутий ланцюжок «Виробник – Інформація – Комунікація – Інформація – Споживач» з класичної економічної точки зору проаналізований, спираючись на базові для ринкової економіки поняття «виробник» і «споживач», які є основою виробничої діяльності суспільства. Проаналізуємо місце в даній моделі зв'язків «Інформація – Комунікація – Інформація».

Досі зберігається просте початкове розуміння інформації як відомостей, повідомлень про що-небудь, передаваних в процесі взаємодії об'єктів, систем. Передача інформації є такою ж спільною властивістю матеріальних взаємодій, як і передача маси та енергії від одного взаємодіючого тіла до іншого у фізиці. Ключовим терміном у визначенні інформації є передача. Інформація як така, сама по собі передаватися не може, вона вимагає маніпуляцій, які проводяться комунікаціями.

Етимологічний аналіз слова «комунікація» визначає його в двох різних контекстах. Перший, – за походженням, – як шляхи спілкування (від латинського «communicatio» – роблю загальним, зв'язуюсь, спілкуюсь). Другий – за еволюцією людського суспільства – термін включає шляхи повідомлення, що фіксують універсальність явища і одночасно обмеженість підходів до його загального використання. Соціальна комунікація не може бути повністю однаково описана або представлена через модель природної комунікації. У ній осмислено відбуваються або повинні відбуватися процеси соціальної спадщини, визначені уявною діяльністю людини, розумінням того, що відбувається, коректуванням і направленістю дій відповідно цілям і цінностям існування людини і соціуму.

Аналогічну схему можна запропонувати не лише для економічних відносин суб'єктів ринку, проте і для політичних, соціальних, культурних, релігійних тощо. Зміняться лише найменування суб'єктів, але принцип взаємодії між ними є фундаментальним для будь-якої сфери життя суспільства – комунікативний. Нині він визначається фактором рівня розвитку технологій. Сучасне суспільство, постіндустріальне за ціннісним критерієм, стратегічну перевагу надає інформації, тактичну – комунікаціям. Даний процес проникає абсолютно у всі сфери життя,

вкорінюється в нього та трансформує основні напрями життя людства.

Отже, розкриті в роботі дослідження характеризує новітню економічну взаємодію у суспільстві, в якій головне місце належить комунікативній формі передачі та обміну інформацією. Дана модель може бути корисною для раціонального використання досягнень НТР в економіці та для здійснення переходу держави до постіндустріального суспільства.

Література.

1. Василик М.А. Основы теории коммуникации / Василик М.А.: Уч. Пособие для студентов. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.

2. Городяненко В.Г. Соціологія: Навч. посібник / Городяненко В.Г. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 544 с.

3. Макуха С.М. Україна в міжнародних економічних відносинах в умовах глобалізації / Макуха С.М. – Х.: Легас, 2003. – 352 с.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Єфименко Г.В., аспірант**

Інститут економіки промисловості НАН України

Перехід світових і національних економічних систем до інноваційної моделі розвитку і підвищення уваги до показників вартості бізнесу, обумовлюють актуальність дослідження інноваційних аспектів забезпечення капіталізації промислових підприємств.

Питання управління капіталізацією з використанням методів інноваційного розвитку висвітлені в роботах вітчизняних вчених. Так, Н. Брюховецька [1] визначає інновації як один із методів забезпечення капіталізації. В дослідженні М. Козоріз [5] і А. Беневської [5] інноваційна діяльність розглядається як особливий напрямок впливу на реальну капіталізацію підприємств, що здійснюється двома шляхами: по-перше, через приріст прибутку підприємств; по-друге, через приріст нематеріальних активів. Разом з тим, справедливим є висновок О. Амоші [2] і А. Двигун [2] про те, що до сих пір поняття і

* Науковий керівник – Брюховецька Н.Ю., д.е.н., професор

процес капіталізації не пов'язують з процесами інвестицій, інновацій.

Результати оцінки найбільших за рівнем капіталізації компаній Європи [6; 7] свідчать, що лідери по даному показнику є одночасно лідерами і у інноваційній сфері [6]. Так, наприклад, концерн BASF (капіталізація – 93,23 млрд. дол.) оперує значним списком інновацій, які концентруються на «п'яти кластерах зростання»: управління енергетикою, перехід на нові сировинні матеріали, нанотехнології, біотехнології і «білі» (промислові) технології. Дослідницький персонал BASF нараховує 8600 співробітників. Інноваційні технології у виробництві допомогли компанії «Nestlé» (капіталізація – 212,72 млрд. дол.) збільшити частку присутності на світових ринках і обсяги продажів, тим самим забезпечити зростання рівня прибутку і капіталізації. Інноваційна діяльність російської компанії «Газпром» (капіталізація – 199,25 млрд. дол.) передбачає розробку перспективних планів і програм для стійкого розвитку ПЕК Росії, розвиток сировинної бази і створення нових технологій для ефективного видобутку природної сировини. При цьому проведення науково-технічних розробок планується Департаментом стратегічного розвитку. ГМК «Норильський нікель» (капіталізація – 52,75 млрд. дол.) консолідував корпоративні науково-технічні активи, які отримали статус окремої галузі у складі підприємства.

Процес аналізу показників капіталізації промислових підприємств України дозволяє відзначити значну різницю з зарубіжними компаніями-аналогами. Найбільші за рівнем капіталізації підприємства України зосереджено у таких галузях промисловості [4]: металургія (Алчевський металургійний комбінат (607 млн. дол.), Азовсталь (801 млн. дол.), ArcelorMittal Кривий Ріг (2415 млн. дол.), ММК ім. Ілліча (1409 млн. дол.), Запоріжсталь (1559 млн. дол.), машинобудування (Мотор Січ (783 млн. дол.), Укравто (126 млн. дол.), Стаханівський вагонобудівний завод (265 млн. дол.), Турбоатом (277 млн. дол.), хімічна промисловість (Алчевський КХЗ (404 млн. дол.), Авдіївський КХЗ (256 млн. дол.), Ясинуватський КХЗ (180 млн. дол.), енергетика (Дніпренерго (690 млн. дол.), Центренерго (665 млн. дол.), Західенерго (480 млн. дол.), гірничо-збагачувальна галузь (Полтавський ГЗК (2475 млн. дол.), Південний ГЗК (935 млн. дол.), Північний ГЗК (946 млн. дол.).

За даними [3] у 2010 р. питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації, складає 11,5%, що на 0,8% більше ніж у

2009 р. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – 4,8 %. Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності у 2010 р. є: власні кошти – 4775,2 млн. грн., що складають 59,4 % від загальної суми фінансування, кошти іноземних інвесторів – 2411,4 млн. грн., (30 %), державний бюджет – 87,0 млн. грн. (1,1 %), інші джерела – 771,9 млн. грн. (9,5 %). Основними факторами, що обмежують здійснення інноваційної діяльності в Україні, є: брак власних коштів, недостатня фінансова підтримка держави, значні витрати на нововведення, тривалий термін окупності нововведень і ін.

Отже, досягти високого рівня капіталізації в сучасних умовах для підприємств неможливо без використання переваг інноваційного розвитку. Основними напрямками забезпечення зростання капіталізації шляхом підвищення інноваційної активності можуть бути такі: використання інноваційних технологій, інноваційне співробітництво, співпраця з науково-дослідними центрами, модернізація основних фондів, формування інноваційної культури.

Література.

1. Брюховецкая Н.Е. Механизмы наращивания капитализации предприятий / Н.Е. Брюховецкая // Капитализация предприятий: сущность, формы, моделирование факторов обеспечения: моногр. / под. ред. д.э.н., проф. Н.Е. Брюховецкой. – Донецк: ИЭП НАН Украины, ДонУЕП, 2011. – С. 53-57.

2. Двигун А.О. Соціально-економічні механізми забезпечення конкурентоспроможності виробництва: дис. ... доктора екон. наук: 08.00.03 / Двигун Алла Олександрівна. – Донецьк., - 2009. – 399с.

3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Информационная база и статистические данные ООО «Украинский фондовый центр» (UFC Capital) [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://ufc-capital.com/new/company.php?link=about>.

5. Козоріз М.А. Обґрунтування напрямків підвищення капіталізації інноваційно активних підприємств в Україні / М.А. Козоріз, Л.Я. Бенювська // Регіональна економіка. – 2009. – №1. – С. 106-113.

6. OECD Science, Technology and Industry Outlook 2010. – [Web-Source]. – Excess: <http://www.oecd.org>.

7. FT 500 – [Web-Source]. – Excess: <http://www.ft.com/intl/cms/95edc490-9d61-11e0-9a7000144feabdc0.pdf>.

СТРАТЕГІЧНО ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МОДУЛЬ, СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ НА ВИРОБНИЦТВІ СВИНИНИ

Животкова Ю.А., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Ринково-підприємницька трансформація аграрної сфери України, яка триває вже багато років, відзначилась цілим рядом зрушень, як позитивних так і негативних. До числа останніх відноситься згортання тваринництва в організаціях аграрного профілю. Воно викликало катастрофічне скорочення обсягів виробництва продукції тваринництва і свинини зокрема. Це аж ніяк не сприяє зміцненню продовольчої безпеки України та веде до втрати світових аграрних ринків на яких попит на свинину зростає з року в рік. Разом з тим зменшились масштаби внесення в ґрунти органічних добрив, що веде до руйнування гумусу.

Виходячи із ситуації, що склалася є невідкладне відродження тваринництва, що є одним із найпоширенішим заходом орієнтованих на створення високо продуктової та конкурентоспроможної аграрної сфери. При цьому під відродженням тваринництва і свинарства зокрема, не треба розглядати як просте повернення до його стану який вже колись був. Відродження тваринництва треба розглядати як виведення його на організаційний та технологічний рівні характерні для постіндустріальної ери, і які обумовлені вимогами нової парадигми управління її відродження і стратегічного менеджменту, а також і Європейської Хартії місцевого самоврядування.

Одним з надбань нової парадигми управління та стратегічного менеджменту є широке розповсюдження у розвинутих країнах такої організаційно-правової форми виробництва продукції тваринництва як стратегічний технологічний модуль.

Нагадаємо, що модуль (- лат. modulus – міра) термін який вживається для позначення декількох феноменів, серед яких найбільш прийнятним у деякому випадку позначення складової космічного корабля, здатність здійснювати самостійний політ.

Поряд із СТМ в ряді випадків може бути використаний його нормативний варіант - НТМ. В обох випадках одиницею виміру є

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

чисельність поголів'я сільськогосподарських тварин. Але у першому випадку вона є цілком реально, адже вона прив'язана до конкретних господарських організацій аграрного профілю. У другому ж випадку вона є віртуальною, неприв'язаною до конкретних організацій аграрного профілю.

Нормативний свинарський технологічний модуль потужністю 10000 голів молодняка, взятого з відгодівлі у віці 7 місяців, вагою 100 кг включає такі параметри: поголів'я сільськогосподарських тварин, обсяги виробленої продукції, потребу в сіяній кормовій площі, потребу в інвестиціях, потребу в оперативному персоналі, потребу в персоналі сфери управління.

Покажемо методику використання величин та показників на 10000 голів молодняка, знятого з відгодівлі у віці 7 місяців для обрахування основних параметрів реальної стратегічної зони господарювання свинарського напрямку, яку рекомендується створити в межах Старовірівської сільської агломерації Нововодолазького району Харківської області. Згідно з опрацюванням на кафедрі організації виробництва, бізнесу та менеджменту проектом внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації тваринництва. Результати здійснених розрахунків представимо в таблиці.

Із вище викладеного випливає висновок про доцільність додержання алгоритму розрахування. Спочатку треба розрахувати основні параметри технологічно свинарського модулю, які містяться в графі 2 табл., потім розраховуємо стратегічні параметри. Для цього розраховуємо коефіцієнт, діленням нормативного параметру кормової площі на стратегічний параметр.

Таблиця

Обрахування основних параметрів реальної стратегічної зони господарювання свинарського напрямку

Найменування показників та величин	Значення величин та показників	
	Нормативне	Стратегічне
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Поголів'я свиней, голів		
Разом свиней на початок року у фізичному обрахуванні	5300	42400

Продовження таблиці

1	2	3
Середньорічне положів я свиней, голів		
у фізичному обрахуванні	7200	57600
в умовному обрахуванні	2560	20480
Обсяг виробленої продукції, тонн		
жива вага: свиней	1200	9600
звичайний гній	27200	217600
біогаз, ман. м ³	1,0	8,0
Потреба у сійній кормовій площі, га		
зернофуражні культури	2500	20000
кормові	870	6960
з них багаторічні трави	435	3480
Разом	3370	26960
а) за умови питомої ваги сійної кормової площі 72%	1000	8000
Потреба у інвестиціях, грн.	110000	880000
Потреба у операційному персоналі, чол.		
тваринницькі підрозділи	52	416
рослинницькі підрозділи	15	120
ветеринарна служба	3	24
Потреба у персоналі сфери управління, чол.	25	200
з них вивільнені керівники	10	80

СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ АГРАРНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Ільїн В.Ю., докторант*,
Луганський національний аграрний університет**

Стояти осторонь інтеграційних процесів, які сьогодні охоплюють всю планету, ще не вдалося жодній країні. Завдяки внутрішньополітичним ритмам, наше життя все більше підпорядковується ритмам глобалізації, хвилям інтернаціоналізації та інтеграції.

Попри всю відірваність значної частини української економіки

* Науковий керівник – Ткаченко В.Г., д.е.н., професор

від глобальних ринків та автаркічність економічної поведінки уряду й національного капіталу, Україна змушена більш активно шукати відповіді на виклики глобалізації, вирішувати дилему про те, кому врешті-решт „делегувати” частину економічного суверенітету – Росії, з її проектом Єдиний економічний простір, чи об’єднаній Європі, що розширюється, напрацьовувати національну модель співпраці та взаємодії з транснаціональним капіталом [1].

Також у держави немає цілісної стратегії розвитку України у світі, стратегії, яка б не тільки декларувала, але й пропонувала технології ухвалення та проведення послідовної та прогнозованої зовнішньої політики [2].

Зазначені питання є актуальними сьогодні для України. Адже ні держава, ні бізнес, ні українське суспільство ще не готові до вступу в європейський простір [3].

На основі останніх досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, навряд чи можна серйозно говорити про осмислену участь України в інтеграційних проєктах Європейського союзу, Світової організації торгівлі, Організації за демократію і економічний розвиток [4;5]. Ні серед політичної еліти, ні в суспільстві в цілому досі немає відповіді на питання - а навіщо Україні взагалі входити в те чи інше інтеграційне об’єднання.

Глобалізація - це процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації [6]. Основними наслідками цього процесу є міжнародний поділ праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн [7]. Розглянемо вплив існуючих факторів на глобалізацію, щоб дослідити у майбутньому трансформаційні процеси очікувані у сільському господарстві за допомогою рис. 1.

Глобалізація - це посилення взаємозалежності національних економік, переплетення соціально-економічних процесів, що відбуваються в різноманітних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності [1].

Таким чином, дослідивши проблеми глобалізаційних трансформацій, треба зазначити, що сільське господарство України залишається найбільш незахищеним від впливу цих неминучих процесів. Тому, на наш погляд, існує необхідність запропонувати власні шляхи вирішення цієї проблеми. При умові, що ці вимоги будуть виконані, стан сільського господарства України може значно покращитися.

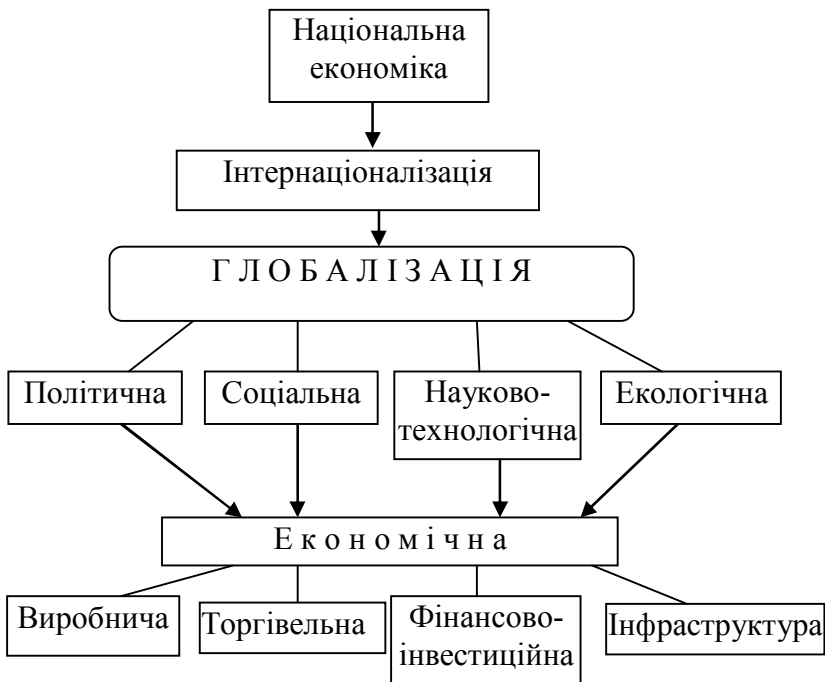


Рис. 1. Структуризація глобалізаційного процесу

Рішення аграрного питання досягається шляхом введення передової системи землеробства, яка основана на використанні правильних сівозмін, науково обґрунтованої обробки ґрунту з необхідною кількістю добрив, а також проведення різноманітних заходів, спрямованих на покращення водного режиму ґрунтів. Порушення цих вимог та несприятливі умови призводять до погіршення структури ґрунту та до розвитку водної й вітрової ерозії.

Окрім того, ми вважаємо, існує гостра потреба підняття рівня життя селян. Держава повинна організувати економічну та юридичну підтримку розвитку на селі через систему пільг, дотацій, фінансової стабілізації та ін.; бюджетну підтримку фермерських та підсобних господарств населення, на період становлення та розвитку малих і середніх підприємств, акціонерних товариств тощо, а також на придбання нової техніки, нових технологій, запчастин, племінної худоби. Вирішити питання створення житлових, культурно-побутових умов сільських жителів, забезпечення сільських населених пунктів

усіма необхідними елементами соціальної інфраструктури: газифікацією, дорогами з твердим покриттям, об'єктами побутового обслуговування (ідальні, лазні, пральні, перукарні, магазини, засоби зв'язку тощо), комунального і культурно-освітнього призначення, тобто організувати сільське життя на належному рівні.

В умовах сучасної інтегрованої і взаємозалежної світової економіки окремі держави не можуть самі вирішувати всі свої економічні проблеми. Стратегія нового уряду зрушить економіку України в напрямку повної інтеграції не тільки з Європейським Союзом, але й з міжнародною економікою через членство в міжнародних фінансових та економічних інститутах.

Всі вказані дії зрештою приведуть до забезпечення чотирьох свобод, що асоціюються з внутрішнім ринком ЄС: вільний рух товарів і послуг, робочої сили і капіталу. Це також передбачає реалізацію конкурентної політики та поступове зменшення обсягів державної допомоги. Нові реформи, які проводить уряд держави, також відобразяться на ключових секторах економіки, насамперед, на сільському господарстві та харчовій промисловості. Уряд буде проводити необхідні реформи в цих секторах у спосіб, який веде до мінімальних соціальних порушень і надасть цю перевагу українському суспільству.

Література.

1. Білорус О.Г. Глобалізація і безпека розвитку / О.Г.Білорус, Д.Г. Лук'яненко, М. О. Гончаренко та ін.; за ред. О. Г. Білоруса. - К.: ІСЕМВ НАН України, КНЕУ, 2005. - 734 с.
2. Довгострокові умови та фактори розвитку економіки України / В. Гесць // Економіст. - №3. - 1999. - С. 21-23
3. Голубева В.О. Глобалізація світової економіки та державне регулювання зовнішньої торгівлі / В.О. Голубева // Митна справа. - 2003. - № 6. - С. 56-63.
4. Зав'ялова О. Формування системи інтегрованого міжнародного виробництва та місце України в цьому процесі / О. Зав'ялова, Н. Кабанова // Укр. промисловець. - 2006. - № 5. - С. 14-15.
5. Каминская Б. Торговля и фрагментация производства: участие стран ЦВЕ в сетях производства и маркетинга ЕС /Б. Каминская, Н. Френсиз // Трансформация. - 2005. - № 2. - С. 44-45.
6. Маргелов М.В. „Глобализация” - превратность термина / М.В. Маргелов // США. Канада: экономика-политика-культура. - 2003. - № 9. - С. 47- 59.
7. Павленко Ю.В. Україна в системі глобального цивілізаційного простору / Ю.В. Павленко // Економіка і прогнозування. - 2003. - № 3. - С. 41-57.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

*Кальченко С.В., к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет*

Процес розвитку вітчизняної аграрної сфери на сучасному етапі характеризується істотними труднощами, причиною яких є дія як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Інтеграція національної економіки в світову господарську систему спричинила посилювання конкурентної боротьби у всіх сегментах ринку продовольчих товарів, як сільськогосподарської сировини, так і продуктів переробки.

Серед основних проблем розвитку вітчизняного аграрного виробництва можна виділити наступні:

1. Безсистемний характер розвитку.
2. Відсутність належного інформаційного забезпечення розвитку аграрного підприємництва.
3. Нестача матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.
4. Необхідність адаптації аграрного виробництва до вимог постіндустріального суспільства.

Постіндустріальна модель економічних стосунків передбачає принципово іншу організаційно-управлінську систему, засновану на активній участі менеджменту не лише в питаннях стратегічного планування діяльності фірми, але і в процесі розподілу результатів її господарської діяльності. Даний керівний прошарок, що отримав назву техноструктури, володіє наступними характерними рисами: використання інформації як визначального чинника виробництва; мобільність і здібність до гнучких системних трансформацій управлінських структур; тісний зв'язок учбово-наукової сфери з виробництвом.

Застосування висококваліфікованої праці в аграрному виробництві в сучасних умовах забезпечує не лише більший економічний ефект від використання ресурсного потенціалу, але і сприяє збереженню і розвитку села як соціально-економічної одиниці, оскільки, з одного боку, вимагає відповідних умов організації та оплати праці, а з іншою передбачає наявність системи підготовки кадрів. Обом цих умови сприяють скороченню відтоку працездатного сільського населення, а окрім цього позитивно вплинуть на якісне зростання аграрного підприємництва.

Проте в умовах сучасного українського села посилювання

конкурентної боротьби між виробниками при монополюсному характері ринку привело до подальшого скорочення виробництва сільгосппродукції. Одним із наслідків майнових перетворень в процесі реформування вітчизняного АПК стало скорочення числа сільгоспідприємств, що здійснювали свою діяльність на принципах крупнотоварного виробництва. Відомий консерватизм в організації виробничого процесу і відсутність системи інформаційного забезпечення позбавляє дані фірми можливості швидко трансформувати виробничий механізм, пристосовуючись до умов ринку.

Тому найбільш перспективним напрямом розвитку вітчизняного села є забезпечення консолідації місцевих жителів в мультиспільноті на умовах взаємовигідної співпраці. При цьому слід не обмежуватися досягненням економічних вигод для окремих груп осіб, але забезпечити комфортне співіснування всіх членів спільноти в рамках адміністративно-територіальної одиниці.

У даному аспекті найбільш ефективним способом консолідації сільгоспвиробників на принципах взаємовигідної співпраці є створення кооперативних організацій. Історичний досвід розвитку суспільства свідчить, що люди здавна практикували кооперування з метою взаємодопомоги. Кооператив є особливою формою організації господарської діяльності, оскільки містить в собі практичну можливість ведення бізнесу на умовах рівності прав його учасників. Більш того, забезпечення конкурентоспроможності кооперативних організацій зобов'язало постійно підвищувати професійний і освітній рівень його членів, в першу чергу зайнятих в сфері менеджменту.

Зважаючи на незмінну ротацію членів керівного складу кооперативу, обумовлену специфікою його системи управління, ми можемо говорити про масовий характер інтелектуального розвитку членів кооперативу, що є особливо актуальним в умовах формування в макроекономічній просторі моделі інформаційного суспільства.

Важливим в цьому зв'язку є формування в системі аграрного підприємництва техноструктури як особливої спільноти, що динамічно розвивається та здатна ефективно обробляти інформацію і створювати нові знання. Одним із шляхів досягнення мети є відтворення на базі сільських територій системи інтеграційних утворень, зокрема виробничих та обслуговуючих кооперативів. Становлення кооперації в Україні тривалий час уповільнювалося причинами як суто економічного, так і адміністративного характеру.

На сьогоднішньому етапі розвитку аграрного підприємництва

кооперативний спосіб інтеграції сільгоспвиробників є найбільш перспективним в двох аспектах: створення обслуговуючих кооперативів на базі крупнотоварних виробничих одиниць, коли досягнення поставлених завдань стимулюватиме формування техноструктури, яка забезпечуватиме ефективніше використання ресурсного потенціалу.

В той же час великі перспективи має консолідація дрібних господарств з метою досягнення як економічного, так і соціального ефекту. Процес кооперації в даному сегменті аграрного підприємництва стимулюватиме зниження долі натурального виробництва, сприятиме тим самим підвищенню як обсягу доходів селян, так і рівня забезпечення населення продовольством. Необхідно відмітити, що прийнята державна програма ставить собі на меті оптимізацію існуючої нормативно-правової бази, надання організаційної підтримки створенню сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, удосконалення матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Куплевацький А.М., студент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Однією з актуальних проблем агропромислового комплексу України є інноваційний шлях розвитку сільськогосподарського виробництва. Широке впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності сільськогосподарських підприємств сприяє зростанню продуктивності праці, економії різних видів ресурсів, скороченню втрат і зниженню собівартості аграрно - продовольчої продукції, нарощуванню обсягів і підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва.

Інноваційний потенціал формує здатність аграрних підприємств конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і

* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач

допомагає уникнути економічної кризи.

Важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України є інноваційна модель розвитку. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва на сучасному етапі зумовлюється в значній мірі широким впровадженням у практику вітчизняних і світових досягнень науково-технічного прогресу, стратегічна роль в якому належить інноваційній діяльності.

Результати впровадження інновацій віддзеркалюються в збільшенні обсягу продаж, зниженні собівартості продукції, зростанні фондоозброєності та продуктивності праці, підвищенні рентабельності роботи й інших виробничо-фінансових показників діяльності аграрних підприємств, а також соціально-економічного розвитку сільських територій.

Сутність інноваційного розвитку різних галузей національного господарства не містить принципових розходжень. Проте в агропромисловому комплексі і особливо в сільському господарстві характер і основні напрями цього процесу істотно відрізняються.

Можна виділити такі основні особливості інноваційного процесу в агропромисловому виробництві: великий та різноманітний асортимент сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, суттєва відмінність в технологіях виробництва різних видів продукції рослинництва і тваринництва; великий розрив у часі між створенням нових розробок та їх масовим освоєнням, який передбачає додатковий період випробувань та репродукції; дослідження живих організмів; провідна роль науково-дослідних установ; залежність від природної зони та клімату; сезонність сільськогосподарської праці.

Із впровадженням новацій у галузь види продукції, як правило, не змінюються, тільки набувають покращених властивостей. Інноваційну діяльність у сільському господарстві запропоновано розглядати на чотирьох етапах: розробка новацій, їх апробація та перевірка, відтворення новацій, а також впровадження їх у виробництво.

За допомогою інновацій можна досягти нового, якісного рівня виробництва. Основною метою інновацій в аграрній сфері є забезпечення економічності та екологічності сільськогосподарського виробництва.

Розвиток інноваційної діяльності в сільському господарстві України – важливий напрям нарощування конкурентних переваг, оскільки аграрна галузь економічно розвинутих країн поступово перетворюється в наукомістку галузь виробництва.

Отже, можна зробити висновок, що у контексті існування необхідності нарощування обсягів виробництва та рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції одним із перспективних напрямів розвитку аграрних підприємств України є використання інноваційних підходів до здійснення господарської діяльності в сільському господарстві.

«ІННОВАЦІЯ», «ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС» ТА «ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК» СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Луньова В.А., здобувач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Технологічний розвиток вітчизняного АПК все більшою мірою починає залежати від інтелектуальної продукції інших розвинених країн. Технічна відсталість викликає і економічну відсталість держави. Тому важливу роль набуває глибоке вивчення можливостей використання інновацій як фактору економічного розвитку.

Питання ролі інновацій в економічній системі знайшли своє відображення в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних економістів і вчених. До них, передусім, належать праці Н.В. Краснокутської, В.А.Іванова, Твісс Брайана, А.М. Ясира, Р.А.Фатхутдінова, С.Д.Ільєнкової, Й. Шумпетера, Дж. Сорос, В.Хіпель, Кот О.В., Шайтана Б.І. та ін. Аналіз наукової літератури і власні дослідження дозволяють зробити висновок, що існує необхідність у розвитку тлумачень понять «інновація», «інноваційний процес», «інноваційний розвиток».

Більшість економістів-науковців дотримуються єдиної думки про те, що інновація є остаточний результат інноваційної діяльності у формі нового чи вдосконаленого продукту, нового організаційно-технічного рішення виробничого чи комерційного характеру (Іванов В.А., Кот О.В., Шайтан Б.І., Коробейников О.П., Малиновський Ю.В., Федоренко В.Г., Гордійчук А.І.).

Деякі науковці приходять до висновку, що специфічний зміст

* Науковий керівник – Олесь В.М., д.е.н., професор

інновацій складають зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція зміни (Льєнкова С.Д., Фесенко А.Г.).

Ми у своїй роботі вважаємо, що «інновацію» необхідно розглядати як фактор технологічного виробництва, технологію або продукт виробництва, який має ознаки новизни. Його запровадження та/або реалізація дають можливість одержати економічний, соціальний, екологічний ефекти, враховуючи комплексність умов сталого розвитку сільського господарства.

Але, простежуючи основні підходи поняття, необхідно також приділити увагу поняттю «інноваційний процес». Так поняття «інноваційний процес» різні автори трактують по-різному. (Бочаров М.К., Кірейцев Г.Г., Власова А.М., Краснокутська Н.В.). Відомо, що інноваційні процеси підпорядковуються теорією циклічного розвитку. Слід зазначити, що інноваційний процес у сільському господарстві, порівняно з іншими галузями, характеризується тривалими термінами розробок і апробації. Так, наприклад, для виведення нових порід тварин потрібно стільки часу.

На нашу думку інноваційний процес – це процес виникнення ідеї, генерації нового знання, розробки та апробації дослідницьких зразків, запровадження у масове, серійне виробництво та реалізація продукції і технологій, які відрізняються науково-технічною новизною. Інноваційний процес розкриває зміст інноваційної діяльності та передбачає перетворення наукового знання у реальність.

Разом з поняттям «інновації», «інноваційний процес» часто використовується термін «інноваційний розвиток», який має свої особливості, а саме: новації пропонуються, відбираються і впроваджуються свідомо та цілеспрямовано (Д.О. Карлюка). Так деякі науковці вважають, що інноваційний розвиток АПК реалізується в декількох напрямках, що взаємно впливають і доповнюють один одного (механізація, автоматизація, хімізація та інше), на практиці представлено та обумовлюється: створенням і використанням досконаліших виробів, поліпшенням їх техніко-економічних параметрів, механічних, хімічних і інших характеристик; підвищенням технічного рівня виробничих процесів, створенням нових і удосконаленням існуючих типів машин, обладнання, агрегатів і приладів і їх впровадженням; створенням, винаходом, впровадженням і використанням нового вигляду матеріалів, палива та енергії, вдосконаленням і більш доцільним використанням існуючих видів матеріалів і сортів рослин; розробкою, впровадженням нових технологічних засобів виробництва і вдосконаленням існуючої

технології, організації виробничих процесів (Ржига А., Ситник В.П.).

Ми у своїй роботі пропонуємо розглядати інноваційний розвиток сільськогосподарських підприємств, як конструктивну динаміку переходу підприємства з одного стану в інший, який забезпечується за рахунок інновацій. Тобто, основне призначення інноваційного розвитку підприємства полягає в тому, щоб сприяти його зростанню на основі розробки і реалізації інновацій.

ЕКОНОМІЧНЕ ПІДГРУНТЯ ОПТИМАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ У СВИНАРСТВІ

*Маковецький В.Т., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П.Василенка*

Сталий розвиток свинарства, підвищення його конкурентоздатності, забезпечення достатнього виробництва м'яса на душу населення в сучасних умовах можливе лише завдяки використанню сучасних технологічних, інженерно-будівельних, організаційно-економічних рішень.

Незважаючи на велику чисельність наукових праць, пов'язаних із дослідженням перспектив забезпечення ефективного розвитку вітчизняного свинарства та використання інновацій при виробництві свинини, об'єктивних економічних обґрунтувань доцільності використання тієї чи іншої технології утримання свиней на сьогоднішній день немає.

Існує велика кількість суперечливої інформації про так звану високоефективну, інтенсивну, ресурсо - енергозберігаючу, маловитратну технологію утримання свиней на глибокій незмінній солом'яній підстилці. Спеціалісти Інституту тваринництва центральних районів УААН Чертков Д., Колот І., Гламазда В. у багатьох публікаціях на протязі більше десяти років намагаються доказати, що ця технологія найкраща, найдешевша і підходить для утримання всіх статевих-вікових груп свиней. Але вказані вчені наводять не завжди правдиву інформацію. Згідно їхніх даних собівартість свинини, виробленої при цій альтернативній технології на 30% нижча, ніж при будь-яких інших технологіях. Середньодобові прирости при цій технології згідно їх даних такі: поросята групи 0-2міс. – 300-350г, дорощування – до 600г, відгодівля 900-950г, по 22

підсвинка припадає на основну свиноматку, що також утримується на протязі року в таких умовах. В цехах відтворення запліднюваність свиноматок сягає до 95%, поросята народжуються середньою живою масою 1,3-1,5кг при збереженні до відлучення до 95%, а по окремих групах – до 98-99%.

Освоєння маловитратної технології однофазного утримання свиней, дякуючи високій продуктивності свиней, дає змогу, порівняно з традиційною технологією: підвищити навантаження свинопоголів'я в розрахунку на оператора-свинаря по групі холостих і поросних свиноматок у 3-5 разів; свиноматках на підсосі у 2-3, молодняку на дорощуванні та відгодівлі у 5-7 і племінному й ремонтному молодняку в 4-5 разів. Витрати праці на 1ц приросту знижуються до 3,5-4 люд.-год., кормів на 1кг живої маси – 3,0-3,5к. од. У структурі собівартості витрати на заробітну плату знижуються до 4% або у 8—1утримання основних засобів – 3%, на енергоносії – до 1,5-2%, засоби захисту тварин – до 1%, роботи і послуги – до 7, інші прямі витрати близько 7, корми – до 75, затрати на організацію і управління (накладні витрати) – до 2%. У структурі собівартості витрати кормів значно зросли, що є позитивним фактором. А так звані непродуктивні – енергоносії, накладні тощо значно знизились. Це свідчить про раціональне використання праці й коштів при мало витратній технології.

Але за іншими джерелами по результатам роботи і корпорації «Агро-Союз», і ВСАТ «Слобожанський» Чугуївського району Харківської області насправді показники досягались значно гірші, а були періоди, про які вказані підприємства навіть згадувати не хочуть, оскільки ветеринарні інфекції призводили до значних втрат. Так в агрокомбінаті «Слобожанський», потужність якого 108тис. свиней на рік, станом на грудень місяць 2011 року на відкормі вже майже не було зовсім свиней (відкорм утримувався за технологією аналогічною тій, що в «Агро-Союзі»).

Наші розрахунки та практичний досвід роботи свинокомплексу корпорації «Агро-Союз» Дніпропетровської області, та свинокомплексу ВСАТ «Слобожанський» Чугуївського району Харківської області доводять, що ця технологія по більшості основних показників є найгіршою серед усіх існуючих сучасних технологій і не є насправді ні високоінтенсивною, ні маловитратною, ні високоефективною, ні ресурсоенергозберігаючою. По показникам валової продукції, прибутку на одиницю виробничої площі ця альтернативна технологія вдвічі гірша технології утримання на твердій підлозі. Витрати корму на 1ц приросту у зимовий період та в літню

спеку на 10-25% вищі ніж при традиційних технологіях, витрати праці теж щонайменше вдвічі більші, а значить вища і собівартість свинини.

Наші розрахунки свідчать, що найкращою на сьогоднішній день все ж таки є технологія утримання свиней на частково щільній підлозі зі самоспальною системою видалення навозу з приміщень по трубах ПВХ. При цій технології використовують капітальні приміщення і створюються оптимальні умови утримання свиней (температура приміщень в усі пори року близько 18⁰ С, правильна і достатня вентиляція, яка підтримує в нормі якісний склад повітря щоб не було перевищень по аміаку, СО₂ та іншим шкідливим для тварин газам, а особливо щоб не було перевищень по бактеріальній флорі, що знаходиться у повітрі). Також необхідно підтримувати нормальну вологість у приміщенні, оскільки надмірна вологість є фактором, що пригнічує нормальний розвиток тварин і у рази збільшує загрозу виникнення респіраторно-репродуктивного синдрому, цирковірусної інфекції свиней, парвовірусної інфекції, хвороб дихальних шляхів, африканської чуми та інших надзвичайно небезпечних інфекцій, деякі з яких не мають не тільки засобів ефективного лікування, а навіть засобів профілактики захворювань (наприклад, проти африканської чуми вакцини розроблені, але вони не гарантують безпеку тварин, тобто не працюють). Оптимальні умови мікроклімату підтримуються у приміщеннях в автоматичному режимі. Свині годуються із самогодівниць збалансованими за всіма необхідними компонентами кормами, роздача корму теж відбувається автоматизовано за рахунок шайботросових кормороздавачів. Поїння тварин відбувається за допомогою автопоїлок. Тобто практично всі технологічні процеси потребують мінімум ручної праці і гарантують високу ефективність вирощування свиней при дотриманні технологічних вимог.

Проте вартість капітальних приміщень у рази перевищує вартість півкових ангарів. І в Україні все ще знаходяться послідовники утримання свиней в таких ангарах на глибокій незмінній солом'яній підстилці, хоч як уже зазначалося, таке утримання свиней насправді значно програє більш традиційним технологіям утримання свиней в капітальних приміщеннях на твердій підлозі. Тому подальші дослідження слід вести саме в напрямку удосконалення і здешевлення традиційних технологій утримання свиней в капітальних приміщеннях на твердій підлозі.

Нами розроблено тип приміщень, який дозволяє щонайменше вдвічі здешевити і прискорити будівництво свиноферм. Здешевлення будівництва можна досягти за рахунок більш вдалих інженерно-

будівельних рішень, використання сучасних будівельних матеріалів та технологій, здешевлення вартості проектних робіт і погоджувальних процедур (використання типових проектів). Але всі ці здешевлення не повинні погіршувати нормальні умови утримання тварин, показники використання кормів, повну реалізацію генетичного потенціалу свиней, ветеринарну безпеку. Все це дасть змогу виробляти якісну, відносно недорогу, конкурентоздатну свинину вітчизняного виробництва.

ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ

Нагорнюк О.П., аспірант,
Львівський національний аграрний університет*

Виробничо-господарська діяльність сільськогосподарського підприємства будь-якої організаційно-правової форми неможлива без витрат ресурсів, тобто спочатку мають місце витрати ресурсів, а потім результати, пов'язані з цими витратами. А основним мотивом діяльності підприємства в ринкових умовах є максимізація прибутку. Реальні можливості реалізації цієї стратегічної мети в багатьох випадках обмежені витратами виробництва та попитом на продукцію, що виробляється. Отримання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економія ресурсів, залежать від того, як підприємство вирішує питання управління витратами, котре передбачає пошук способів їх зниження. Витрати є основним обмежником прибутку і одночасно головним чинником, який впливає на обсяг продукції.

Звідси витрати є об'єктивною економічною категорією, історично пов'язаною з виникненням виробництва і товарного обігу. При цьому для розуміння суті витрат важливо зазначити, що крім трактування їх як витрачені ресурси, які можуть виступати у формі грошових коштів або ж мати грошову оцінку, вони завжди стосуються якоїсь роботи та її оцінки з позиції мети підприємства й обчислюються за певний розрахунковий період.

І все-таки, на нашу думку, поняття «витрати» є складною економічною категорією, виходячи з їх місця, ролі й етапу виникнення

* Науковий керівник – Березівський П.С., д.е.н., професор

у діяльності підприємства. З метою глибшого з'ясування сутності витрат розглянемо початковий етап їх формування, виходячи з того, що поняття «витрати» певним чином пов'язане з поняттям «ресурси». Формування виробничих ресурсів підприємства відбувається на ринку капіталу.

Поки необхідні ресурси знаходяться на ринку капіталу, вони є потенційними для підприємства. Якщо підприємство купує їх для забезпечення досягнення певної мети розвитку, вони стають реальними ресурсами або чинниками виробництва для цього підприємства. Таким чином, потенційні ресурси перетворюються в реальні ресурси (активи) підприємства тільки з моменту їх придбання, а в чинники виробництва – з моменту їх цільового використання.

Одна частина сформованих ресурсів підприємства забезпечує процес виробництва протягом довготривалого періоду, не змінюючи при цьому свою натуральну форму, а інша частина перебуває у сфері виробництва й обігу і споживається упродовж одного виробничого циклу. Відповідно перший вид ресурсів називають застосованими ресурсами, а другий – споживаними. Слід зазначити, що в діяльності підприємства спочатку мають місце застосовані ресурси, а потім споживані. Застосовані ресурси поступово споживаються в процесі виробництва, тобто стають частково споживаними. Задіяні в процесі діяльності підприємства ресурси, зафіксовані в грошовій формі, формують його витрати.

«Витрати» – це вартісне вираження абсолютної величини застосовано-спожитих ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети. Таке визначення терміна «витрати» є методологічною базою для їх класифікації та оцінки.

В економічній літературі є два підходи до визначення витрат виробництва: бухгалтерський та економічний. Поняття бухгалтерських витрат включає вираження спожитих засобів виробництва у грошовій формі. За цих умов підставою для класифікації витрат є задокументований факт їх здійснення. Бухгалтерія не дає відповіді на питання чи доцільними були витрати, не дає оцінки щодо обґрунтованості витрат, оскільки ці питання стосуються керівників виробництва та управління. Грошовий вираз виробничих витрат не виражає їх суті, а є необхідним з огляду на неоднорідність витрачених ресурсів і потреби сумувати їх між собою. Вартісне вираження витрат дає можливість: 1) встановити загальну кількість витрачених чинників виробництва та отриманого при цьому ефекту; 2) порівняти витрати

на виробництво подібних товарів різними підприємствами; 3) здійснює оцінку рентабельності окремих товарів та послуг, різного роду діяльності; 4) оцінити рентабельність зміни матеріалу, технології, машин, організації виробництва тощо.

З економічної точки зору витрати складають тільки ту частину споживання, яка є необхідною. Тому витрати виробництва можна визначити як економічно обґрунтовані витрати матеріальних ресурсів та засобів праці за певний період часу, виражені в грошовій формі, тобто витрати згідно норм та стандартів, характерних для даного виду діяльності. Перевитрати поза встановлені норми не можуть трактуватися як витрати виробництва. З економічної точки зору – це витрати, або надлишкові витрати, що свідчить про неефективне використання чинників виробництва.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СТРАТЕГІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ

*Острoverхова Г.В., викладач,
Харківський національний економічний університет*

В умовах глобалізації інноваційна діяльність є однією з найважливіших складових успіху більшості вітчизняних підприємств. Організаційне забезпечення інноваційної діяльності (ОЗІД) є важливим джерелом економії обмежених фінансових ресурсів та створення додаткових конкурентних переваг, що особливо актуально для вітчизняних підприємств.

Питанням організації інноваційної діяльності присвячено численні публікації вітчизняних та зарубіжних авторів, але більшість з них вважає інноваційну діяльність підприємства деяким типовим процесом і не враховує особливості інноваційних процесів на різних підприємствах в залежності від форми власності, стратегій розвитку, ринків збуту тощо.

Метою даної роботи є обґрунтування необхідності диференційованого підходу до ОЗІД підприємства в залежності від обраної стратегії розвитку та розробка оптимальних наборів організаційних параметрів для різних типів стратегій.

ОЗІД – це комплекс структур і правил, які створюють умови для нормального протікання інноваційних процесів, реалізації планів,

підтримки функціонування системи на необхідному рівні за рахунок забезпечення необхідними ресурсами, організації взаємозв'язків між окремими елементами та ліквідації відхилень, що можуть виникати у системі. ОЗІД має складну структуру, кожен з параметрів якої може виступати в різних видах (табл.1). За певних умов різні комбінації цих параметрів можуть бути оптимальними або достатніми для успішного здійснення інноваційної діяльності. У той же час недостатній або надмірний розвиток того чи іншого параметру може стати причиною на шляху підприємства до комерційного успіху. Визначним фактором інноваційної діяльності підприємства є його стратегія розвитку.

На рис. 1 наведено основні типи стратегічних альтернатив підприємств та форми, в яких може здійснюватися трансформація. Кожна з цих форм має свої особливості щодо інноваційної діяльності, а відповідно і до її організації (табл.2).

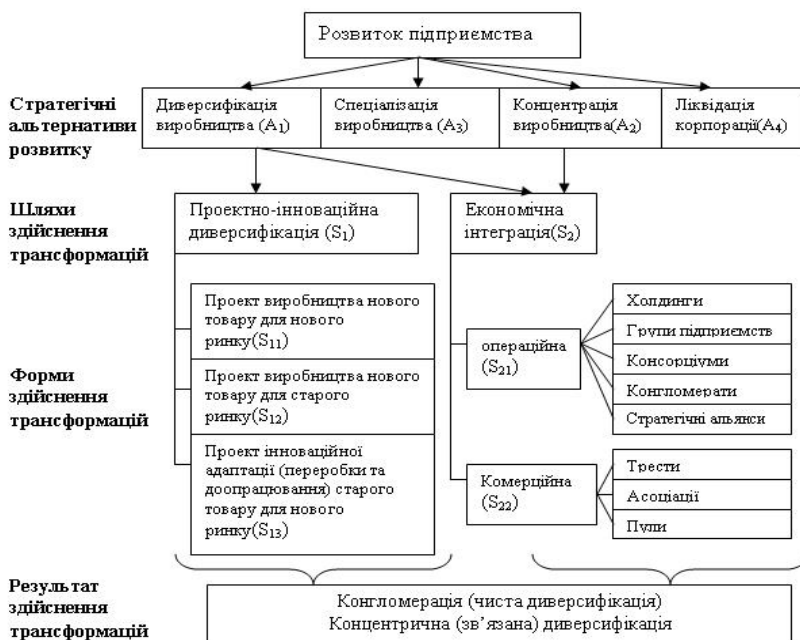


Рис. 1. Стратегічні альтернативи розвитку підприємств [3]

Диверсифікація виробництва означає розширення асортименту продукції або збільшення кількості видів діяльності. Вона може бути реалізована через економічну інтеграцію або за допомогою створення

окремого проекту. Останній варіант є найбільш вимогливим до організації інноваційної діяльності підприємства, оскільки саме інновації і складають суть розвитку у цьому випадку. Однак рівень новизни при цьому також може бути різним.

В усіх випадках проектно-інноваційної диверсифікації доцільно організовувати інноваційний процес за допомогою робочої групи в рамках проектною структури. Іншим варіантом диверсифікації виробництва є економічна інтеграція, тобто об'єднання з іншими компаніями за умов, що діяльність, якою ці компанії займаються, не представлена в рамках корпорації.

Таблиця 1

Варіанти побудови параметрів системи ОЗІД

Параметри	Варіанти побудови системи організаційного забезпечення				
Принципи системи планування (P ₁)	постатне (P ₁₁)			змінне (P ₁₂)	
Організаційна структура (P ₂)	лінійно-функціональна (P ₂₁)	дивізійна (P ₂₂)	проектна (P ₂₃)	матрична (P ₂₄)	департаменталізація (P ₂₅)
Принципи системи мотивації (P ₃)	за виконання плану (P ₃₁)	за перевиконання плану (P ₃₂)		за спрямованість на розвиток (P ₃₃)	
Механізм контролю (P ₄)	за впливом на прибуток (P ₄₁)	за впливом на собівартість (P ₄₂)		за впливом на обсяг продажу (P ₄₃)	
Механізм координації (P ₅)	регламентована (P ₅₁)		неформалізована (P ₅₂)	в робочих групах (P ₅₃)	
Рівень інноваційності організаційної культури (P ₆)	підтримує створення і впровадження інновацій (P ₆₁)	підтримує створення інновацій (P ₆₂)	підтримує впровадження інновацій (P ₆₃)		консервативна культура (P ₆₄)

Другою альтернативою розвитку підприємства є концентрація виробництва, яка можлива шляхом економічної інтеграції також двох рівнів. Якщо реалізується варіант комерційної інтеграції, тобто участь у пулах, картелях, стратегічних альянсах, асоціаціях, то це призводить до нівелювання низки функцій фірми (науково-дослідної, маркетингової тощо) і відповідної економії ресурсів за рахунок спільної реалізації цих функцій у межах інтеграційного об'єднання. Фактично, підконтрольними підприємству залишаються лише виробничі змінні,

тому інноваційні зусилля концентруються на розробці та виробництві нових товарів, а також на вдосконаленні самого процесу виробництва.

Третьою стратегічною альтернативою підприємства є спеціалізація; при цьому ключове значення має глибина проникнення компанії на ринок, тому інноваційна діяльність спрямована на гнучке і максимально повне задоволення потреб цільової аудиторії за рахунок унікального товару та сервісу.

Таблиця 2

**Оптимальні варіанти побудови ОЗІД підприємства
в залежності від стратегії розвитку**

Стратегічні альтернативи розвитку	Форми здійснення трансформацій	Параметри ОЗІД					
		P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆
A ₁	S11	P ₁₁	P ₂₃	P ₃₃	P ₄₁	P ₅₃	P ₆₁
	S12	P ₁₁	P ₂₃	P ₃₃	P ₄₁	P ₅₃	P ₆₁
	S13	P ₁₁	P ₂₃	P ₃₃	P ₄₃	P ₅₃	P ₆₃
	S22	P ₁₂	P ₂₄	P ₃₂	P ₄₂	P ₅₂	P ₆₃
	S21	P ₁₂	P ₂₄	P ₃₂	P ₄₂	P ₅₂	P ₆₃
A ₂	S22	P ₁₂	P ₂₁	P ₃₁	P ₄₂	P ₅₂	P ₆₃
	S21	P ₁₂	P ₂₃	P ₃₂	P ₄₁	P ₅₂	P ₆₃
A ₃		P ₁₂	P ₂₄	P ₃₂	P ₄₃	P ₅₂	P ₆₃
A ₄		P ₁₁	P ₂₃	P ₃₁	P ₄₁	P ₅₁	P ₆₁

Четвертою з альтернатив розвитку підприємства є ліквідація виробництва (чи виду діяльності). Такий проект є інноваційним за своєю суттю, тому що передбачає радикальні зміни у структурі компанії. Основна мета ліквідації як проекту – мінімізація витрат, пов'язаних з цим процесом, за умов отримання всіх можливих доходів. Такі зміни доцільно проводити в межах проектної структури та згідно з попередньо розробленим детальним планом заходів.

Таким чином, стратегія розвитку підприємства є базою для розробки цілей, напрямків та форм організації інноваційної діяльності. Наведені в роботі орієнтири для різних організаційних параметрів дозволяють оптимізувати роботу щодо формування ОЗІД та зробити її більш цілеспрямованою, що, в свою чергу, приводить до підвищення ефективності інноваційної діяльності та підприємства в цілому.

ПРОЕКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО МОДУЛЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО НА ВИРОБНИЦТВІ ЯЛОВИЧИНИ

Панова Т.С., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Трансформація аграрної сфери України яка триває вже багато років відзначилась цілим рядом зрушень як позитивних так і негативних. До числа цих останніх відносяться згорання тваринництва в організаціях аграрного профілю. Воно викликало катастрофічне скорочення обсягів виробництва продукції рослинництва і яловичини зокрема. Це аж ніяк не сприяє зміцненню продовольчої безпеки України та веде до втрати світових аграрних ринків на яких попит на яловичину неухильно зростає з року в рік. Разом з тим зменшились масштаби внесення в ґрунти органічних добрив що веде до руйнування гумусу.

За ситуації що склалася відродження тваринництва є одним із невідкладних найкритичніших заходів орієнтованих на створення високопродуктивної та конкурентоспроможної аграрної сфери. При цьому відродження тваринництва і виробництва яловичини зокрема не треба розглядати як просте повернення до його стану який вже колись був. Відродження тваринництва треба розглядати як виведення його на організаційний та технологічний рівні характерні для постіндустріальної ери і які обумовлені вимогами нової парадигми управління, стратегічного менеджменту і Європейської Хартії місцевого самоврядування.

Згідно з новою парадигмою управління успішне функціонування кожного окремо взятого господарюючого суб'єкта залежить від зовнішнього середовища, яким для нього є внутрішнє середовище сільської агломерації (території) на яку він базується і в межах якого взаємодіє з іншими господарюючим суб'єктами в рамках локального інтегрованого виробничого об'єднання кластерного типу.

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

Саме таке об'єднання заплановано створити в Курилівській сільській агломерації Куп'янського району Харківської області.

Стратегічним центром господарювання заданого об'єднання має бути відгодівельний комплекс (ВК). Власником ВК буде СТОВ «Надія» який перебере на себе функції організації лідера згаданого об'єднання, всі інші господарюючі суб'єкти матимуть статус організації сатоїтів. Завданням ВК є вирощування, дорощування та відгодівля зверх ремонтного молодняка великої рогатої худоби (ВРХ), який надходитиме з ФГ «Ромашка» Куп'янського району спеціалізованого на виробництві молока.

Для потреб населення сільської агломерації передбачено створення локально–допоміжну молочну ферму (ЛДМФ) та локально–допоміжну свинарську ферму (ЛДСФ).

Завдання тез полягає у формуванні інформації про основні параметри стратегічного тваринницького технологічного модуля (СТТМ). Розрахунок згаданих параметрів проводився з використанням нормативного тваринницького технологічного модуля (НТТМ). НТТМ – це нормативний варіант СТТМ розрахований на 10000 голів молодняка ВРХ.

Основні параметри представлені у першій графі та їх величини і показники у другій графі таблиці. Інформація другої графі була використана для розрахунків запроєктованої на перспективу СТТМ. Інформація графі другої про потреби землі про потреби в землі в обробітку співставляється з інформацією про реальну площу ріллі в межах Курилівської агломерації, тобто $17308/9231 = 1,875$, це число використовується як коефіцієнт для визначення величини та показників третьої графі. Наприклад Середньорічне поголів'я ВРХ на ВК розраховується як $16000 * 1,875 = 30000$ гол.

Із нижче викладеного випливає висновок про алгоритм розрахунків СТТМ який має передбачати два етапи: перший - опрацювання нормативного варіанту тваринницького технологічного модулю; другий – використання результатів першого етапу при опрацюванні уже стратегічного модуля, в даному випадку для Курилівської сільської агломерації та для будь - яких інших.

Основні параметри ССТМ

Основні параметри	НТТМ	СТТМ
1	2	3
1.Поголів'я сільськогосподарських тварин		
1.1 Поголів'я ВРХ на (ВК) Середньорічне поголів'я: - у фізичному обрахунку, гол	16000	30000
1.2 Поголів'я ВРХ на ЛДМФ - у фізичному обрахунку, гол Корови Ремонтний молодняк	600 360	1125 975
1.3 Поголів'я свиней на ЛДСФ Середньорічне поголів'я: - у фізичному обрахунку, гол	850	1594
1.4 Разом поголів'я с.-г. тварин - в умовному обрахунку	7240	13575
2. Обсяги виробленої продукції , тонн		
2.1 Жива вага реалізованого, вирощеного, дорощеного та відгодованого поголів'я ВРХ. Разом телятини і яловичини	4695	8803,1
2.2 Жива вага реалізованого м'яса свиней, що утримувались на ЛДСФ	125	243,3
2.3 Обсяг виробництва молока на ЛДМФ	1200	2250
2.6 Звичайний гній	72400	135700
2.7 Біогаз, м ³	2,66	4,98
3. Потреба у сійній кормовій площі, га		
3.1 Зернофуражні та кормові культури	6739	12635,6
3.2 Потреба у площі землі в обробітку за умови питомої ваги сійної кормової площі 72 - 73%	9231	17308
4. Потреба у інвестиціях, тис. грн., тис. \$	28960 36200	543000 67875
5. Потреба у операційному персоналі, чол.	280	525
6. Потреба у персоналі сфери управління, з них вивільнених керівників, чол.	50 11	94 21

ІННОВАЦІЇ – ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК ОВОЧІВНИЦТВА РЕГІОНУ

*Поліщук О.О.**

Уманський національний університет садівництва

В умовах вступу України до СОТ особливої уваги набуває проблема підвищення ефективності виробництва овочевої продукції, що дає можливість, з одного боку, забезпечити виробникам економічні вигоди (прибутки), а з іншого - створити соціальні переваги (підвищити рівень зайнятості населення, покращити харчування, знизити рівень захворюваності та ін.) [1]. На сучасному етапі, внаслідок слабкої інноваційно-інвестиційної підприємницької діяльності знижується активність суб'єктів овочевого ринку, відмічається неефективне його формування і, як наслідок, підвищується імпортозалежність країни [2].

Питання ефективного розвитку сучасного овочевого ринку розкрито у роботах: В.І. Бойка, В.І. Криворучка, П.М. Макаренко, В.Я. Амбросова, В.А. Кравченко, В.В. Писаренко, В.П. Рудь, О.О. Кіях, В.Є. Роганіної та ін. Проте прикладний аспект формування регіонального овочевого ринку, особливо під кутом комплексного дослідження інноваційних процесів у галузі залишається недостатньо вивченим.

Ефективність виробництва овочів є ключовою проблемою економіки і поки що залишається далекою від повного розв'язання через існування протиріччя між обмеженими ресурсами, придатними для виробництва овочів і зростаючим попитом на цей вид продукції [3]. Проблема підвищення ефективності виробництва необхідно розглядати у контексті приєднання України до Світової організації торгівлі (СОТ) на рівні галузі в цілому та окремих суб'єктів господарювання [4].

Встановлено, що низький рівень впровадження інновацій спричиняє недостатні обсяги інвестування господарств, що посилює спад виробництва та впливає на зниження конкурентоспроможності галузі овочівництва [5]. Проблема підвищення ефективності виробництва необхідно розглядати у контексті приєднання України до Світової організації торгівлі (СОТ) на рівні галузі в цілому та окремих суб'єктів господарювання. Крім того, у відповідності до Концепції

* Науковий керівник – Уланчук В.С., д.е.н.

ціноутворення, виробництво овочевої продукції має бути прибутковим, а визначальною передумовою формування прибутку товаровиробників виступає інноваційний розвиток [6].

Стратегія економічного і соціального розвитку України «Шляхом європейської інтеграції» передбачає глибоку модернізацію економіки, підвищення її конкурентоспроможності на основі інноваційно-інвестиційної моделі економічного зростання. Важливою формою вирішення цих намірів є формування інноваційної моделі розвитку агропромислового комплексу, створення умов для підвищення конкурентоспроможного аграрного сектора економіки [7].

Інноваційний розвиток агропромислового виробництва в першу чергу потребує формування повноцінного ринку науково-технічної продукції і відповідної його інфраструктури. Такий ринок має являти собою чітко організовану, динамічну систему правових, організаційних, фінансово-економічних механізмів, що регулюють взаємовідносини між виробниками новачій та їхніми споживачами і водночас він має забезпечувати збалансований попит і пропозиції інноваційної продукції на засадах конкурентоспроможності.

У забезпеченні продовольчої безпеки населення галузь овочівництва має одне з пріоритетних значень, адже вживання цього виду продукції збагачує організм людини біологічно-активними речовинами, жирами, ретинолом, аскорбіновою кислотою та мікроелементами.

В Україні щорічно виробляється біля 8 млн. тонн овочевої продукції, що у розрахунку на одну людину складає біля 170 кг. Проте, в результаті низької товарності галузі до споживача надходить тільки 125-130 кг, тобто науково - обґрунтована норма забезпечується в останні роки на рівні 75% [8].

За досліджуваній період площа під овочевими культурами в Україні зменшилася на 10,2 тис. га (табл. 1).

При цьому спостерігається зростання рівня урожайності на 32,6 ц/га та валових зборів на 1,4 млн. ц. Проте, темпи зростання урожайності та обсяги виробництва овочів не забезпечуються відповідним рівнем інтенсифікації галузі, оскільки виробництво овочів на сьогодні в переважній більшості (90%) сконцентроване у господарствах населення.

Черкаська область посівними площами під овочами в усіх категоріях господарств займає одинадцяте місце в Україні (20,9 тис. га) і має найбільшу частку суспільного сектору серед областей України (35,2%) проти 9,5% в цілому по Україні. З 2000 року посівні площі

зросли в 1,6 рази майже при сталій врожайності, а збільшення валового виробництва відбувалося екстенсивним шляхом.

Таблиця 1

Виробництво овочів в Україні, всі категорії господарств

Роки	Посівна площа, тис. га	Валовий збір, тис. ц	Урожайність, ц /га
середнє за 2001-2005	470,5	6506,2	138,4
середнє за 2006-2010	460,2	7864,3	170,8
+, -	- 10,2	+ 1358,1	+ 32,6
темпи зростання, %	-	20,9	23,6
темпи зменшення, %	2,2	-	-

Крім того, в наслідок деспеціалізації виробництва овочів стримується впровадження інноваційних розробок і, як наслідок, знижується його ефективність. Так, аналіз показників економічної ефективності господарств показав, що п'ять років з семи виробництво овочів було збитковим (табл. 2).

Кількість підприємств по виробництву овочів в цілому по Україні скоротилася з 3,9 тис. у 1990 до 426 господарств у 2010 р., а в Черкаській області - до 40. У зв'язку з цим, постає серйозна проблема повного згортання суспільного сектору і наслідування прикладу тих регіонів, де його частка у загальному виробництві овочів складає менше 5%: Луганська (3,1%), Харківська (3,2), Сумська (0,7) та Полтавська (0,9%).

Відрив реального виробника від інноваційного розвитку, новітніх технологій, якісного насіння, відмова від класичних складових економічного зростання: концентрації, спеціалізації, інтенсифікації та ін. призводить до порушення технологій виробництва, руйнації і навіть знищення галузі [5].

Економічна ефективність – це результативність виробництва, що характеризується співвідношенням між результатами господарської діяльності, затратами праці і засобів виробництва. Подальший ефективний розвиток овочівництва в країні нерозривно пов'язаний з інвестиціями, без яких неможлива інноваційна діяльність в овочевій галузі, про що переконливо свідчить досвід кращих господарств Черкаської області.

Як показують дослідження, важливим напрямом інноваційного розвитку виявилось використання інтенсивних сортів та гібридів (СТОВ «Мая», «Світанок», «Канівці» Чорнобаївського р-ну, СПП «РВД

Агро», Черкаського р-ну та ін). В середньому по цих господарствах вихід продукції при застосуванні насіння вітчизняної селекції з 1 га капусти становив 34,5 тис. грн., томатів – 25,5, перцю солодкого – 31,2 тис. грн.

Таблиця 2

Економічна ефективність виробництва овочів у сільськогосподарських підприємствах Черкаської області

Роки	Виробнича собівартість 1 ц, грн.	Повна собівартість 1 ц, грн.	Ціна реалізації, грн. /ц	Рівень рентабельності, %
2000	25,5	34,6	36,8	+6,5
2005	58,9	105,5	91,5	-13,3
2006	58,3	72,1	63,7	-11,6
2007	95,1	86,9	55,9	-35,6
2008	66,8	92,9	90,9	-2,1
2009	64,6	83,4	96,2	+15,4
2010	93,4	129,8	120,2	-7,4
2010 до 2000, раз	3,7	3,8	3,3	x

Одним з найбільш дієвих напрямів інноваційного розвитку в овочівництві стало застосування краплинного зрошення на основі фертигації. У 2010 році приріст урожайності за рахунок зрошення по ТОВ НВО «Зубр», Черкаського р-ну становив: по капусті – 381,5 ц /га, томатах – 522,7, перцю солодкому – 110,5 ц /га. Додатковий дохід у розрахунку на один га, одержаний за рахунок зрошення цих овочевих культур відповідно досяг 55,5 тис. грн., 89,1 та 34,6 тис. грн.

Виключно важливе значення для підвищення ефективності виробництва овочів має використання сучасних прогресивних технологій з механізованим збиранням врожаю. Так у ТО «ім. Шевченка», Чорнобайвського р-ну, використання збирального комплексу врожаю під час вирощування цибулі дає економію матеріально-грошових витрат 3,1 тис. грн. /га, скорочує час збирання у 6 разів, зменшує трудомісткість процесу (замість 20 осіб працює тільки 4 чол.).

Отже, подальший ефективний інноваційно-інвестиційний розвиток овочівництва нерозривно пов'язаний з інноваціями. Основна проблема галузі - відсутність дієвого фінансово-кредитного механізму, що стимулює: підвищення ефективності виробництва, розвиток

інфраструктури овочевого ринку, створення умов для нормальної конкуренції. Інструменти такого механізму - пряма бюджетна державна підтримка підприємств, часткова компенсація ставок по кредитах, державні капіталовкладення у будівництво та реконструкцію меліоративних систем, пільгові кредити та ін. Внаслідок обмеженості бюджетних ресурсів та збитковості виробництва овочів зростає роль нетрадиційних джерел фінансування (кошти потенційних вітчизняних та закордонних інвесторів).

Використання світового досвіду, направлення розвитку вітчизняного овочівництва по шляху організації високоінтенсивного його виробництва із застосуванням сучасних технологій та нових високопродуктивних сортів і гібридів, розвитком систем інформаційного забезпечення, створенням служб маркетингу та удосконаленням механізму формування і функціонування ринку, дозволить Україні виконати це завдання. При цьому визначальна роль належатиме вітчизняній науці, яка за відповідної державної підтримки стане гарантом інноваційного розвитку галузі. Подолання дефіциту інвестиційних ресурсів, підвищення конкурентоспроможності галузі овочівництва, потребує мобілізації всіх можливих як внутрішніх, так і зовнішніх джерел фінансування.

Підвищення ефективності овочівництва необхідно пов'язувати з інноваційно-інвестиційним розвитком галузі. При умові належної організації виробництва овочевої продукції на основі удосконалення інноваційних підходів та вирішення блоку економіко-правових проблем, Україна в перспективі може зайняти відповідні позиції на світовому овочевому ринку.

Література.

1. Андрусяк В.М. Ефективність виробництва овочів відкритого ґрунту в контексті вступу України до Світової організації торгівлі / В.М. Андрусяк, Н.О. Андрусяк // Економіка АПК. – 2006. - № 4. – С. 28-31.
2. Сыч З. Возможности украинского овощеводства в условиях глобализации / З. Сыч, В. Хареба // Пропозиція. – 2005. - № 1. – С. 10-13.
3. Приліпка О.В. Економічна ефективність використання закритого ґрунту при вирощуванні овочевих культур / О.В. Приліпка // Економіка АПК. – 2008. - № 2. – С. 30-33.
4. Кравченко В.А. Перспективи розвитку галузі овочівництва в Україні // Вісник аграрної науки. – 2011. - № 5. – С. 18-21.
5. Рудь В.П. Науково-обґрунтовані нормативи витрат як основа створення інноваційних бізнес-проектів в овочівництві // Вісник Степу / – Кіровоград: «КІАПВ». – 2007. – Вип. 4. – С. 213-216.

6. Концепція ціноутворення на сільськогосподарську продукцію // Економіка АПК. – 2008. - № 1. – С. 3-20.

7. Яровий Г.І., Горова Т.К., Плужніков В.О. Шляхи розвитку овоівництва на Україні // Матеріали Третіх регіональних річних зборів Північно-Східного відділення Всеукраїнського Конгресу вчених економістів-аграрників. – Х.: ХНУТСТГ. – 2010. – С. 73-80.

8. Поліщук О.О. Підвищення економічної ефективності виробництва овочів // Економіка АПК. – 2010. - №9–С.4042

ПРОЕКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПТАХІВНИЧОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО МОДУЛЯ ЯЄЧНОГО НАПРЯМКУ

**Пятушка Т.С., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка**

На рубежі XIX і XX століть спочатку в нашій вітчизняній спеціальній науковій періодиці, а трохи згодом і спеціальній навчальній літературі з менеджменту з'явилися поняття «кластер», «кластеризація», «стратегічний альянс», «глобальне управління». Саме там і йдеться про виробничі горизонтально інтегровані об'єднання кластерного типу.

Нажаль, щось подібне в Україні поки що широкого розповсюдження ще не одержало. Одна з причин цього – це малоструктурованість внутрішнього середовища сільських агломерацій, яке все ще позбавлене чітко видимих характерних рис стратегічного поля бізнесу. Виробнича структура внутрішнього середовища таких сільських агломерацій є явно неоптимальною вже хоча б тому, що в їх межах тваринництво прямує до свого знищення.

Неоптимальну виробничу структуру внутрішнього середовища сільських агломерацій обумовлює неоптимальність і його організаційної структури. Тому не дивно, що вона є неоптимальною, адже для неї характерною є форма конгломерата господарюючих суб'єктів господарські кооперативні зв'язки між якими починають лише де-не-де проростати.

Цілісну продуктивну та висококонкурентну організаційну структуру управління згаданим конгломератом господарюючих

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

суб'єктів поки ще сформувавши не вдалось, а її функції вимушена перебирати на себе існуюча система управління справами сільських агломерацій. Але це зробити у об'єктивно необхідному обсязі їй, як правило, не вдасться. А як же може бути інакше, коли вона не відповідає вимогам менеджменту XXI-го століття, нової парадигми управління, стратегічного і глобального менеджменту, та Європейської Хартії місцевого самоврядування.

Із сказаного вище випливає висновок про те, що проектуванню конкурентоспроможної ефективної системи управління життєдіяльністю сільських громад має передувати проектування оптимальної для умов окремих конкретних сільських агломерацій горизонтально інтегрованих виробничих об'єднань кластерного типу.

Отже, проектування саме такого об'єднання може стати оптимальним рішенням цього питання. Завдання полягає у проектуванні стратегічної зони господарювання (СЗГ) птахівничого напрямку. Її стратегічним господарським центром обираємо існуючу птахофабрику ячного напрямку, розташована в межах однієї сільської агломерації. Все сказане вище викликає сумнів щодо можливості забезпечення самодостатності СЗГ. Отже, виникає потреба у визначенні оптимального розміру СЗГ яка спеціалізуватиметься на виробництві продукції птахівництва, яєць зокрема. Таке визначення можна було здійснене за допомогою метода апроксимації який передбачає проведення серії розрахунків розмірів об'єкта досліджень за умови різних обсягів його потужності. В даному випадку, обсягом потужності є проектна чисельність кур-несучок 1 млн. голів. Таку потужність є всі підстави вважати нормативною, адже всі величини та показники, що її характеризують, можна використати у ході проектування інших СЗГ будь-якого розміру. Для цього достатньо скористатись коефіцієнтом, який уявлятиме результат ділення бажаної потужності СЗГ на нормативну потужність. Так, якщо проектну потужність бажано встановити на рівні 700 тис. кур - несучок, він складатиме 0,7. Якщо рівень бажаної потужності дорівнюватиме 1500 тис. кур - несучок, та коефіцієнт складатиме 1,5. Використання таких коефіцієнтів дозволяє уникнути здійснення цілого ряду далеко непростих розрахунків і суттєво скоротити час на проектування конкурентоспроможних СЗГ птахівничого напрямку і його системостворюючого ядра птахівничого технологічного модуля ПТМ. Отже, в даному випадку, мова йтиме про методичні підходи до визначення основних параметрів нормативного варіанта ПТМ – нормативного ПТМ, скорочено – НПТМ на 1 млн. кур - несучок.

Першим кроком проектних пророблень була побудова принципового схематичного плану розміщення основних об'єктів птахівничого постіндустріального комплексу на 1 млн. кур - несучок. Після побудови схематичного плану розміщення об'єктів птахівничого постіндустріального комплексу відкрилась можливість проведення розрахунків чисельності поголів'я птиці як у розрізі окремих статевовікових груп, так і в цілому по НПТМ яєчного напрямку.

Одержавши інформацію про чисельність поголів'я птиці на НПТМ, можна було перейти до формування основних параметрів птахівничого НПТМ яєчної спеціалізації що проектується. Ще раз нагадаємо загальну характеристику НПТМ:

— птахівничий технологічний комплекс на 1000000 кур - несучок. ПТК – 1000000 голів;

— локально – допоміжна молочна ферма ЛДМФ на 400 корів – ЛДМФ – 400 голів;

— локально – допоміжна свинарська ферма ЛДСФ на 1800 голів молодняка, які реалізуватимуться населенню у віці 2 місяці — 1800 голів.

Інформація про основні параметри НПТМ при проектуванні реального стратегічного птахівничого технологічного модуля «Софія». Сіяна кормова площа ПТК складатиме 7000 га ріллі. Всього кур - несучок 500 тис. голів, корів – 200 голів, свиней – 900 голів.

ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ

Рогач С.М., к.е.н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Стабільний економічний розвиток, забезпечення конкурентоздатності на світовому ринку наукоємної продукції значною мірою визначаються стратегією інноваційної політики держави. Аграрно-промислова сфера визначає соціально-економічний клімат держави, оскільки є продовольчою базою її розвитку, від рівня якого залежить фізичне й духовне здоров'я нації. Враховуючи технологічну відсталість багатьох галузей сільського господарства, аналіз проблем та обґрунтування пріоритетних напрямів формування інноваційної стратегії розвитку АПК з урахуванням комплексу притаманних цій сфері еколого-економічних проблем є надзвичайно

важливим завданням, вирішенню якого присвячена робота.

Суттєвий доробок у дослідження інновацій та інноваційного розвитку здійснили у своїх працях зарубіжні та вітчизняні дослідники Ю.Бажал, В. Бессєдін, О. Білорус, С. Валдайцев, В. Гесць, М. Коденська, Д. Крисанов, С. Кузнець, В. Леонтєв, П. Саблук, Б. Санто, Й. Шумпетер та інші. Аналіз наукового доробку дослідників дає підстави зробити висновок, що шлях до інтеграції в світову економіку лежить через завоювання передових позицій, особливо через набуття конкурентоздатності на світовому ринку наукоємної продукції.

За рік до прийняття Лісабонської угоди Верховна Рада України у 1999 р. прийняла Стратегію інноваційного розвитку України – концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку. Однак, випереджуючи Європу у розробці та прийнятті стратегічних концепцій, Україна так і не здійснила інноваційного прориву. Інертність у запровадженні інновацій у виробництві демонструють саме підприємства галузі АПК, які, використовуючи застарілі затратні технології, стикаються з проблемами просування своєї продукції на зовнішні ринки.

Однією з передумов виходу провідних сфер економіки з фінансово-економічної кризи є підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки, що потребує спрямування значних обсягів інвестицій на оновлення основного капіталу на основі ресурсозбереження, енергозбереження, впровадження інновацій та започаткування нових екологічно безпечних агротехнологій. Відповідно в основу «Нової економічної парадигми формування стратегії національної продовольчої безпеки України XXI ст.» покладена концептуальна ідея, що подальший розвиток АПК нерозривно пов'язаний з проблемами його екологізації, підвищення якості продуктів харчування і створенням відповідних організаційно-економічних, технологічно-інноваційних, правових і управлінських передумов для вирішення цієї проблеми [3, с.463].

Погіршення фінансового стану підприємств АПК, різке зменшення їх прибутковості і кредитоспроможності, скорочення позичкових ресурсів (національних - через кризу ліквідності та підвищення вартості запозичень, зовнішніх - внаслідок розвитку фінансової кризи), а також високий ступінь невизначеності щодо глибини та тривалості кризових явищ позначились не лише на здатності виконувати поточні зобов'язання, а й стали основною причиною пролонгованого згортання інноваційної діяльності. У звіті

Державного агентства України з інвестицій та інновацій зазначається, що за двома бюджетними програмами профінансовано 33 інноваційних проекти на загальну суму 798,6 млн. грн., з яких в аграрній сфері реалізовано сім, що становить лише 11,7% від загальної суми державних інвестицій. Така частка аграрних інновацій неспівставна із проголошеним пріоритетним розвитком АПК України [1, с. 2-7].

Серед основних причин низького рівня інноваційно-інвестиційної активності підприємств АПК, що мають безпосередній вплив на джерела фінансування, слід виокремити:

- збереження складної ситуації у банківській сфері, зокрема недостатні обсяги довгострокового кредитування аграрної сфери економіки;

- незадовільна кон'юнктура зовнішнього ринку за традиційними товарними групами українського експорту сільськогосподарської продукції;

- низька купівельна спроможність населення, що звужує смкість внутрішнього ринку;

- обмежені можливості доступу підприємств АПК до фінансових ресурсів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

- зниження рівня прибутковості агропромислових підприємств.

Незважаючи на наявність власних інноваційних рішень в аграрному секторі, стан їх розробки залишається низьким. До налагодження серійного виробництва доходять тільки близько 15% проектів. Більшість вітчизняних інноваційних проектів (55%) перебувають на початкових стадіях (розробка бізнес-планів, робочої документації, проведення досліджень) [2, с. 3-8].

При обмеженості бюджету країни особливо важливо обґрунтувати пріоритети першочергової державної інноваційної підтримки, а саме зосередити і спрямувати державну допомогу в найбільш ефективно господарюючі підприємства, що здатні застосовувати високоінтенсивні технології, забезпечити вихід якісної продукції при оптимальних економічних і екологічних показниках. Також ефективним напрямом є запровадження державних пільг і гарантій на інноваційні проекти, що реалізуються. Разом з тим, підтримка інновацій не може базуватися виключно на державному фінансуванні. Необхідне інформування зацікавлених суб'єктів про аграрні інновації з метою подолання психологічного спротиву до нововведень.

Література.

1. Інноваційна активність промислових підприємств України. – <http://www.ukrstat.com.ua>.
2. Каталог інноваційних технологій за результатами Всеукраїнського конкурсу інноваційних технологій// За ред. д.т.н., чл.-кор. АПН України В.Д.Пархоменка. К.: УкрІНТЕІ, 2006. – 228с.
3. Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України XXI ст./ К.: ІАЕ УААН, 2001.- 638 с.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

***Сінкевич О.З., здобувач*,
Львівський національний аграрний університет***

Подолання кризових явищ та вибір правильних орієнтирів економічного розвитку АПК свідчить, що найоптимальнішим напрямком у сільськогосподарській сфері є інноваційна. Таким чином можна швидко і ефективно трансформувати сільськогосподарське виробництво, стимулювати мале і середнє підприємництво та водночас забезпечити вихід на світовий ринок, що надзвичайно важливо для нашої держави. Інновації виступають головною умовою економічного зростання сільського господарства на якісно новій основі. Вони є матеріальною основою підвищення економічної ефективності виробництва продукції зокрема та ефективності господарювання галузі в цілому.

На сьогодні основним завданням України є глибоке коригування економіки, мета якого – не просто економічне зростання, а набуття ним соціальної природи як основи стабільного економічного росту. Труднощі становлення ринкових відносин пов'язані з процесами зниження рівня НТП в Україні, який повинен бути головним фактором підвищення

інноваційної активності вітчизняних підприємств. Обговорюючи проблему необхідності активізації інноваційного сектора економіки, слід зазначити, що в останні роки урядом прийнято багато постанов та рішень, державних програм, спрямованих на підвищення інноваційної результативності підприємств, однак більшість з них не вдалося реалізувати в повному

* Науковий керівник – Березівський П.С., д.е.н., професор

обсязі в реальній економіці. В цих умовах виникають економічні суперечності між інтересами держави та підприємствами, орієнтованими на інноваційний шлях розвитку, розв'язання яких потребує ґрунтовних досліджень.

Поряд з постійним розвитку інноваційних технологій завжди існує ризик. Уникнути його цілком в інноваційному підприємстві не можливо, оскільки інновації і ризик – дві взаємозалежні категорії. Інноваційна діяльність має високий ступінь невизначеності. Дуже важливо передбачити, яке нововведення буде мати успіх на ринку, а яке не буде користатися попитом. Тому інноваційним підприємствам у першу чергу варто ретельно аналізувати інноваційні проекти для того, щоб уникнути можливих помилок на самій ранній стадії – стадії відбору проектів.

Реформи в сільському господарстві проводилися передусім задля ліквідації існуючих крупних колективів і державних господарств та розпаювання землі. Проте ефективного фермерства замість цих господарств створити не вдалося, однак за час реформ село втратило 2\3 парку тракторів, зернозбиральних комбайнів і вантажних автомобілів. Виробництво продукції сільського господарства лягло на плечі господарств населення, яке змушене за відсутності технічних засобів і коштів на їх закупівлю перейти на примітивне ведення господарства. Таким способом в Україні виробляється понад 60% сільськогосподарської продукції. Активізація інноваційної діяльності в сільському господарстві на етапах розробки, у відтворенні новачій сприятиме створення технопарків, дослідних станцій й інших інноваційних структур. Це прискорить процес поширення і впровадження новачій, а також ліквідації тіньового ринку в аграрній сфері.

Особливо важливим фактором є ставлення робітників до інноваційних процесів, розвиток їх свідомого бажання вкладати свої знання й навччки в інноваційну сферу. Дослідження, проведені на вітчизняних підприємствах із цього питання, виявили, що серед керівників вищого й середнього рівнів підтримують і беруть участь в інноваційних процесах у середньому 70% респондентів, 8% ставляться до них пасивно, 10% опитаних чинять опір, 12% взагалі не визначилися. Такі дані свідчать про середній рівень зацікавленості працівників українських підприємств у розвитку інновацій. Таким чином, узагальнюючи вищесказане, керівникам підприємств потрібно брати активну участь у інноваційних процесах, а з тим, і залучати працівників до них, привчати їх до нової сфери діяльності, даючи їм змогу втілювати свої замисли, працювати у новому руслі, набуваючи нових знань для розвитку інноваційної сфери.

Необхідним чинником стимулювання розвитку інноваційних процесів також є формування платоспроможного попиту в державі на наукомістку продукцію та сприяння формуванню інфраструктури, оскільки, в іншому разі, продукція не матиме належної реалізації і, як наслідок, кошти будуть використані лише на розвиток фундаментальної науки, а не на впровадження її результатів у виробництво, що, звичайно, не сприятиме піднесенню економіки.

Кадрове забезпечення є основою сприяння інноваційного розвитку, оскільки без кадрів потрібної кваліфікації є неможливий розвиток науки і техніки. Кадрова наукомісткість аграрного сектору навіть зросла. В інтересах цього сектору сьогодні працює понад 11 тис. науковців (15% загальної чисельності науковців країни), в тому числі 2,1 тис. докторів і кандидатів наук, понад 200 академіків та членів-кореспондентів. В даному випадку, увагу потрібно приділити державним навчальним закладам, які мають виступати основою отримання і оновлення знань відповідно до рівня розвитку науки.

Інноваційна культура суспільства є також одним із складових елементів розвитку економіки та інноваційної діяльності, оскільки інформує про досягнення науки і техніки, популяризує новинки, формує в них потребу, тобто покращує сприйняття населенням інновацій.

Крім того, інноваційний розвиток неможливий без узгодження інноваційної політики з іншими напрямками державної політики, оскільки інноваційна політика пов'язана із різними сферами економіко-політичного устрою держави, через що потрібна скоординованість для отримання належного ефекту.

Кінцевим результатом інноваційної діяльності є розробка та реалізація інноваційних програм і проектів. Упровадження інновацій у будь-якій галузі економіки потребує фінансових витрат. Для того щоб увести нові виробничі потужності, опанувати нові технології, виробництво нових товарів, підвищити ефективність діяльності організації та одержати додатковий прибуток, необхідні інвестиції.

Основними джерелами інвестицій є власні кошти, які формуються за рахунок прибутку та амортизаційних відрахувань, тобто з чистого грошового потоку підприємства. Інноваційна діяльність здійснюється в умовах невизначеності, особливо, коли приймається рішення про впровадження нових технологій і розширення основної діяльності підприємства на новій технічній базі, новому ринку, звичайно власних коштів на це не вистачає.

Разом з цим, на слабкий розвиток інноваційної сфери впливає недостатнє фінансування з боку влади та інвесторів. Сьогодні на визначальні позиції у фінансовому забезпеченні інноваційного

розвитку підприємств має виходити банківське кредитування. Однак реальна ситуація є такою, що довгострокові кредити, які мають бути основними підйомами стимулювання інноваційного розвитку підприємств, становлять малу частку в загальному обсязі кредитних вкладень у національну економіку. Тому на даний час важко говорити про належний рівень розвитку інновацій у сфері сільського господарства, оскільки однією з найважливіших проблем є проблема фінансування.

Узагальнюючи вищесказане, виділимо основні фактори інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств: низький рівень державного фінансування інноваційного розвитку та недостатність власних коштів підприємств; низька інвестиційна активність вітчизняних, зарубіжних інвесторів; неузгодженість державної політики з інноваційною; недосконалість податкового законодавства; послаблення взаємозв'язків науки та виробництва; мотивація працівників до інноваційної діяльності; зменшення міграції вчених. Головною метою інноваційного процесу в Україні є підвищення соціально-економічної ефективності виробничої сфери на базі системного удосконалення всіх елементів та матеріалізації наукових знань і підвищення соціального забезпечення.

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ ЯК ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМОК ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Смігунова О.В., здобувач**,

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Інтереси трансформації моделей інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів аграрного профілю в умовах глобалізації вимагають опрацювання їх оптимальної організаційної структури. При цьому, цілком зрозуміло, само по собі впровадження підприємницької організаційної структури мало що дасть, якщо воно не буде поєднане з впровадженням заходів, орієнтованих на адаптацію підприємницьких формувань до впливу цілого ряду процесів, які

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

відбуваються в сільських агломераціях України протягом періоду їх ринково-підприємницької трансформації агропромислової сфери її економіки. Серед цих процесів найбільш впливовими є урбанізація, депопуляція, деаграрізація, парцеляція, деіндустріалізація.

Негативний вплив перерахованих вище процесів на соціально-економічний розвиток сільських агломерацій є очевидним, а отже, очевидною є і необхідність у формуванні інструментарію для його подолання, який має включати наступні три інструмента – концентрацію, кооперування та інтеграцію.

Як навчас світовий досвід, найбільш продуктивною виявилася інтеграція.

Наука і практика виробили три види інтеграції виробництва: горизонтальну, вертикальну і змішану.

В агропромисловій сфері розвинутих країн широке розповсюдження одержав такий продукт інтеграції, як кластер. Кластер – це одна з форм локальних горизонтально інтегрованих агропромислових систем. Їх створення є одним з виробничих напрямків ефективного використання інструментарію для формування оптимальної організаційної структури внутрішнього середовища сільської агломерації який був започаткований у другій половині минулого століття і який одержав назву глобального менеджменту. Цей останній орієнтований на формування та забезпечення успішного функціонування так званих глобальних корпорацій.

Не дивлячись на різноманіття форм об'єднань кластерного типу, для всіх них є властивою одна важлива риса: виділення із спільності організацій-учасників організації-лідера, яка перебирає на себе функції системостворюючого ядра локальної інтегрованої виробничої агропромислової системи. Всі ж інші організації-учасники перебирають на себе статус її сателітів.

Між організацією-лідером і організаціями сателітами встановлюється взамовигідний обмін діяльністю, метою якого є випуск кінцевого продукту організацією-лідером. Організації-сателіти забезпечують поставки проміжної продукції та надання об'єктивно необхідних послуг згідно із добровільно-встановленими квотами. У здійсненні цих поставок організації-сателіти однозначно є зацікавленими, адже вони складають гарантований ринковий сегмент товарної продукції, виробленої ними.

На рис. представлена принципова блок-схема запропонованої на перспективу стратегічної зони господарювання (СЗГ), яка базуватиметься на Вільшанській сільській агломерації (територію)

Дворічанського району Харківської області. Її системостворюючим ядром має бути високотехнологічний молочний комплекс.

Загальна площа ріллі у її товарно-підприємницькому секторі за станом на початок 2011 року складала 7650,1 га і вписувалась в межі первинної адміністративної одиниці. Потенційними організаціями-учасниками майбутньої СЗГ є наступні чотири: ПСП «Вільшанське» - 5792,97 га, СТОВ «Перемога» - 1758,73 га, Фермерське господарство 1 – 50,4 га, Фермерське господарство 2 – 48,0 га.

Для забезпечення бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті згаданих організацій аграрного профілю вони будуть зобов'язані утримувати 4590,06 умовних голів, виходячи з нормативу 60 умовних голів на 100 га ріллі.

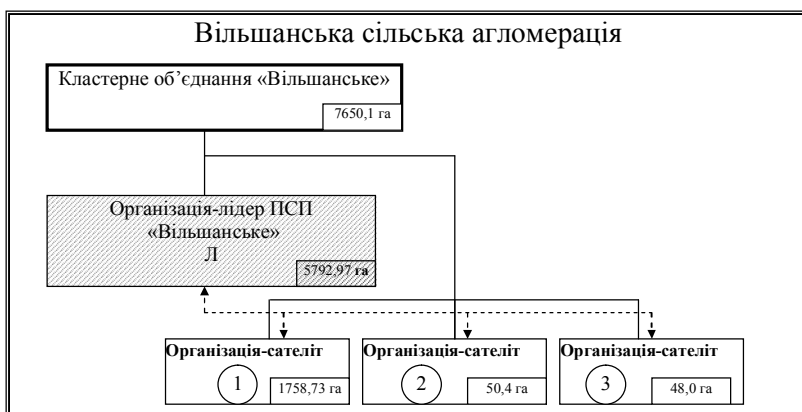


Рис. 1. Організаційно-правова структура кластерного формування, яке має базуватись на Вільшанську сільську агломерацію (територію) Дворічанського району Харківської області

Взаємодія власників крупних високотехнологічних молочних комплексів із сусідніми організаціями, які не утримують сільськогосподарських тварин вимагає організаційного оформлення у вигляді виробничих об'єднань кластерного типу на основі локальних ринків продукції зернофуражних і кормових культур з одного боку і біоорганічного добрива – з іншого боку. Створення саме такого об'єднання в межах Вільшанської СЗГ є всі підстави вважати не лише можливим, але і безумовно доцільним.

Як вже було встановлено, в межах Вільшанської СЗГ потрібно утримувати 4590,06 умовних голів.

За нашими розрахунками, найбільш прийнятним є варіант розміщення поголів'я сільськогосподарських тварин на базі ПСП «Вільшанське». Згідно з цим варіантом воно матиме наступний вигляд:

— технологічний тваринницький комплекс (ГТК) молочного напрямку: корови 3600 голів з надоем 6000 кг за рік, ремонтний молодняк 1200 голів (805 в умовному обчисленні);

— локально допоміжна свинарська ферма – 2250 голів (813 в умовному обчисленні).

Після визначення чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин на перспективному технологічному тваринницькому комплексі молочного напрямку з'явилась можливість визначення розміру сіяної кормової площі за нормативом 1,1 га на одну умовну голову.

Сіяна кормова площа 5728,8 га – це 74,9 % ріллі в межах перспективної Вільшанської СЗГ. Отже, буде можливість 25,1% ріллі, або 1921,3 га зайняти чистими парами, посівами зернових продовольчих, технічних та інших культур.

ПСП «Вільшанське» володіє, як видно з попереднього викладу, 5792,97 га ріллі, що є недостатньою для розміщення необхідної сіяної кормової площі. Залучити цю площу є можливість лише у інших організацій аграрного профілю, які базуються на Вільшанську сільську агломерацію (територію). Вони володіють в даний час 1857,13 га ріллі. Такий шлях врегулювання проблеми дефіциту сіяної кормової площі є цілком можливим за умови формування в межах перспективної Вільшанської СЗГ виробничого об'єднання кластерного типу.

Здійснення стратегічної сегментації внутрішнього середовища Дворічанського району неминуче викличе цілий ряд позитивних соціально-економічних зрушень, серед яких: буде забезпечений бездефіцитний баланс гумусу; будуть створені нові робочі місця тваринницьких об'єктах і в виробництві продукції зернофуражних та кормових культур, а також у підрозділах промислової переробки сільськогосподарської сировини, у підрозділах виробництва будівельної продукції, у підрозділах виробничої та соціальної інфраструктури; по-третє, у Вільшанській СЗГ буде щорічно вироблятися визначені обсяги молока, живої ваги вибракунаних тварин, звичайного гною або біоорганічного добрива за умови впровадження мікробіологічних технологій, біогазу.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА В УКРАЇНІ

Суворов І.О., студент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Останнім часом навколо питання чи варто займатися органічним землеробством розпалюється дуже багато спорів. Є як прихильники, так і противники органічного землеробства. Але навіть і серед прихильників, деякі, в своїх судженнях, спираються на застарілі поняття, по суті хибні, а тому їх висновки далекі від істини. Тому, перш за все, потрібно розібратися, що все ж таки представляє собою органічне землеробство.

Основна ідея органічного землеробства є досить простою і передбачає, фактично, повернення до першоджерел ведення сільського господарства, а саме — мінімальний обробіток ґрунту й повна відмова від застосування агрохімікатів та мінеральних добрив. Це сприяє підвищенню природної біологічної активності у ґрунті, відновленню балансу поживних речовин, підсилюються відновлювальні властивості, нормалізується робота живих організмів, відбувається зростання вмісту гумусу і, як результат — підвищення врожайності сільськогосподарських культур [1]. Проте варто зауважити, що процес цей тривалий і очікувати швидкі результати не слід. А результатом слугуватиме отримання екологічно чистої продукції, якої так не вистачає в сучасному технократичному суспільстві.

Але ця тенденція, в світовій практиці, поступово змінюється. І простежуються ці зміни в тому, що ідея екологічного землеробства є популярною у багатьох країнах світу, зокрема у Західній Європі, а крім того й прибутковою, оскільки коштує стандартизована екологічно чиста продукція значно дорожче звичайної через чималий попит на неї. З кожним роком виробництвом цієї продукції починають займатися дедалі більше країн, у тому числі й такі відомі за обсягом виробництва генномодифікованої продукції, як США та Польща [2].

Органічне землеробство найбільш поширене в США. Воно ґрунтується на повній відмові від засобів хімізації землеробства.

* Науковий керівник – Бобловський О.Ю., доцент

Європейський різновид органічної системи дає змогу використовувати компости, кісткове борошно, “сирі” породи (доломіт, глауконітовий пісок, крейду, вапно, польовий шпат).

У Франції розроблено основи біологічного землеробства, названі на честь автора “система Лемер-Буше” згідно з якими дозволено використовувати лише органічні добрива та окремі нетоксичні препарати (ефірні олії, порошки, настої з водоростей та деяких рослин).

У Швеції та Швейцарії поширена органно біологічна система землеробства, в основу якої покладено принцип створення родючості ґрунту за рахунок мікробіологічної діяльності. З добрив використовують тільки органічні (гній, сидерати) та деякі повільно діючі мінеральні добрива (томасшлак, базальтовий пил) [3].

Безперечно, розвиток альтернативних систем сільського господарства не повинен і не може обмежуватися заміною традиційних ресурсів чи технологій нетрадиційними. Аналіз діючих альтернативних систем показує, що, крім факторів екологічної безпеки та рівня виробничих витрат, слід враховувати соціальні і правові аспекти, маркетинг, контроль якості, державну підтримку і т.д. Вибираючи систему землеробства, не можна допускати зниження врожайності й погіршення якості сільськогосподарської продукції, адже біологізація не завжди забезпечує високі їх показники [2].

Серед причин по яким органічне землеробство, для України, є вкрай необхідним, можна виділити наступні:

— по-перше, це катастрофічний стан українських ґрунтів. Сьогодні в українських чорноземах вміст гумусу в 4 - 5 разів менший ніж це було на початку 20-го століття. За таких умов сільське господарство автоматично потрапляє в тотальну залежність від машинних та хімічних технологій. Відтак, виникає хронічний диспаритет цін на промислову та сільськогосподарську продукцію, який веде до штучної збитковості та залежності АПК;

— по-друге, спроби відродити індустріальну модель АПК автоматично посилюють енергозалежність галузі та української економіки. Відродження екстенсивних індустріальних моделей розвитку АПК призводить до подальшої деградації ґрунтів.

Відтак, для того, щоб подолати замкнене коло технологічної та енергетичної залежності, зупинити подальшу деградацію землі як базового фактору продуктивності в АПК, потрібна зміна моделі розвитку сільського господарства в Україні. Фактично перед Україною стоїть двосдине завдання переходу:

1. Від індустріального АПК до моделі органічного землеробства.
2. Від „хімічно-допінгової” продуктивності до відродження природної біопродуктивності ґрунтів.

Розвиток органічного виробництва — проблема загальнодержавна. Тільки далекоглядна державна політика у сфері аграрного сектору, а також розвитку споживчого ринку здатна забезпечити функціонування цих галузей економіки України.

Перехід до екологічного сільського господарства вкрай необхідний Україні. Це сприятиме розвитку екологічно чистої продукції, оздоровленню нації, а також дасть Україні можливість зайняти достойну нішу у виробництві та реалізації екологічно чистої продукції на ринках Європи й світу.

Література.

1. Патики В.П., Соломаха В.А. Перспективи використання, збереження та відновлення агробіорізноманіття України. / В.П. Патики, В.А. Соломаха - К.; ХімДжест, 2003. - С. 256.
2. Скальський В.В. Органічне землеробство: Проблеми та перспективи / В.В. Скальський. // Економіка АПК, 2010, №4, - С.48-53.
3. Яценко О.М., Завадська Ю.С. Світовий ринок органічної продукції: сучасний стан і перспективи розвитку / О.М. Яценко, Ю.С. Завадська // Екологічні, технічні та соціально-економічні аспекти ефективного використання матеріально-технічної бази АПК: Матеріали міжнар. наук.-практич. форуму, 17-18 верес. 2008 р. - Львів нац. агроуніверситет, 2008. - С. 271-278.

РИНКОВО-ПІДПРИЄМНИЦЬКА ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА СІЛЬСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЙ ХАРКІВЩИНИ В УМОВАХ ЙОГО ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Турченко М.М., к.е.н., професор,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка.*

Більше 10 років минуло з часу масового формування у аграрній сфері України підприємств організаційно-правова форма яких формально є безсумнівно ринково-підприємницькою. Але далеко не всі з них спромоглись перейти на режим функціонування,

характерний для більшості їх успішно процвітаючих аналогів у зарубіжних розвинених країнах. Цим самим вони продемонстрували відсутність прямої залежності якості господарювання від назви його організаційно-правової форми. І це в той час, коли у розвинених країнах Заходу ще у другій половині минулого століття були винайдені та успішно впроваджені у життя концепції ESOP¹, соціальної відповідальності, інтрапренерства, засад глобального управління нової парадигми управління і стратегічного менеджмента зокрема, а також інших ефективних форм та інструментів управління бізнесом та способів ведення конкурентної боротьби і досягнення конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, орієнтованих на здійснення процесу ринково-підприємницької трансформації існуючої моделі внутрішнього середовища сільських агломерацій Харківщини дозволяє прийти до висновку про її невідповідність інтересам опрацювання та реалізації в окремих організаціях аграрного профілю інноваційних проєктів. Явними ознаками наявності такої невідповідності, як видно з рис., є неспроможність і небажання як агропромислових формувань так і закладів та установ соціальної сфери додержуватись вимог нової парадигми управління та Європейської Хартії місцевого самоврядування.

А заважає їм це зробити їх неоптимальні виробнича і організаційна структури та не виправдавши себе командно-адміністративна система управління. Все це відбувається на фоні нерационального адміністративно-територіального та деградуючого природно-середовищного компонентів внутрішнього середовища адміністративних районів.

Виходом із ситуації, що склалася має бути опрацювання генеральних планів оптимізації адміністративно-територіального устрою в межах адміністративних районів та формування на їх основі локальних (міжгосподарських) виробничих об'єднань кластерного типу.

Прикладом опрацювання таких планів можуть послугувати проєктні пророблення щодо формування та розвитку локального

¹ ESOP- програма «Участь персоналу у власності підприємства» яка передбачає реалізацію концепції розосередження капіталу шляхом передачі акцій персоналу.

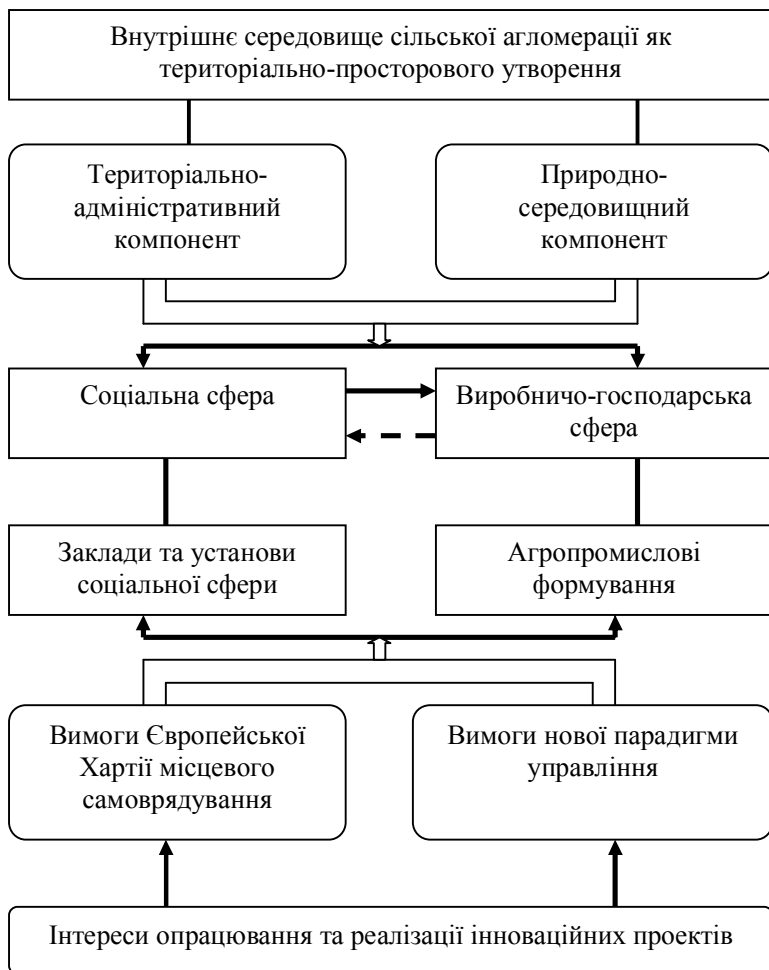


Рис. 1. Принципова блок-схема процесу ринково-підприємницької трансформації внутрішнього середовища сільської агломерації в умовах глобалізації.

горизонтально інтегрованого виробничого об'єднання, спеціалізованого на виробництві свинини яке базуватиметься на конкретну сільську агломерацію Богодухівського району Харківської області – майбутню перспективну Іваношійчинську сільську агломерацію.

Загальна стратегія розв'язання соціально-економічних проблем в селах і сільських агломераціях Богодухівщини має включати шість стратегій:

— Стратегія 1. Формування раціонального адміністративно-територіального устрою району.

— Стратегія 2. Формування раціональної внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації тваринництва.

— Стратегія 3. Розподіл потреби у поголів'ї сільськогосподарських тварин між окремими організаціями аграрного профілю які базуються на сільську агломерацію в межах її стратегічного поля бізнесу.

— Стратегія 4. Формування локальних горизонтально інтегрованих виробничих об'єднань кластерного типу.

— Стратегія 5. Формування оптимальної виробничої структури в кожній окремо взятій організації аграрного профілю, яка є учасником локального інтегрованого виробничого об'єднання кластерного типу.

— Стратегія 6. Формування оптимальної організаційної структури в кожній окремо взятій організації аграрного профілю, яка учасником локального інтегрованого виробничого об'єднання кластерного типу.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ГРОШОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УКРАЇНІ

*Шаперенков А.В., к.е.н.,
заступник голови правління ПАТ ВіЕйБі Банк»*

У зв'язку із особливостями вітчизняного розвитку та сучасними кризовими подіями світового рівня, що змінили конфігурацію багатьох усталених економічних процесів, виникла потреба оцінити мотиваційний характер економічних проблем, у тому числі і проблем грошового забезпечення інноваційного потенціалу в Україні, що дозволить створити базові контури його подальшого розвитку та активізувати вітчизняні інноваційні процеси. Адже в Україні проблема грошового забезпечення інноваційного потенціалу обумовлена жорсткою обмеженістю грошових ресурсів і практичною відсутністю ефективних форм організації цього процесу.

Попри загальновизнану точку зору, що інноваційна модель розвитку економіки має стати для України основою її внутрішньої та зовнішньої політики, оптимістичних основ щодо реалізації цієї моделі поки що бракує. Так, у розвинутих країнах інноваційний чинник

забезпечує до 65-80% економічного зростання, в Україні цей показник складає близько 12% [1]. В 2010 р. із суми, витраченої на інновації, 96,4% припадало на сплату комунальних послуг та зарплату, а безпосередньо на розвиток інноваційної парини - лише 3,6%, або 982,8 тис. гривень [1].

Нагадаємо, що розвиток інноваційного потенціалу відбувається на двох рівнях, що формує в свою чергу дві його основні форми - наявну та резервну. Оцінка загального та резервного рівня грошового забезпечення інноваційного потенціалу в останні роки свідчить про значне скорочення його наявного рівня та перевищення (двічі) обсягів резервного рівня грошового потенціалу. Але сказати, що це співвідношення є оптимальним чи неоптимальним, на наш погляд, неможливо. Досліджень такого гатунку не існує ні у вітчизняній науковій літературі, ні у зарубіжній. В цьому сенсі доцільно застосувати результати мультиплікаційних ефектів від зв'язку грошових вкладень у формування резервного та наявного рівнів інноваційного потенціалу. В нашій країні на даному етапі поки що це неможливо, остільки в ході аналізу слід досконало проаналізувати ще і систему використання цих коштів, щоб абстрагуватися від ефектів неправомірного їх використання. Адаже при тому рівні тіньової економіки, що склалася в останні роки в Україні, цього виявити практично неможливо. Але, на наш погляд, проблема полягає не лише в достатньому чи недостатньому співвідношенні окремих рівнів інноваційного потенціалу, а в неефективному використанні уже сформованого наявного рівня інноваційного потенціалу та недостатності використання окремих його форм. Так, зокрема, оцінка форм та джерел грошового забезпечення наявного інноваційного потенціалу в Україні виявила тенденцію скорочення його кредитної форми. Крім цього було також виявлено збільшення обсягів і частки зовнішніх джерел в загальних обсягах грошового забезпечення інноваційного потенціалу. Це є тривожною тенденцією, остільки результативність інноваційних процесів за умови їх фінансування ззовні спрямована переважно на забезпечення зарубіжних суспільно-економічних ефектів, а не національних.

В цілому, попри тенденцію зростання загального обсягу витрат на інноваційну діяльність в останні роки сформувалася також протилежна негативна тенденція щодо скорочення реальних обсягів фінансування науково-технологічної сфери, хоча номінально відбувається їх збільшення. Офіційна статистика показує обсяги грошового забезпечення інноваційного потенціалу в поточних цінах,

які не відбивають вплив інфляційних процесів. Тому в реальному вимірі розглянута динаміка виявляється депо іншою, а саме: протягом останніх років замість зростання відбувається реальне скорочення грошового забезпечення інноваційного потенціалу .

Проблематику недостатнього грошового забезпечення інноваційного потенціалу в Україні посилює проблема неефективної структури джерел фінансування інноваційного потенціалу, неефективного використання наявних фінансових ресурсів для реалізації державної інноваційної політики, розпороченість бюджетних видатків між їх численними розпорядниками, відсутність ефективного механізму координації використання коштів за бюджетними програмами, низькі обсяги державного замовлення на новітні технології тощо [2].

Висновки. В ході оцінки грошового забезпечення інноваційного потенціалу України було виявлено основні проблеми цього процесу: скорочення реальних обсягів фінансування науково-технологічної сфери, (хоча номінально відбувається їх збільшення, оскільки офіційна статистика показує обсяги грошового забезпечення інноваційного потенціалу в поточних цінах, які не відбивають вплив інфляційних процесів), неефективне використання уже сформованого (наявного) рівня інноваційного потенціалу, зменшення обсягів внутрішніх джерел та збільшення зовнішніх джерел грошового забезпечення наявного інноваційного потенціалу в Україні тощо. Все це є вагомою передумовою здійснення подальших досліджень процесу грошового забезпечення інноваційного потенціалу України

Література.

1. Кузнецов К. Криза руйнує інноваційний розвиток в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://project.ukrinform.ua/innovation/9085/>
2. Архієреєв С., Тарасенко Т. Державна підтримка впуску високотехнологічної та інноваційної продукції: зарубіжний досвід та висновки для України [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://old.niss.gov.ua/Monitor/september08/6.ht>

СЕКЦІЯ

*МЕНЕДЖМЕНТ,
МАРКЕТИНГ,
УПРАВЛІННЯ
БІЗНЕСОМ*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

*Борисова В.А., д.е.н., професор,
Сумський національний аграрний університет*

Підприємець як суб'єкт господарювання діє в певному політичному, економічному та соціальному середовищі. Від їх спрямованості залежить рівень розвитку підприємництва, ступінь його конструктивізму, економічного розвитку країни. Діяльність та розвиток підприємницьких структур завжди пов'язані з невизначеністю та ризиком. Важливим завданням, яке вони вирішують, є мінімізація розміру збитку у зв'язку з ризиковою діяльністю та ризиковими вкладеннями. Кожній підприємницькій структурі притаманний той вид ризику, який найчастіше випливає із специфіки її діяльності, що визначає економічну стратегію запобігання ризику. Управління ризиками – специфічна галузь менеджменту, яка потребує певних знань щодо діяльності підприємств, страхової справи, аналізу господарської діяльності, застосування математичних методів оптимізації економічних задач. Діяльність підприємця щодо управління ризиком спрямована на захист власного підприємства від ризику, який ставить під загрозу розмір прибутку та платоспроможність. Більш того, стає проблематичним вирішення основного завдання підприємця – в залежності від ситуації відібрати оптимальний проект, враховуючи при цьому, що чим більший розмір очікуваного прибутку, тим більший розмір ризику. Якісне управління ризиком збільшує можливості підприємця щодо отримання прибутку, ведення беззбиткового бізнесу, підвищення конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг.

Вихідним методичним положенням при визначенні складових підприємницького середовища є забезпечення можливостей здійснення підприємницької функції, насамперед новаторсько-координуючої при задоволенні суспільних потреб. Стратегічне управління розвитком пов'язане з постановкою цілей підприємства і підтримкою певних взаємовідносин з оточуючим середовищем, які

дозволяють йому досягати поставленої мети та відповідають його внутрішнім можливостям. Потенціал, який забезпечує досягнення цілей підприємства в майбутньому, є одним з кінцевих продуктів стратегічного управління. Не кожний вид продукції та послуг підприємства може бути включений до його потенціалу, а лише ті з них, які були випробувані з точки зору потенційної прибутковості. Це означає, що продукція підприємства, яка створена на базі нових перспективних технологій, має відмінні особливості та буде користуватися попитом на ринку.

Формування стратегії економічного розвитку необхідно проводити на підставі трьох взаємопов'язаних компонентів: суспільних потреб, внутрішніх можливостей виробника і ситуації, яка склалася в галузі. Вивчення суспільних потреб, які з певною імовірністю будуть мати місце в майбутньому, повинно бути вихідним пунктом в розробці будь-якої стратегії підприємства. Але потреби можна задовольнити лише в тій мірі, наскільки це дозволяють ресурси виробника. Тому раціональна стратегія завжди є компромісом між потребами і ресурсами. Розробка стратегії розвитку підприємства повинна дати відповідь на три основних запитання: які напрями господарської діяльності необхідно розвивати, які існують потреби в капіталовкладеннях та інших ресурсах, яка можливість віддачі за обраними напрямками?

Одним з кінцевих продуктів стратегічного управління є потенціал, який забезпечує досягнення цілей підприємства в майбутньому. Потенціал складається із сировинних, фінансових і людських ресурсів, інформації, виробленої продукції і наданих послуг, набору правил соціальної поведінки, дотримання яких допомагає підприємству досягати своїх цілей. Важливо відзначити, що не кожен вид продукції та послуг підприємства може розглядатися з точки зору потенційної прибутковості.

Другим кінцевим продуктом стратегічного управління розвитком є внутрішня структура та організаційні зміни, які забезпечують чутливість організації до змін у зовнішньому середовищі. Блок-схему моделі розробки стратегії розвитку підприємницької структури зображено на рис. 1.

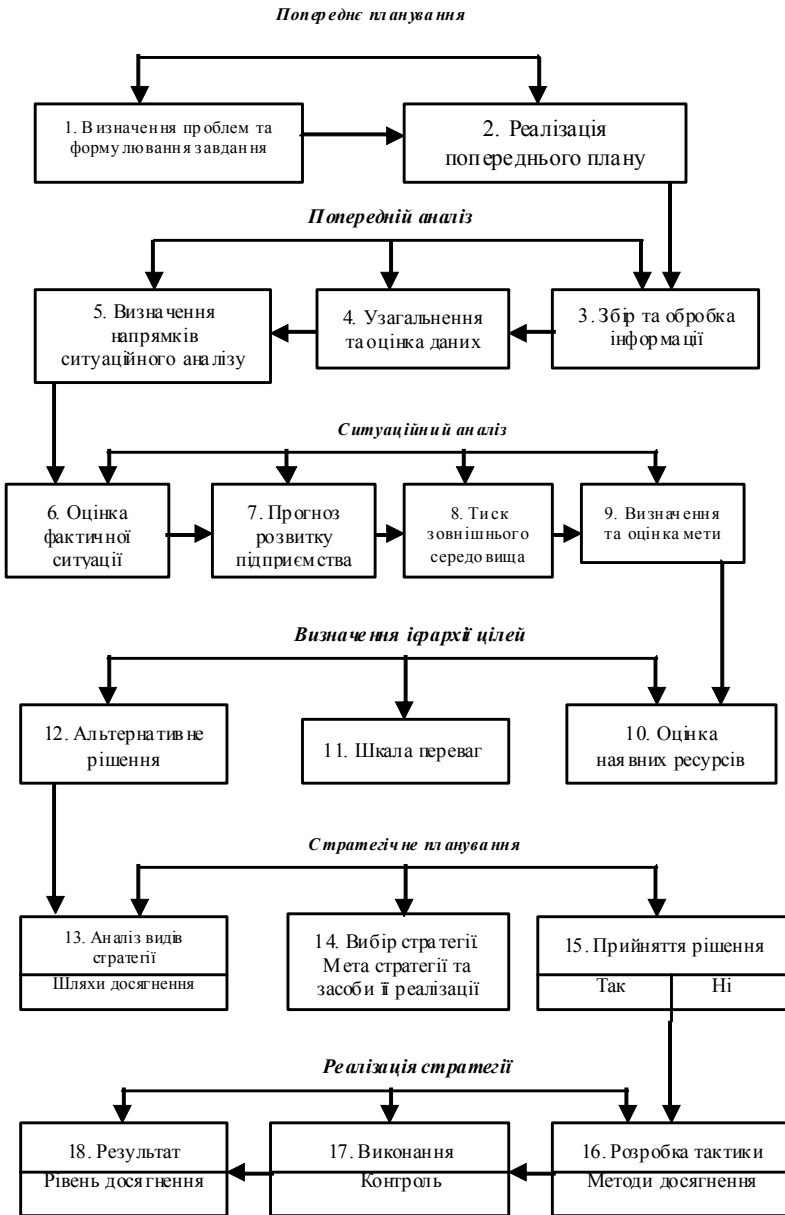


Рис. 1. Блок-схема моделі розробки стратегії розвитку підприємницької структури

Загострення конкурентної боротьби підвищує роль стратегічного планування в процесі управління розвитком підприємницьких структур. У той же час, динаміка науково-технічного прогресу пред'являє підвищені вимоги до самого процесу управління її розвитком. Значно збільшуються періоди планування; стратегії в галузі досліджень і розробок стають частиною довгострокових планів; до процесів управління включаються всі галузі діяльності підприємства (матеріально-технічне забезпечення, виробництво, фінанси, маркетинг, персонал та інші); до структури довгострокових планів вводять елементи “рухливого” короткострокового планування.

Особливістю управлінського розвитку, який здійснюється у межах стратегічного менеджменту, є те, що він реалізується не тільки керівниками підприємства, але й безпосередніми виконавцями. В цьому полягає його відмінність від традиційних підходів до планування, коли розробка стратегій та їх реалізація виконувалися різними підрозділами. Це визначає ряд вимог до побудови системи, що моделюється. Одна з таких базових вимог полягає в тому, що система, яка моделюється, повинна бути імітаційною системою колективної розробки і прийняття рішень. З іншого боку, реалізація такої системи вносить зміни і в технологію процесів управління розвитком.

Розвиток систем різної природи, в тому числі економічних і виробничо-економічних, можна поділяти на саморозвиток та керований розвиток. Для вирішення проблеми керованого розвитку виробничо-економічними системами, необхідно відокремити спеціальну підсистему управління розвитком, яка забезпечує вирішення всієї сукупності завдань розвитку підприємницьких структур.

Підприємництво є складним явищем, яке в практичній площині включає підприємницьке середовище, особистість підприємця, підприємницьку діяльність. Тому для розвитку підприємництва владним структурам слід спрямовувати свою діяльність у трьох напрямках: створення відповідного ринкового середовища, організацію підприємницьких структур та придання господарській діяльності нового змісту, формування особистостей підприємців.

ПАРТНЕРСТВО ДЕРЖАВИ І ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Анпілогова Ж.Д., к.е.н., докторант,
Академія муніципального управління*

Органи місцевого самоврядування в змозі відігравати суттєву роль в подоланні бар'єрів у взаємодії між підприємствами – перш за все тому, що, маючи можливість отримувати об'єктивну інформацію про промисловий, науково-технічний, інноваційний та ін. потенціал підприємств, вони здатні налагоджувати регулярне спілкування їхнього менеджменту в сенсі обмірковування проектних варіантів співпраці. Крім цього, місцева влада постійно контактує з державними структурами вищого рівня, отримуючи інформацію, необхідну для проектування міжрегіональних виробничих зв'язків [2, с. 99].

Співпраця промислових підприємств, розташованих в регіоні, ефективна з різних точок зору. *По-перше*, стратегічно важливі підприємства, приєднуючись до реалізації регіональних соціально-економічних програм та пріоритетних інвестиційних проектів регіонального значення, здатні суттєво підвищувати управління їх реалізацією і зменшувати відповідні ризики для місцевого бюджету. *По-друге*, такі підприємства можуть більш ефективно та гарантовано виконувати регіональні замовлення. *По-третє*, серйозно зменшуються транспортні витрати підприємств – а отже збільшується рівень їх рентабельності. *По-четверте*, промислова інтеграція підприємств і організацій регіону може поліпшити ситуацію з виробництвом і реалізацією споживчих товарів для місцевого населення. Збільшення загальних об'ємів продажу промислових підприємств на території регіону – це зростання податкових надходжень в місцевий бюджет. *По-п'яте*, в інтересах місцевої адміністрації розгорнути обслуговуючу інфраструктуру провідних промислових компаній.

В межах сформульованих регіональних промислових пріоритетів місцевої адміністрації необхідно визначити сукупність підприємств і організацій різних форм власності, діяльність яких в змозі забезпечити реалізацію даних пріоритетів (відповідних планів, програм, проектів). Слід зазначити, що перед практичним залученням тих чи інших підприємств до вирішення пріоритетних задач регіонального розвитку бажано проаналізувати стан територіального промислового комплексу. Принципово важливо залучити до спільної діяльності підприємств на пріоритетних напрямках стратегічного

розвитку регіону комерційні банки, що розташовані на даній території. В межах своєї компетенції органи місцевого самоврядування можуть стимулювати участь банківських структур в спільній з промисловцями роботі. Нерідко реалізація програм регіонального рівня потребує від органів місцевого самоврядування зусиль щодо створення нових підприємств і (чи) організацій, які доповнюють промисловий потенціал даної території. З урахуванням складності й масштабів програм, проєктів, регіональних стратегій визначається організаційно-правовий статус цих підприємств. Враховуючи вище зазначені положення, пропонуємо наступний механізм реалізації промислово-інноваційної політики органами центральної влади і місцевого самоврядування.

Масштаби і характер впливу держави на промисловість країни залежать від особливостей її структури, рівня розвитку найважливіших її елементів (промислові фірми і фінансові інститути, система господарського права, державні інтереси, політичні партії і профспілки), а також від рівня розвитку формальних і неформальних механізмів координації діяльності зазначених інститутів. Звідси, пропозиції щодо реформування державної промислової політики зводяться до наступного:

- управління промисловістю повинно здійснюватися єдиним комплексом, що включає всі галузі промислового виробництва;

- у єдиному органі управління промисловістю необхідно зосередити оперативні фінансові й інвестиційні ресурси для реалізації стратегічних і поточних заходів підтримки промислових підприємств. Ресурси на підтримку промисловості необхідно виділяти в бюджетах окремим рядком або в складі фонду розвитку разом з центром;

- адміністрації регіонів разом із промисловими підприємствами створити структуру, яка буде виконувати аналітичну функцію вироблення заходів щодо реалізації промислової політики і її стратегічних напрямків, розробку разом з підприємствами програм їхнього реформування і фінансового оздоровлення, здійснення контролю за їх виконанням. Пропонована структура повинна функціонувати в складі органа управління промисловістю кожного регіону.

Реалізація зазначених цілей потребує рішення наступних задач [1, с. 51]:

- формування пріоритетних напрямів розвитку промисловості;
- розробка механізмів запуску економічного росту по найбільш

важливих напрямках розвитку промисловості («точкам росту»);

— одна із головних задач - створення умов взаємодії підприємств, що визначають можливості кожного регіону на базі використання науково-виробничого потенціалу регіону;

— задачі стабілізації і підтримки галузей;

— формування основної спеціалізації регіону;

— підтримка галузей, що забезпечують внутрішні потреби регіону;

— збереження існуючих і створення нових робочих місць;

— мінімізація соціальних наслідків реструктуризації промисловості;

— підвищення інвестиційної привабливості регіону;

— розвиток промислової інфраструктури, інфраструктури ринку товарів і цінних паперів;

— розвиток взаємодії промислових підприємств і малого бізнесу;

— організація регіональних ринків.

Механізм реалізації зазначених цілей і задач на регіональному рівні буде складатися із наступних складових:

— збір як загальносистемної інформації про промисловість регіону, так і більш детальної, спеціальної інформації із кожного з найбільш значимих підприємств. Узагальнена інформація не дозволяє конкретизувати наявний потенціал промислових підприємств, їхньої розробки і пропозиції, ідеї, ланцюжки можливих технологічних об'єднань (заходу щодо розвитку підприємств) та ін.;

— узагальнення наявних можливостей підприємств із погляду досягнення поставлених цілей;

— вибір пріоритетних напрямів розвитку промисловості і механізмів їхньої реалізації;

— формування переліку проєктів розвитку промисловості й оцінок їхньої інвестиційної привабливості (економічної ефективності, строків окупності, соціально-економічної значимості);

— формування комплексу елементів механізму реалізації стратегії розвитку промислових підприємств.

Література.

1. Кузнєцова Л. Структурні зміни у промисловості України: критерії прогресивності // Економіст. – 2009. - № 8. – С.50-55.

2. Становлення ринкового механізму в Україні: теорія та практика / За ред. І.Ф. Комарницького. – Чернівці. - 2003. – 216с.

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ СІЛЬСЬКИХ ПОСЕЛЕНЬ

*Антонов А.В., к.е.н., докторант,
Дніпропетровський державний аграрний університет*

У сфері сільського житлового будівництва в Україні необхідне вирішення двосидного завдання – підвищення рівня забезпеченості населення житлом і формування ефективного ринку житла. Серед основних заходів, сприяючих вирішенню цих завдань можна назвати створення фонду розвитку житлового будівництва під державні гарантії; перетворення частини фінансово-кредитних установ в цільові кредитні організації, здатні акумулювати дрібні внески населення на вигідних для нього умовах.

Останніми роками намітилась тенденція до зменшення кількості функціонуючих шкіл та дошкільних закладів. На перший погляд, низький рівень народжуваності не вимагає введення нових дошкільних установ та шкіл. Але не слід забувати, що більшість з них введені в дію в довоєнні і післявоєнні роки, морально та фізично застаріли (мають дерев'яні перекриття), застаріле планування і в кращому випадку потребують капітального ремонту з переплануванням, а в більшості своїй вимагають зносу. Аналогічне положення склалося і з лікарнями.

Зі всіх українських регіонів найкращий стан справ з інвестуванням сільських територій у Київській області, що добилася значних успіхів в розвитку соціальної сфери в цілому, і в соціальній інфраструктурі, зокрема. На даному етапі соціально-економічних перетворень, що проводяться в Україні, специфічною особливістю Київської області, як столичного регіону, є активна інвестиційна політика в соціальній сфері. В порівнянні з іншими регіонами України фінансовий стан установ та організацій галузей соціальної інфраструктури відносно стабільний і стійкий. Проте в умовах розвитку ринкових відносин соціальна сфера опинилася в менш вигідних умовах, оскільки її об'єкти не відносяться до числа найпривабливіших для приватного капіталу.

В даний час, соціальна інфраструктура села як об'єкт інвестування характеризується істотною специфікою і складністю, яка багато в чому зумовлює особливості використання схем інвестування об'єктів цієї сфери.

Можливість інвестування, а отже, і загальний стан соціальної інфраструктури села визначається цілим комплексом факторів – від

загальноекономічного (стан економіки в цілому, рівень інвестиційної привабливості та інвестиційної активності в районі, загальнодержавна політика і т.д.) до вузькогалузевих, що враховують специфіку різних галузей (житлово-комунального господарства, дорожнього господарства, зв'язку, транспорту, освіти, охорони здоров'я, культури та ін.).

У зв'язку з цим об'єкти інженерної інфраструктури, з точки зору інвестиційного процесу, не можуть давати в економічній ситуації, що склалася, досить швидкої та ефективної віддачі, тобто вони, в більшості випадків не є комерційно вигідними і не відносяться до числа привабливих для інвестора.

В той же час, існує об'єктивна необхідність залучення до інвестування об'єктів соціальної інфраструктури села позабюджетних асигнувань на основі розробки механізмів, що гарантують повернення вкладених в ході реалізації інвестиційного проекту коштів. Проте і в найближчій перспективі основне інвестиційне навантаження продовжуватимуть нести бюджети різних рівнів з поступовим розвитком ринкових механізмів інвестування соціальної інфраструктури села.

Однією з основних відтворювальних пропорцій в адміністративному районі є співвідношення між загальною величиною асигнувань на фінансування соціальної інфраструктури та обсягом і ефективністю інвестицій в реальний сектор економіки. Політика перекадання витрат по житлово-комунальному господарству, в тому числі і капітальних, на населення є, на наш погляд, малоєфективною, в першу чергу, через низькі доходи більшості населення та в кінцевому підсумку може привести до соціального вибуху. А створені в результаті інвестицій в соціальну інфраструктуру села блага доцільно передавати споживачам за пільговими цінами, а в мінімально гарантованому обсязі – безкоштовно.

Інвестиції в людський капітал сільських поселень (людські ресурси) необхідні і високоефективні навіть на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки. У довгостроковому плані їх реальна ефективність, на думку автора, виразиться як в збільшенні обсягу і якості послуг галузей соціальної інфраструктури села, так і в зростанні продуктивності праці у всіх галузях економіки.

Потрібно також відзначити, що проблеми інвестування галузей соціальної інфраструктури села закладаються внаслідок неточного врахування економічної ефективності таких інвестицій. Оцінка економічної ефективності інвестицій в соціальній інфраструктурі села,

на думку автора, повинна визначатися не з точки зору госпрозрахункової окупності, а з позицій суспільства в цілому. Даний підхід до обґрунтування обсягу та структури інвестицій в об'єкти соціальної інфраструктури села реально не може бути реалізований на рівні сільського поселення чи навіть району.

Основна мета інвестування – максимізація добробуту власників. При цьому найреальніша схема участі в інвестуванні – реалізація комерційно вигідного проекту з соціальними функціями або добродійна діяльність комерційної організації. А результатом такої комерційної діяльності виступає надання послуг сільській громаді в цілому.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Антошук Р.Р.,

Львівський національний аграрний університет

Управління доходами та витратами господарської діяльності це головні процеси в управлінні прибутковістю підприємств. В процесі будь-якого управління визначаються його цілі об'єкти та задачі.

Ціллю управління доходами підприємства виступає одержання ним певної величини прибутку. Об'єктами управління доходами сільськогосподарських підприємств виступають грошові надходження від здійснення операційної діяльності, зокрема управління надходженням виручки від реалізації сільськогосподарської продукції, іншої реалізації, фінансової та інвестиційної діяльності, та від надзвичайних подій; цінова політика сільськогосподарського підприємства, та управління каналами реалізації.

Задачами управління доходами сільськогосподарського підприємства є забезпечення стабільності та регулярності грошових надходжень, максимізація реалізаційної виручки, що виливається в управління структурою реалізації, параметрами товарності продукції, планування цін, контроль за розрахунками.

Обстеживши реалізаційну діяльність сільськогосподарських підприємств Львівської області ми виявили: станом на кінець 2010 року аграрні підприємства області отримали 2217,8 млн. грн. в складі яких 1541,9 млн. грн. виручки від реалізації сільськогосподарських продукції та послуг .

В структурі доходів сільськогосподарських підприємств основне місце займає виручка від реалізації сільськогосподарської продукції, питома вага якої біля 50%, якої за останні роки, в структурі реалізації зменшується крім того вагомою часткою є доходи від надання послуг в сільському господарстві, серед інших доходів операційної діяльності – виручка від реалізації активів, реалізація товарів підсобних виробництв, надання послуг несільськогосподарського призначення, курсові різниці тощо.

Таблиця

Структура доходів сільськогосподарських підприємств Львівської області

Роки	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Виручка від реалізації	70,42	72,63	66,71	55,25	63,84	59,21
в т.ч. від реалізації сільськогосподарської продукції	*80,94	82,12	78,65	76,83	73,67	69,52
	**57,00	59,64	52,47	42,45	47,03	41,17
Інші операційні доходи	7,66	9,91	15,59	28,39	16,56	18,69
Доходи від участі в капіталі	2,42	0,00	0,00	0,00	0,02	0,03
Інші фінансові доходи	0,83	0,92	0,72	0,57	0,49	0,30
інші доходи	1,99	2,63	2,02	2,10	1,73	3,35
надзвичайні доходи	0,01	0,00	0,00	0,31	0,02	0,05

** в структурі реалізаційної виручки, ** в структурі доходів.*

Одним з визначальних чинників ефективності реалізаційної діяльності є структура продажу продукції за каналами збуту з 2005 року структура реалізації.

Сільськогосподарські підприємства відзначаються широкою диверсифікацією не лише виробничої, але й збутової діяльності, і виступають операторами на різних продуктових ринках: зерна, соняшнику, цукрових буряків, молока, м'яса та ін. Це вимагає застосування майже всіх елементів ринкової інфраструктури. По підсумках 2010 року найбільшу частку продукції було реалізовано через канали, які не деталізуються в звітній документації. За іншими каналами найчастіше реалізовується продукція зерновиробництва (82 %) та увесь соняшник, ріпак (99 %), цукрові буряки (96 %) та овочі. До них відноситься торгівля через агроторгові доми, біржі, реалізація продукції посередникам тощо. Продукція тваринництва реалізовується переважно переробним підприємствам частка каналу в структурі

реалізованої продукції: яловичина - 82,6 %, птиця – 53, свинина – 73 %, молоко – 90 %. Разом з тим, окремі канали реалізації для сільськогосподарських підприємств Львівщини були збитковими, така ситуація виникає коли підприємство реалізує залишки продукції із записанням, що свідчить, про недосконалість планування та організації збутового процесу.

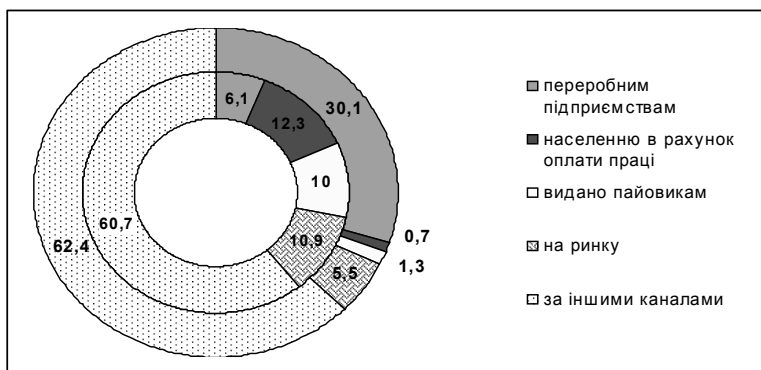


Рис. Структура реалізації сільськогосподарської продукції підприємствами Львівської області за 2005 та 2010 роки, %.

Ще однією характеристикою ефективності збутової діяльності сільськогосподарських підприємств є рівень товарності продукції. Товарність сільськогосподарської продукції має свої особливості: певна частка продукції власного виробництва залишається в господарстві в якості запасів сировини для подальшого споживання. Проте рівень товарності зерна склав 86 %, ріпаку – 92, коренів цукрових буряків – 88, молока – 86 %, свинини – 91 %, що вказує на позитивне зростання проти 60 % 2009 року. Рівень товарності ВРХ – 143%, найчастіше є наслідком того, що сільгоспідприємства реалізують на м'ясо не лише вироблену товарну продукцію але й поголів'я основного молочного стада, (як швидко ліквідний актив). Даний факт вказує на негативні тенденції в галузі тваринництва.

Загалом дослідження реалізаційного процесу аграрних підприємств, показав відсутність у виробника реального впливу на процес ціноутворення, через монопольні позиції закупівельників. З цієї причини доходи по окремих позиціях не покривають виробничих витрат. Тому даний процес потребує державного втручання та регулювання.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Бабин М.М., аспирант,
ЮФ НУБиП Украины «КАТУ»*

В условиях усложнения хозяйственных связей, острой конкурентной борьбы и повышения важности стратегических решений процессы предвидения положения предприятия в будущем, разработки целей, стратегий, сценариев в их реализации выдвигаются на одно из первых мест в системе управления предприятием. Для эффективного управления развивающихся предприятий необходимо использовать современные технологии управления, одной из которых является бюджетирование.

Одна из важнейших задач руководителя любого предприятия – с максимальной отдачей использовать имеющиеся в его распоряжении ресурсы. Для этого необходима информация о наличии таких ресурсов. Детализация стратегического плана осуществляется на предприятии с помощью бюджетирования, которое определяет краткосрочные задачи в пределах общей стратегии. Результатом процесса бюджетирования является формирование бюджета.

В условиях рынка именно бюджетирование является основой планирования и управленческого учета. Система бюджетов позволяет заблаговременно оценить последствия текущего положения дел и реализуемой стратегии финансового состояния предприятия. Следовательно, бюджетирование становится связующим звеном между стратегическим управлением, осуществляемым высшим руководством, и оперативным управлением, реализуемым на более низких уровнях.

Наиболее распространенная классификация выделяет следующие функции управления предприятием: планирование; организация; мотивация; контроль; учет и анализ; координация. Исходя из этих функций, можно определить непосредственную роль бюджетирования в осуществлении каждой из них.

Составление бюджета основано на уточнении и детализации стратегических планов на заданный бюджетом период. Следовательно, бюджетирование является исходным инструментом

* *Научный руководитель – Додонов С.В., к.э.н., доцент*

планирования.

Бюджетирование как инструмент организации проявляется в коммуникации и координации различных подразделений предприятия и видов деятельности, и обеспечивает согласование интересов отдельных работников и групп в целом по предприятию для достижения намеченных целей. Само по себе составление бюджета предусматривает взаимодействие различных подразделений предприятий, а так же определенных в процессе бюджетирования центров ответственности.

Также, бюджет способствует выявлению слабых звеньев в организационной структуре, решению проблем коммуникации и распределения ответственности между исполнителями. Последнее определяет роль бюджетирования в осуществлении мотивирующей функции управления. При анализе выполнения бюджета руководству легко определить, какое звено или работник стали причиной положительных или отрицательных отклонений, что естественно должно повлечь за собой последствия. С другой стороны, имея определенный бюджет подразделение или отдельный работник всегда могут видеть к чему им необходимо стремиться или каких негативных явлений избегать для его выполнения. Так наличие четко определенных показателей деятельности и критериев ее эффективности представляют собой стимул в достижении целей.

Бюджетирование способствует ориентации руководителей всех уровней на достижение задач, поставленных перед их центрами ответственности и повышению профессионализма менеджеров. Составление бюджетов способствует детальному изучению деятельности своих подразделений и взаимоотношений между центрами ответственности на предприятии.

Бюджетирование также значительно облегчает руководителям контроль текущей деятельности. В качестве основы для оценки выполнения плана центрам ответственности лучше использовать именно бюджетные данные, а не данные прошлых лет. Это связано с тем, что текущая деятельность может отличаться от прошлой изменениями в технологии, составе персонала, ассортименте продукции или новыми общеэкономическими условиями.

При этом в каждом предприятии могут быть свои функции бюджетирования в зависимости, как от объекта финансового планирования, так и от системы финансовых и нефинансовых целей. При рассмотрении бюджетирования как процесса необходимо выделить три его основных элемента: организационное обеспечение,

процесс и технология.

Организационное обеспечение касается организации подразделений и служб, которые несут ответственность за обеспечение и поддержание самого процесса бюджетирования, а также предусматривает выбор лица, отвечающего за правильное и своевременное выполнение всего процесса.

Процесс бюджетирования разбивается на отдельные процедуры: планирование, исполнение бюджетов, сбор и анализ фактических данных и т. д. – при этом должен быть разработан и утвержден регламент для контроля выполнения всех указанных процедур. Технология бюджетирования включает в себя формирование и консолидацию бюджетов организации. Для этого разрабатывается финансовая структура организации, представляющая собой совокупность центров ответственности.

Также необходимо учитывать, что на формирование статей бюджета расходов существенно влияют положения учетной политики организации. При внедрении механизма бюджетирования следует учитывать, что высокие экономические показатели в производстве сельскохозяйственной продукции достигаются только за счет комплексных мероприятий.

Вся система внутрифирменного планирования должна строиться на основе бюджетирования, то есть все затраты и результаты должны иметь строго финансовое, лучше – денежное выражение. Однако дело не только в этом. Если само по себе планирование бизнеса необходимо для того, чтобы четко представлять, где, когда, что и для кого предприятие будет производить и продавать, чтобы понимать, какие ресурсы и в каком объеме для этого понадобятся, то бюджетирование как основа планирования – это максимально точное выражение всех планируемых показателей и ресурсов в финансовых терминах.

Одной из главных функций бюджетирования является прогнозирование (финансового состояния, ресурсов, доходов и затрат). Именно этим бюджетирование и ценно для принятия управленческих решений. Конечно, утвержденные формы бухгалтерской отчетности не теряют своей значимости. И любое действие, будь то оценка финансового состояния предприятия или

фирмы, аудиторская проверка, деятельность оценщиков бизнеса, непременно буде базироваться на этих данных. Недостаток использования одних лишь сведений бухгалтерской отчетности заключается в том, что это данные прошлых периодов, и они могут быть мало полезны руководителям предприятия.

Литература.

1. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2004.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: учеб. / И.А. Бланк - М.: Ника-Центр, 2006 – 632с.
3. Бочаров В.В. Коммерческое бюджетирование. – СПб.: Питер, 2003.- 368 с.
4. Волкова О.Н. Бюджетирование и финансовый контроль в коммерческих организациях. –М.: Финансы и статистика, 2005. – с.272.
5. Карпов А.Е. Бюджетирование как инструмент управления. – М.: “Результат и качество”, 2007. – с.531.
6. Ковтун С. Бюджетування на сучасному підприємстві, або як ефективно управляти фінансами. – Х.:Фактор.2005. – 340с.
7. Солнцев И.В. Общая схема бюджетирования на предприятии// Финансовый менеджмент,2003, №3.
8. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. – М.: ИНФРА-М, 1999.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Бірченко Н.О.,

***Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Внаслідок динамічності зовнішнього середовища важливим для підприємств постає завдання забезпечення швидкості реагування менеджменту щодо прийняття рішень у відповідь на зміни параметрів оточення суб'єкта господарювання. Однак, забезпечуючи швидку реакцію підприємства на зміни зовнішнього середовища, необхідно зважати на загальну стратегію управління підприємством. Приймаючи рішення після кожної зміни у зовнішньому середовищі, управлінський персонал може настільки ускладнити процес управління

підприємством внаслідок несумісності нових та попередніх рішень, що необхідність внутрішніх змін постане небезпечнішим фактором, ніж зовнішні фактори ризиків. Тобто, для успішного функціонування підприємства необхідно застосовувати системно-ситуаційний підхід – пошук та реалізація рішень у відповідності на зміну ситуації, що забезпечать подальшу цілісність та надійність існуючої системи (стратегії розвитку підприємства). Це дасть змогу вирішувати локальні завдання щодо реакції на зміни у зовнішньому середовищі функціонування підприємства, одночасно підвищуючи ефективність загальної його роботи.

Вибір шляхів управління ризиками залежить від різноманітних чинників: виду та рівня ризику; ймовірності настання ризикових подій; рівня кваліфікації кадрів; оцінки фінансових можливостей та витрат підприємства на управління ризиками; рівня розвитку страхового та товарного ринків; конкурентоспроможності партнерів по бізнесу; розвитку банківського сектору тощо.

Аналіз наукових праць вчених-економістів показав відсутність єдиного підходу до класифікації методів управління ризиками. В таблиці приведено погляди вітчизняних та зарубіжних дослідників на методи управління ризиками.

Таблиця

Погляди вчених на методи управління ризиками

Дослідники	Методи управління ризиками, що розглядаються ними
В. Гранатуров [1]	Уникнення, зниження та прийняття ризиків
В.В. Віталінський, Г.І. Великоіваненко [2]	Зовнішні (розподіл ризику, зовнішнє страхування) та внутрішні (лімітування, диверсифікація, створення резервів (запасів), здобуття додаткової інформації)
В. Буянов [3]	Уникнення, страхування, передача, прийняття ризику на себе, скорочення втрат
Є. Уткін [4]	Уникнення, утримання та передача ризику
А. Старостіна [5]	Страхування, самострахування, передача, прийняття на себе, уникнення ризиків, запобігання збиткам, зменшення розміру збитку
Р. Качалов [6]	Уникнення, локалізація, дисипація, компенсація
І. Бланк [7]	Уникнення та хеджування, утримання та передача ризику

Систематизуючи наведені вище підходи, вважаємо, що основними методами регулювання ступеня ризиків є ухилення, компенсація, прийняття та передача ризику.

Методи ухилення від ризику найбільш поширені в господарській практиці. Цими методами користуються підприємці, що надають перевагу не ризиковим діям. Керівники відмовляються від послуг ненадійних партнерів, прагнуть працювати тільки з тими контрагентами – споживачами і постачальниками, які підтвердили свою надійність. Підприємства, що дотримуються тактики «ухилення від ризику», відмовляються від інноваційних та інших проєктів, впевненість у здійсненні або ефективності яких викликає хоча б найменші сумніви. Однак, можна виробити стратегію щодо вибору оптимальних партнерів, яка дозволить мінімізувати ризики, що можуть виникати у процесі взаємозв'язків між підприємствами з одночасним прийняттям на себе частини цих ризиків.

Методи компенсації ризику передбачають створення механізму попередження небезпеки. Вони, як правило, більш трудомісткі, вимагають великої попередньої аналітичної роботи, від повноти і старанності якої залежить ефективність їхнього застосування. Найбільш ефективним методом цього типу є використання в діяльності підприємства стратегічного планування, що, як засіб компенсації ризику, дає ефект у тому випадку, коли процес розробки стратегії охоплює всі сфери діяльності підприємства. Повномасштабні дії по стратегічному плануванню дозволяють передбачити появу недоліків в технологічному циклі, попередити ослаблення позицій підприємства у своєму секторі ринку, ідентифікувати специфічний профіль факторів ризику підприємства, а отже, розробити заздалегідь комплекс заходів, що їх компенсують.

Методи прийняття ризиків мають за мету покриття збитків за рахунок власних коштів. Використання цих методів є ефективним при невисокій ймовірності настання ризикових подій та невеликій величині потенційних збитків. Однак їх застосування передбачає наявність у суб'єкта господарювання стабільного прибутку або потенційних кредитних ресурсів, за рахунок яких можна формувати відповідні резервні фонди. До цієї групи методів управління ризиками відносять і їх локалізацію, яку використовують у випадках, коли вдається досить чітко і конкретно ідентифікувати джерела ризиків. Виділивши економічно найбільш небезпечний етап або ділянку діяльності, можна зробити його контрольованим і в такий спосіб знизити загальний рівень ризиків підприємства.

Диверсифікація, як один із інструментів при прийнятті ризиків не дає ефекту при застосуванні до зниження рівня ризиків окремих видів діяльності, а призначена для зменшення ризиків підприємства через поєднання різних видів діяльності, слабо пов'язаних між собою. До переваг диверсифікації можна віднести можливість проникнення на нові ринки, що підвищить прибутковість підприємства; перерозподіл капіталу внаслідок зменшення його рівня доходності.

Методи передачі ризиків є більш гнучкими інструментами управління. Один з основних методів полягає в розподілі ризику шляхом об'єднання (з різним ступенем інтеграції) з іншими учасниками, зацікавленими в успіхові загальної справи (наприклад, створення кластерів). Підприємство має можливість зменшити рівень власного ризику, залучаючи до вирішення загальних проблем як партнерів інші підприємства. Застосування в Україні методів розподілу ризиків між учасниками ускладнюється через процес трансформації економіки. Відсутність досвіду у підприємств з використання подібних методів, нерозвинена мережа товарних та фондових бірж, велика ймовірність неплатоспроможності партнерів робить практично нездійсненим використання таких інструментів з розподілу ризиків як факторинг, хеджування. Застосування факторингу дало б змогу передати частину ризиків (як правило, кредитних) банкам або кредитним установам. Хеджування дозволяє зменшувати цінні, транспортні, фінансові ризики, отримуючи додатковий дохід у випадку негативних змін ринкової кон'юнктури під час дії договірної угоди.

До цієї групи методів також належить страхування ймовірних втрат, що є не тільки надійним захистом від невдалих рішень, але і підвищує відповідальність керівників підприємств, примушуючи їх серйозно відноситися до розробки і прийняття рішень, регулярно здійснювати превентивні заходи. Недоліками страхування як методу управління ризиками підприємства є: високий рівень страхових ставок; незадовільний фінансовий стан потенційних страхувальників, що ускладнює використання страхування через відсутність грошових коштів; невеликий розмір страхових компаній, що обмежує можливості страхування значних угод внаслідок підвищення ризиків страховиків та нерозвинутого ринку перестраховування.

Теорія і практика управління ризиками виробили ряд правил, на підставі яких здійснюється вибір того або іншого прийому управління ризиком і варіанту рішень [2, 4, 5]. Основними з цих правил є

наступні: максимум виграшу; оптимальне сполучення виграшу і величини ризику; оптимальна ймовірність результату.

Правило максимуму виграшу полягає в тому, що з можливих ризикованих варіантів рішення вибирається той, котрий забезпечує максимальний результат при мінімальному і прийнятному ризику.

На практиці більш прибуткові варіанти, як правило, і більш ризиковані. У цьому випадку використовується правило оптимального сполучення виграшу і величини ризику. Його сутність полягає в тому, що з варіантів, що забезпечують ризик, прийнятний для господарюючого суб'єкта, вибирається той, у якого співвідношення доходів і втрат є найбільшим.

Сутність правила оптимальної ймовірності результату полягає в тому, що з варіантів, що забезпечують прийнятну ймовірність одержання позитивного результату, вибирається той, у якого виграш максимальний.

Отже, в основі управління ризиками лежить цілеспрямований пошук і організація роботи зі зниження ризику, одержання і збільшення віддачі в невизначеній господарській ситуації. Слід зазначити, що задача управління ризиками ускладнюється через взаємний вплив ризиків.

Література.

1. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. / В.М. Гранатуров. – М. : ДИС, 2002. – 160 с.
2. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Буянов В. Анализ рисков в деятельности предприятия / В. Буянов // Вопросы экономики. – 2004. – №8. – С. 128-134.
4. Уткин Э.А. Риск-менеджмент / Э.А.Уткин. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1998. – 288 с.
5. Старостіна А.О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 200 с.
6. Качалов Р.М. Управление хозяйственным риском / Р.М. Качалов. – М.: Наука, 2002. – 192 с.
7. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками / И.А. Бланк. – К.: Ника-Цент, 2005. – 600 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ЗАТРАТАМИ В ПРЕДПРИЯТИЯХ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

**Бунчук Н.А., аспирант*,
Южный филиал Национального университета
биоресурсов и природопользования Украины
«Крымский агротехнологический университет»**

Специализация расширяет возможности использования новой высокопроизводительной техники, для более полной механизации и автоматизации производства, что повышает производительность труда, качество выпускаемой продукции. А эти процессы, в свою очередь, приводят к концентрации расходов в отдельных крупных производственных центрах и упрощают процесс учета, контроля и анализа производственных затрат. Специализация выступает как организационная предпосылка обеспечения устойчивости сельского хозяйства, роста выхода продукции при высокой эффективности производства.

Специализация в сельскохозяйственном производстве напрямую связана с его рациональным территориальным размещением, которое позволяет с учетом конкретных природно-экономических условий производить максимальное количество продукции с минимальными затратами. Таким образом, специализация и размещение выражают один и тот же процесс разделения труда в сельском хозяйстве [2].

Рассмотрев сущность специализации сельскохозяйственного производства можно предположить ее взаимосвязь с системой управления производственными затратами предприятий. Так, можно говорить о том, что специализация сельскохозяйственного предприятия на производстве отдельных видов продукции способствует более эффективному управлению затратами на их производство. Теоретически можно рассмотреть влияние специализации на каждый элемент управления затратами:

— упрощает процесс *планирования* за счет сокращения организационной и финансовой структуры предприятия; стабильности ассортимента продукции и состава ресурсов для ее

* *Научный руководитель – Додонова М.В., к.э.н., доцент*

производства;

— способствует более детальному *учету затрат* на производство конкретного вида продукции, выбору метода учета затрат и калькулирования себестоимости, более достоверному и оперативному отражению информации в системе управленческого учета;

— стандартизирует информационную и методическую базу для проведения *анализа затрат*;

— упрощает процесс *регулирования и координации* вследствие формирования устойчивой организационной и финансовой структуры и сокращения количества внутрисистемных связей

— формирует экономическую основу для *мотивации* к сокращению затрат производства в связи с возможностью планирования и контроля расхода ресурсов

— упрощает процедуру *контроля* в связи с формированием четкой системы контролируемых показателей.

Для проверки на практике степени влияния специализации на эффективность системы управления затратами мы воспользовались методом корреляционного анализа [1, С. 253], поскольку именно он позволяет выявить направление и силу влияния факторных признаков на результативный. В качестве факторного признака мы рассматриваем коэффициент специализации. В качестве показателя, характеризующего эффективность системы управления затратами, мы используем коэффициент относительной эффективности производственных затрат по урожайности/продуктивности ($k_{ев}$). Коэффициент рассчитывается как среднее арифметическое произведений коэффициентов урожайности/продуктивности и себестоимости по каждому виду продукции. Коэффициент урожайности/продуктивности определяется отношением фактической урожайности/продуктивности (P_f) на предприятии к среднему значению урожайности/продуктивности по Крыму (P_a). Коэффициент себестоимости рассчитывается отношением себестоимости конкретного вида продукции в среднем по Крыму (C_f) к себестоимости этой продукции, сложившейся на предприятии (C_a).

Коэффициент урожайности/продуктивности и коэффициент себестоимости являются косвенными показателями, характеризующими эффективность управления производственными затратами. Так же в качестве косвенного показателя эффективности управления затратами можно рассматривать и рентабельность производства продукции, которую мы рассчитывали как средневзвешенное значение рентабельностей основных видов

продукции предприятия.

Для проведения исследований мы рассматривали показатели работы сельскохозяйственных предприятий Крыма с различной производственной специализацией. По результатам расчета корреляционных моделей, можно отметить, что специализация сельскохозяйственных предприятий Крыма в большинстве случаев не оказывает существенного влияния на эффективность управления производственными затратами в них (коэффициент корреляции составляет 0,441-0,686), значительная связь между этими показателями наблюдается лишь у прибыльных многоотраслевых предприятий (0,879).

Еще менее значительное влияние специализация по результатам анализа оказывает на себестоимость производимой продукции и рентабельность ее производства. Следует особо отметить тенденцию обратной связи между коэффициентами себестоимости и специализации, рентабельности и специализации. Таким образом, можно сделать вывод о том, что с ростом уровня специализации затраты предприятий на производство продукции чаще всего имеют тенденцию к росту, что свидетельствует о крайне неэффективной политике управления затратами или о ее отсутствии в таких предприятиях.

Единственной корреляционной моделью, которая характеризует наличие связи средней силы практически по всем рассмотренным группам предприятий, является модель взаимосвязи урожайности/продуктивности и специализации предприятия (коэффициент корреляции составляет 0,612-0,662). Модель выявляет прямую связь между этими показателями, причем в прибыльных многоотраслевых предприятиях этот показатель близок к 1 (0,920).

Таким образом, в настоящее время в сельскохозяйственных предприятиях Крыма специализация оказывает влияние лишь в технологической сфере их деятельности, не определяя эффективности производства основных видов продукции. Это свидетельствует о низком уровне организации и, соответственно, низкой эффективности управления затратами в этих предприятиях. Отдельную группу в этом отношении составляют лишь многоотраслевые прибыльные предприятия, где установлена тесная корреляционная связь между коэффициентом специализации и коэффициентом относительной эффективности управления производственными затратами (0,879), коэффициентом специализации и коэффициентом себестоимости (0,738),

коэффициентом специализации и коэффициентом урожайности (0,920). Но следует отметить слабую связь между коэффициентом специализации и рентабельностью в этих предприятиях (0,289), что косвенно указывает на низкую эффективность управления качеством и сбытом продукции.

Очевидно, что перспективным направлением повышения эффективности производства и реализации продукции в специализированных предприятиях является формирование в них эффективной системы управления производственными затратами.

Литература.

1. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика / В.Е. Гмурман. – 10-е издание. – Москва: Высшая школа, 2004. – 479 с.

2. Основные принципы специализации и размещения сельского хозяйства // [Электронный ресурс] Режим доступа к статье: <http://powerhouseeds.com/?p=185>

3. Размещение, специализация и концентрация производства // [Электронный ресурс] Режим доступа к статье: <http://konspekts.ru/ekonomika-2/ekonomika-apk/razmeshhenie-specializaciya-i-koncentraciya-proizvodstva/>

АЛЬТЕРНАТИВНІ СТРАТЕГІЇ НА ДЕРЖАВНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ

***Вишиванюк М.В., к.е.н.,
голова Івано-Франківської обласної ради***

У питанні активізації інвестиційної діяльності в Україні немає альтернативи посиленню цілеспрямованої політики (стратегії) як на рівні держави, так і на рівні регіонів. Більше того, світовий досвід інвестиційної діяльності свідчить про найбільшу приналежність для зовнішніх інвесторів тих країн і регіонів, де відчутна активність місцевих інвесторів.

За оцінками внутрішніх й іноземних економічних суб'єктів, інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим. У залученні інвестицій в регіони України важливу роль має відіграти політика сприяння на регіональному рівні, що є виявом політичної волі та здійсненням реальних заходів представниками місцевих органів влади щодо підтримки інтересів інвестора, місцевих переваг в інфраструктурному забезпеченні інвестиційних процесів -

фінансовому, технологічному, інформаційному тощо [1, с. 25; 2, с. 81].

У такому контексті актуалізується оцінка регіонального стимулювання бізнесу, що насамперед цікавить інвесторів. На сьогодні регіональна активність щодо залучення інвестицій досить неоднорідна.

Різниця в інвестиційному становищі регіонів - це результат дії місцевих регіональних факторів. Якщо інвестиційний клімат виступає підсумком всіх факторів на державному рівні, то інвестиційна привабливість регіонів - насамперед регіональних.

Треба відзначити, що поняття «інвестиційна привабливість регіонів» має два аспекти потенційний та реальний. Перший з них пов'язаний з оцінкою та прогнозом потенційних регіонально-інвестиційних факторів. Другий підхід до цього поняття полягає в розумінні його як результату реалізованого інвестиційного процесу. Звідси під рівнем інвестиційної привабливості регіонів України можна розуміти обсяги прямих іноземних інвестицій, що на даний момент вкладаються неоднорідно, про що свідчать відносні значення розподілу прямих іноземних інвестицій як по регіонах так і на душу населення.

На думку багатьох фахівців, до поняття оцінки інвестиційної привабливості регіонів треба підходити комплексно, з урахуванням усіх аспектів впливу регіональних умов і факторів на потенційну та реальну інвестиційну діяльність. Обсяги надходжень прямих іноземних інвестицій в значній мірі визначаються інвестиційною привабливістю країни в цілому. В результаті дослідження іноземних фахівців Ф Руга і А. Ахмеда були отримані показники, які визначають інвестиційну привабливість країни. До таких показників були віднесені: ВВП на душу населення країни-реципієнта, що свідчить про купівельну спроможність споживачів; аналіз зростання ВВП країни-реципієнта, що дозволяє прогнозувати майбутнє розширення ринку для продукції фірми, що інвестує; участь країни в інтеграційних об'єднаннях, таких як митні союзи, зони вільної торгівлі, що дозволить у майбутньому уникнути тарифних обмежень; розвиток інфраструктури (транспортної, комунікаційної), яка допоможе фірмам обслуговувати ринок, отримувати сировину та інформаційне забезпечення; урбанізація населення, що відображає концентрацію ринку; політична стабільність в країні-реципієнті, що дає інформацію про ймовірність правил гри для іноземного інвестора [3, с. 33]. Ці показники відрізняються не лише в залежності від країни, але і мають свої специфічні особливості в різних регіонах країни.

З огляду на загальноекономічну кризу, стагнацію виробництва і брак власних коштів прями іноземні інвестиції для України є дуже

важливими. За розрахунками Мінекономіки України, потреба в іноземних інвестиціях, як наголошувалося раніше, для реформування національного господарства України становить більш ніж 40 млрд. дол. США.

Найбільша потреба в них відчувається в металургії (7 млрд. дол. США), машинобудуванні (5,1 млрд. дол. США), хімії та нафтохімії (3,3 млрд. дол. США), на транспорті (3,7 млрд. дол. США). Натомість і вітчизняні і зарубіжні інвестиції в окремі регіони надходять вкрай мляво. І причина не тільки в законодавстві, а й в тому, що вкладений капітал обіцяє підної віддачі. Капітал, передусім, спрямовується в сфери з швидким обігом: торгівлю, банківську і комерційну діяльність. Що стосується виробництва, то тільки окремі його галузі (зв'язок, харчова промисловість) більш-менш привабливі для інвестицій

Інвестиційний клімат регіону розглядається як комплексна оцінка, що складається з трьох важливих підсистем: інвестиційного потенціалу - сукупності факторів виробництва і сфер прикладання капіталу; інвестиційного ризику – сукупності мінливих факторів ризику інвестування; законодавчих умов - правової системи, що забезпечує стабільність діяльності інвесторів. Введення поняття «законодавчий ризик» відповідає принципам міжнародних оцінок інвестиційного клімату.

Експертно-аналітичне оцінювання інвестиційного клімату передбачає виведення інтегрального показника ризику та відповідне ранжування країн шляхом визначення їхнього інвестиційного рейтингу. Для цього проводиться аналіз факторів політичного, економічного, соціально-культурного, інституційного середовища, ресурсів та інфраструктури країн. Деталізація факторів, їх компонування, методи їхньої кількісної та якісної оцінки залежать від цілей та конкретних завдань тієї чи іншої інформаційно-аналітичної системи.

Найвідомішими авторитетними системами оцінок інвестиційного клімату є рейтинги Institutional Investor, Euromoney Institutional Investor та Business Environment Risk Index (BERI).

Рейтинг Institutional Investor - це насамперед оцінка кредитоспроможності країн. Він складається за участю експертів ста провідних міжнародних банків. Такі оцінки робляться що півроку за комплексним показником, що враховує різні аспекти й параметри платіжної спроможності та інвестиційної привабливості 135 країн. Цікаво, що найвищі індекси приросту платіжної спроможності спостерігалися в окремих країнах Східної Європи (Польща).

Рейтинг Euromoney базується на дослідженні трьох груп

індикаторів: 1) ринкових — 40 %; 2) кредитних — 20 %; 3) політико-економічних (політичний ризик, економічне становище та прогноз економічного розвитку) — 40 %.

При формуванні рейтингу в інформаційній системі BERI оцінюються політична стабільність, ставлення до зарубіжних інвестицій, націоналізація, девальвація, платіжний баланс, бюрократичні питання, темпи економічного зростання, можливість реалізації угод, витрати на заробітну плату, продуктивність праці, інфраструктура, умови коротко- та довгострокового кредитування [4, с. 299].

Національні рейтинги інвестиційного клімату періодично публікують провідні економічні журнали, авторитетні експертні агентства. З дослідницькою метою використовуються інші (вужчі чи розширені) експертно-аналітичні та прогностичні системи.

Література.

1. Гошко А.О. Стратегія і тактика планування діяльності органів місцевого самоврядування. — К. : Видавництво УАДУ, 2005. — 178с.
2. Данилишин Б.М., Чернюк Л.Г., Фацевський М.І. Соціально-економічні проблеми розвитку регіонів: методологія і практика / НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України / Б.М. Данилишин (ред.). — Черкаси : ЧДТУ, 2006. — 315с.
3. Топалова Е. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку міста: теорія і практика // Інституційні перетворення як передумова ефективного використання ресурсного потенціалу регіону. — Одеса, 2009. — С.232–240.
4. Яромич С. Використання сценарного планування при розробці стратегії розвитку регіону // Інституційні перетворення як передумова ефективного використання ресурсного потенціалу регіону. — Одеса, 2010. — С.296–301.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА – КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ

*Висоцька І.О., магістр,
Академія внутрішніх військ МВС України*

Визначень поняття "культура" налічується більше сотні. Існує поняття що корпоративна культура є основним фактором успішного розвитку фірми. Актуальність цього питання обумовлена відсутністю

стабільних, успішних і перспективних організацій, основною діяльністю яких є корпоративна культура. Багато керівників, а також менеджери нижчої й середньої ланки найчастіше не мають достатні знання, а сам головне, не мають ніякого уявлення про те, який вплив на розвиток організації робить існування корпоративної культури

Корпоративну культуру як одну з ефективних сучасних форм управління досліджували у західній економічній літературі Т. Пітерс, Р. Уотермен. Істотний внесок у дослідження цих проблем зробили І. Ансофф, М. Армстронг, П. Вейл, М. Грачов, Г. Даулінг, К. Камерон, Є. Капітонов, Ф. Котлер, Р. Кричевский, А. Маслоу, Б. Мільнер, Р. Рюттенгер, Г. Саймон, В. Співак та ін.

Корпоративна культура - це поділювані всіма цінності, уявлення, очікування, норми, придбані в міру входження в компанію й за час роботи в ній.

Подібно тому, як характер впливає на поведінку людини, корпоративна культура впливає на поведінку, думки й дії людей у організації. Корпоративна культура визначає, як службовці й менеджери підходять до рішення проблем, обслуговують замовників, ведуть справи з постачальниками, реагують на конкурентів й як вони в цілому здійснюють свою діяльність зараз й у майбутньому. Вона визначає місце організації в навколишньому світі, персоніфікує собою ті неписані закони, норми й правила поведінки, які поєднують членів організації й зв'язують їх разом.

Якщо спробувати виділити конкретні форми вираження організаційної культури, то насамперед необхідно розмежувати її зовнішній вигляд (чітко виражений, спостережуваний) і внутрішній (неявний, схований від спостереження) рівні.

Ці два рівні легко простежити, але майже неможливо розділити, оскільки вони нерозривно зв'язані, відбиваючи, і доповнюючи один одного.

Кожен індивід прагне до єдності цих рівнів і намагається модифікувати своє поведінку й мислення так, щоб домогтися цієї єдності. Однак варто постійно пам'ятати, що саме схований рівень корпоративної культури визначає поведінку людини в організації. Якщо менеджери зосередять свою увагу тільки на зовнішніх проявах цього поведінку, вони не зможуть зрозуміти його глибинних причин або мотивів.

Говорячи про рівні корпоративної культури, не можна не відзначити такі поняття як традиції й звичаї в організації, стиль роботи й імідж, матеріальні прояви корпоративної культури, цінності, і основні переконання, герої, обряди, церемонії, ритуали, організаційна комунікація.

Існуючі традиції й звичаї в організації, стиль роботи й імідж багато в чому формуються на основі попереднього досвіду. Саме засновники компанії впливають на становлення первісної культури.

В основі корпоративної культури лежить бачення творців компанії того, що являє собою ця організація, чому вона функціонує саме в цій сфері, які зобов'язання перед замовникам бере вона на себе, які норми поведінки існують у спілкуванні з навколишніми.

Ґрунтуючись на своєму особистому життєвому досвіді, своєму поданні про роль і місце даної організації у світі, природі людських відносин, практиці менеджменту, засновники компанії виробляють основні принципи її корпоративної культури й передають їхнім членам організації за допомогою ряду первинних і вторинних механізмів, що діють як приховано, так і відкрито.

У рішенні завдання підтримки корпоративної культури, що сформувався, визначальну роль грає три факторів: добір персоналу; діяльність вищої керівної ланки; методи, які допомагають працівникам адаптуватися до організаційного оточення.

Більшість вчених вважає, для того щоб підприємство працювало відмінно, потрібно створити динамічну корпоративну культуру. Розробка корпоративної культури може проходити довго, з'являються труднощі у впровадженні, але професіоналізм і цілеспрямованість вищого керівництва зроблять свою справу.

Таким чином, необхідною умовою функціонування підприємства є формування іміджу підприємства в уявленнях персоналу і споживачів, розроблення власної системи цінностей, привабливих для колективу.

Література.

1. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування: навч. посіб. / Т.К. Чмут, Г.А. Чайка. – К.: Вікар, 2002. – 223 с

2. Тихонов А.П., Мартынов О.В. Организационная культура. Что это такое и из чего состоит.// Менеджмент и кадры. 2006, № 11

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ

Вольвач О.А., Ракша И.Л., студентки,
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства им. П. Василенка*

Обеспечение выпуска высококачественной и конкурентоспособной продукции во всем мире рассматриваются как важная проблема национальной экономики, от которой зависят темпы промышленного развития страны и ее национальный престиж.

В рыночной экономике основным фактором коммерческого успеха предприятия с любой формой собственности является конкурентоспособность его продукции, то есть насколько она лучше аналогов-продукций выпускаемой конкурирующими предприятиями.

В условиях высокой насыщенности товарных рынков, превышения на них предложения над спросом, каждый товар (и стоящие за ним товаропроизводитель и продавец) вынужден вести жестокую борьбу за предпочтения потребителя. Множество товаров одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателей на равных или незначительно отличающихся ценовых условиях. В этой ситуации предпочтения потребителя отдается товару, который в маркетинге определяется как конкурентоспособный [1].

Конкурентоспособность – это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (сроки поставки, цена, каналы сбыта, сервис, реклама).

Под конкурентоспособностью понимают способность достигать и отвечать наивысшим результатам в определенной сфере, а также комплекс потребительских (ценовых) характеристик продукции, которые определяют ее успех на конкурентном рынке.

На сегодняшний день существует несколько способов оценки конкурентоспособности продукции. Каждый из них имеет свои

* *Научный руководитель – Сахненко В.П., к.э.н., доцент*

преимущества и недостатки. Но всех их можно свести в два базовых подхода к оценке конкурентоспособности это:

— дифференциальный, в результате оценки которого устанавливается: достигнут ли уровень параметров базовой техники, по каким параметрам он не достигнут, какие из параметров наиболее сильно отличаются от базовых;

— маркетинговый (комплексный), основанный на применении групповых, интегральных, смешанных показателей или сопоставлении показателей удельных полезных эффектов разрабатываемой продукции и продукции аналога-конкурента с учетом весомости каждого параметра.

Сельскохозяйственная продукция украинского производства имеет высокие качественные параметры, а часто и более высокие, чем зарубежные аналоги (отечественные производители меньше применяют средства защиты растений, минеральных удобрений, разных стимуляторов и биодобавок, которые, неизбежно присутствуют в готовой продукции зарубежных производителей).

На уровень качества и конкурентоспособность продукции влияет много разноплановых факторов. Достичь необходимого уровня качества и конкурентоспособности товаров можно с помощью:

— использования достижений науки и техники в процессе проектирования изделий;

— применения новейших технологий производства и строгого соблюдения технологической дисциплины;

— обеспечения стандартов и технических условий;

— внедрения современных методов контроля на всех стадиях изготовления продукции;

— расширения прямых хозяйственных связей между продавцами и покупателями.

На данный момент в Украине в большинстве хозяйств не хватает современной техники и соответствующих ресурсов, и как следствие снижается урожайность и качественный показатель продукции. Поэтому очень важным фактором победы аграрных предприятий в конкурентной борьбе на рынке является:

— внедрение новых технологий, в том числе ресурсосберегающих;

— приобретение современной экономичной и производительной техники, что даст возможность снизить себестоимость готовой продукции;

— расширение выпуска новой продукции, которая имеет лучшие потребительские качества и способна лучше конкурировать на внешнем и внутреннем рынке с зарубежными аналогами.

Использование новых технологий обработки земли, новых селекционных сортов, племенная работа, автоматизация процессов доения и содержания животных снижают расходы, обеспечивают качество продукции, а соответственно и ее конкурентоспособность [2].

Литература.

1. Буркинський Б.В., Стрелець А.А. Економічна оцінка конкурентоспособності [Текст] / Б.В. Буркинський, А.А. Стрелець // НАН України; Інститут проблем ринку і економіки екологічних досліджень.- К.: ІАЕ УААН, 2008. – С. 5.

2. Ромат Е.В. Реклама: Учебное пособие [Текст] / Е.В. Ромат // (ИСИО України; Высшая школа підприємництва Харківської державної академії технологій і органічного харчування).- Київ, 2006.- 224 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

*Гаврик Є.Ф., студент**,

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Сучасні іноземні методики менеджменту та управління підприємством проникають у всі сфери глобалізованого життя української держави. Сама термінологія менеджменту та маркетингу перестала бути неологізмами в українській мові, як і в цілому теорія – в українській науці. Проблематика функціонування підприємств АПК в сучасній Україні підкоряється нормам і законам менеджменту, які панують в усьому світі.

Актуальність теми визначається стратегією планування розвитку підприємств АПК в глобалізованому суспільстві, в фазу якого нині вступила й Україна.

Метою роботи є визначення основних напрямів стратегічного

* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач

планування підприємств АПК при розробці перспективних бізнес планів та тактичне застосування їх в поточній діяльності організацій.

Джерелами дослідження є роботи українських економістів, які приділяли увагу ролі менеджменту в макро- та мікроекономіці держави, акумулюючи зарубіжний досвід та надбання.

На думку О.Д. Вітвицької, стратегію перспективно-інноваційного розвитку агропідприємств слід розглядати як систему планових і прогнозованих дій, спрямованих на використання повного інноваційно-технологічного циклу для досягнення поставлених цілей [1]. Як підкреслює Л.А. Євчук, стратегічний менеджмент – сфера діяльності вищого керівництва щодо формулювання довгострокових цілей, вибору пріоритетних напрямів розвитку, розподілу ресурсів організації в умовах нестабільності зовнішнього середовища [2].

Таким чином, на нашу думку, стратегічне планування менеджменту – об'єктивний процес прийняття перспективних управлінських рішень з метою вдосконалення функціонування підприємства в умовах невизначеності, ризику та оптимізації впровадження інноваційних технологій, диктованих глобалізованим світом.

Концепція стратегічного менеджменту виникла у зарубіжній науковій думці в першій половині ХХ ст. й нині широко розвинута в численних зарубіжних джерелах і працях вітчизняних вчених. Проте більшість видань мало адаптовані до соціально-економічних умов України, особливостей аграрної сфери та ще недостатньо апробовані в українській підприємствах.

Основою вибору стратегії розвитку аграрних підприємств є обґрунтування тенденцій розвитку науки і техніки, переходу до нового технологічного укладу, аналізу та прогнозу динамічного оновлення продуктів і технологій в аграрному виробництві.

Для вибору стратегії важливими є такі фактори:

- 1) співвідношення інвестиційної підтримки базових і пріоритетних напрямів інноваційного розвитку підприємств АПК;
- 2) співвідношення між інтелектуальним ресурсом – наявним та необхідним;
- 3) ступінь матеріально-технічної бази для підтримання інноваційної діяльності;
- 4) співвідношення короткострокових і довгострокових цілей у процесі використання інноваційної продукції.

При цьому стратегії мають базуватися на таких принципах функціонування підприємств АПК, як: підтримка стабільного

становища підприємства, яка використовується більшістю аграрних підприємств і не передбачає нововведень; розвиток аграрного підприємства, пошук нових шляхів розвитку, створення інноваційно-інтегрованих об'єднаних агро структур, використання інноваційних підходів; переорієнтація і скорочення, яке базується на перегляді і невикористанні нерациональних складових агропідприємства.

Процес вибору стратегії повинен базуватися на визначенні місії, завдань, цілей, факторів, які ставить перед собою аграрне підприємство [3].

Проте сільськогосподарські підприємства різняться тим, що більшість із них не використовують сучасні методи управління, що призводить до неефективності їх функціонування. Також складність стратегічного планування зумовлена постійними малопередбачуваними змінами у зовнішньому середовищі, що викликає необхідність регулярної адаптації та коригування розроблених стратегій.

Таким чином, процес розробки і прийняття стратегічних рішень в менеджменті АПК має свої особливості, зумовлені умовами функціонування підприємств цієї сфери. З метою оптимізації ефективності прийняття стратегічних та тактичних управлінських рішень на агропідприємствах, ми пропонуємо визначати основні пріоритети на напрями функціонування підприємства, не базуючись на узагальнених спільних методиках по всіх аналогічних підприємствах, а абстраговано та одноосібно лише на виокремленому підприємстві, спираючись тільки на перевірений іноземний та вітчизняний досвід.

Література.

1. Вітвицька О.Д. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств / О.Д. Вітвицька // Економіка АПК, №10 (204). – К.: ТОВ «Редакція міжнародного науково-виробничого журналу «Економіка АПК», 2011 р. – с. 132-138.

2. Євчук Л.А. Стратегічний менеджмент як механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л.А. Євчук // Економіка АПК, №9 (203). – К.: ТОВ «Редакція міжнародного науково-виробничого журналу «Економіка АПК», 2011 р. – с. 103-107.

3. Сіменко І.В. Стратегічне управління сільськогосподарським підприємством на основі концепції організаційних змін / І.В. Сіменко, М.В. Гукова // Економіка АПК, №6 (200). – К.: ТОВ «Редакція міжнародного науково-виробничого журналу «Економіка АПК», 2011 р. – с. 139-143.

КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Галій О.Г., Галій В.Г., студенти,
Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. П. Василенка*

Протягом багатьох років людському чинникові в бізнесі надавалась другорядна роль, підпорядкована фінансовим і виробничим завданням підприємства. Актуальною проблемою сучасного менеджменту є активізація людських ресурсів для досягнення успіху підприємства. Перехід до ринкової економіки, зміна форм власності та стратегії діяльності підприємства викликали зрушення у сфері управління персоналом.

Розвиток ринкової економіки в сільському господарстві та пов'язаний з цим процес формування нових економічних відносин змусив по-новому поглянути на деякі теоретичні аспекти кадрового менеджменту, критично переосмислити проблеми, що виникли, виробити адекватні сучасним умовам розвитку економіки підходи до вирішення цього питання.

Донедавна у вітчизняній теорії та практиці не було єдиної думки щодо визначення змісту кадрового менеджменту, однак нині прослідковується тенденція до виділення ролі кадрового менеджменту в системі управління діяльністю підприємства.

Кадровий менеджмент, тобто робота з персоналом, перетворився в один із основних обов'язків керівників усіх рівнів і напрямків.

Успіх аграрних підприємств, спрямованих на нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, забезпечення продовольчої безпеки країни та проведення соціальної політики на селі значною мірою залежить саме від кадрового потенціалу аграрного сектору економіки, рівня підготовки та здібностей керівників і спеціалістів, зайнятих в аграрній сфері.

Широке використання таких понять як управління персоналом, кадровий менеджмент, управління людськими ресурсами показує, що проблеми персоналу включені до загальної системи організаційного управління і тісно пов'язані з іншими управлінськими елементами (наприклад, постановкою цілей підприємства, розробкою стратегії,

* Науковий керівник – Сахненко В.І., к.е.н., доцент

плануванням, організацією, контролінгом).

Результат діяльності багатьох підприємств з кадрами показує, що формування виробничих колективів, забезпечення високої якості кадрового потенціалу є вирішальними факторами ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції. Впровадження досягнень НТП у більшості випадків визначається якістю робочої сили і призводить до глибоких змін у трудовій діяльності людини. З'являються нові робочі місця, що потребує для підприємства висококваліфікованих кадрів, які здатні працювати в умовах нових технологій.

Нині робота з персоналом має суттєве значення в діяльності підприємств АПК. Управляти людиною набагато важче, ніж верстатом. Людина може різко змінити свої погляди, рішення, може захворіти або просто-напросто зробити помилку. Люди різною мірою здатні проявляти недисциплінованість чи припускати помилок. Одні це роблять рідко, а для інших — це норма. Незнання конкретних людей, їх психологічних і психофізіологічних особливостей є однією з головних причин низької ефективності системи кадрового менеджменту. Тому проблема ефективного управління виробництвом є, перш за все, проблемою ефективної роботи з кадрами.

Кадрове управління повинно бути гарантією процвітання підприємства. Висока якість робочої сили — це лише передумова до високої ефективності виробництва. Для її реалізації необхідно, щоб робота працівників була добре організована, щоб вона відповідала професійній підготовці та рівню кваліфікації персоналу, щоб для працівників були створені відповідні санітарно-гігієнічні умови праці, які забезпечують нормальний рівень її інтенсивності.

У сучасних умовах господарювання більшості підприємств АПК України доводиться вирішувати проблеми кадрового менеджменту, які пов'язані з організацією відбору і найму персоналу, процесом вивільнення робочої сили, з системою навчання та підвищення кваліфікації кадрового складу, з механізмом повного використання трудового потенціалу працівників. Вирішення цих проблем, насамперед, залежить від мети кадрового менеджменту на підприємстві, від обраної кадрової політики, від рівня організації діяльності кадрових служб.

Для процесу виробництва кожному підприємству потрібні матеріальні і трудові ресурси. Тому одна з проблем кадрового менеджменту полягає в тому, що всі ресурси оцінюються в термінах грошей, а людські в більшості організацій — ні. Повинна бути така оцінка людських ресурсів, яка б могла суміщати цінність гривні,

долара і людських активів підприємства. Потрібно розглядати людські ресурси як ключ до ефективності підприємства.

Відомо, що конкурентноздатність підприємства багато в чому залежить від його персоналу. Добре підготовлений персонал з високим рівнем мотивації на якісну роботу впливає не менше, а то й більше, ніж нове обладнання і передова технологія.

На підприємствах слід увести в штатний розпис посаду менеджера персоналу. Він повинен мати спеціальну фахову підготовку, володіти теоретичними основами та мати практичні навички у роботі. Однією із специфічних функцій, яку він виконуватиме, буде надання консультацій лінійним і функціональним керівникам з підбору ефективних методів управління персоналом у різних ситуаціях.

Важливою також є проблема організації відбору і найму персоналу. Адже сучасний ринок праці перенасичений робочою силою, тому підприємство повинне створювати всі умови для залучення таких працівників, навички та особисті характеристики яких найкраще відповідають його цілям. Здійснювати відбір і найм кадрові служби повинні виходячи з оптимальної чисельності персоналу. З іншого боку, підприємство має можливість серед великої кількості осіб на ринку праці вибрати тих, які будуть виконувати відповідну роботу, а головне — працюватимуть як єдина команда для досягнення поставлених цілей.

Ситуація в аграрному секторі України може позитивно змінитися тільки тоді, коли на всіх рівнях його управління сформується розуміння важливості проблем кадрового менеджменту, необхідності створення умов для їх вирішення.

КОМПЛЕКСНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

*Гіндес О.Г., к.держ.упр.,
Кримський економічний інститут КНЕУ ім. В. Гетьмана*

Світовий досвід природокористування експлуатацію природних ресурсів і віднесення їх до промислово-виробничої діяльності диференціює на два типи: екстенсивний та інтенсивний. Екстенсивний тип передбачає залучення в господарський обіг нових видів природних ресурсів при одночасному розширенні старих ареалів добування. Цей тип є початковим етапом економічного і

господарського освоєння території і притаманний для практики багатьох зарубіжних країн. В результаті цього прийому не забезпечується налагодження прямих виробничих зв'язків між економікою та природою, не розглядається питання раціонального використання природних ресурсів. Зазначимо, що технологія цього процесу передбачає формування значного об'єму відходів, які впливають на стан навколишнього природного середовища.

Другий тип передбачає інтенсивне використання природних ресурсів, хоча і застосовується ощадлива технологія освоєння і використання природних ресурсів. Виходячи з того, що сучасне використання природних ресурсів досягло глобальних масштабів і в промислово-виробничу діяльність залучаються значні обсяги природних ресурсів, екологічна ситуація є складною. Так, загострилася і набула глобального виміру проблема утилізації відходів, які нині займають величезні площі.

У зв'язку з інтенсивним використанням природних ресурсів, їх виснаженням і деградацією вони стають предметом все більшого вивчення багатьох галузей науки: економіки, екології, географії, геології тощо. Комплексність використання природних ресурсів визначає можливість і необхідність варіантного підходу до їх використання. Вибір варіанту, хоча й ґрунтується на всебічному врахуванні природних властивостей ресурсів, але визначається не ними, а соціально-економічними і технічними факторами – загальними і локальними. Значну роль в удосконаленні методичних прийомів такого вибору може і повинна відіграти економічна оцінка ресурсів, яка тісно пов'язана з рішеннями щодо використання цих ресурсів, що приймаються на основі вибору варіантів.

За своєю суттю природокористування може бути раціональним або нераціональним. Раціональне природокористування передбачає відтворення спожитих відновних первинних природних ресурсів і мінімальне споживання невідновних при одночасному мінімальному утворенні неутілізованих відходів, які потрапляють у навколишнє середовище. Важливим аспектом раціонального використання природних ресурсів є комплексний підхід, тобто максимальне виділення всіх корисних компонентів. Під комплексним використанням природних ресурсів розуміють таку на їх дію, при якій максимально використовується матеріальний та енергетичний потенціал природних ресурсів. Комплексне використання природних ресурсів призводить до маловідходних виробництв.

Проблема раціонального використання природних ресурсів, як частина загальної проблеми, носить багатоаспектний характер. З

однієї сторони, раціоналізація використання будь-яких видів ресурсів передбачає передусім удосконалення планування й управління цим видом господарської діяльності – технічний напрямок вирішення проблеми. З іншої – прийняття планово-управлінських рішень повинно базуватися на знанні умов формування цих ресурсів – природний напрямок. У першому випадку завдання зводиться до обґрунтування соціальної та еколого-економічної ефективності природоохоронних заходів і плануванні їх здійснення з врахуванням економічних можливостей, у другому – у досягненні екологічної стабільності при раціональному й інтенсивному природокористуванні на основі комплексного розвитку економіки регіону.

Подальший розвиток суспільного виробництва і підвищення його ефективності нерозривно пов'язане з проведенням заходів щодо раціонального використання, охорони і відтворення природних ресурсів. Господарське використання природних ресурсів повинно поєднуватися з максимально можливим збереженням навколишнього середовища, тобто удосконаленням технології виробництва та проведення заходів щодо раціонального природокористування та відтворення природноресурсного потенціалу. *Відтворення природних ресурсів* – це особливе середовище суспільного виробництва, що складається з багатьох господарських галузей і спрямоване на забезпечення розширеного отримання природних ресурсів або їх збереження в тій самій кількості та якості на основі цілеспрямованого науково обґрунтованого управління виробничими процесами [1, с. 11]. Зростаюче споживання природних ресурсів поступово призводить до їх виснаження та збільшення надходження відходів виробництва і життєдіяльності людини в навколишнє середовище. Водночас погіршення екологічного стану призводить до підвищення витрат на добування природних ресурсів і проведення заходів щодо відтворення природних ресурсів. Таким чином, відтворення природних ресурсів – це відновлення змінених внаслідок антропогенних дій якості цих ресурсів, а також відновлення використаної людством кількості природних ресурсів.

Відтворення водних ресурсів – це процес, зв'язаний з регулюванням стоку рік, перекиданням води з одних басейнів в інші, збереження їх якісних показників. Наприклад, під поповненням запасів підземних вод розуміють систему заходів, що забезпечують переведення частини поверхневих чи очищених стічних вод у підземні водоносні горизонти а також виявлення їх нових запасів і джерел під час пошуково-геологорозвідувальних робіт.

Наведені основні теоретико-методологічні підходи покладені в

основу еколого-економічної оцінки ефективності охорони і відтворення водних ресурсів, визначення стратегічних напрямків раціонального водокористування та проведення комплексу розроблених і запропонованих заходів водоохороного характеру.

Література.

1. Галиця І. Інновації у контексті економіко-екологічних процесів // Вісник НАН України. – 2004. – № 3. – С. 10-23.

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ, ЙОГО ПОХОДЖЕННЯ, СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ

*Гладка О.І., аспірант**,

Харківський Національний автомобільно-дорожній університет

Забезпечення підприємства персоналом, його пошук на ринку праці, залучення та утримання на підприємстві в сучасних умовах реалізується маркетингом персоналу.

Походження назви цього виду діяльності пов'язують із поєднанням категорій *маркетингу (marketing)* та *персоналу («personnel» або «HR»)* в зарубіжних літературних джерелах. Одним із початківців науки був Кевін Томпсон. Ще у 1989 році він у своєму труді [1] підняв питання стосовно внутрішнього маркетингу та залучення персоналу. Томпсон запропонував концепцію, за якою співробітник виступає внутрішнім клієнтом та який повністю повинен поділяти принципи та цінності підприємства. Саме це повинно було гарантувати успіх підприємства на ринку та утримання клієнтів свого бренду.

При визначенні маркетингу персоналу в роботах сучасних вітчизняних та зарубіжних авторів застосовуються два підходи, згідно яких він трактується в широкому або у вузькому сенсі. Найчастіше автори приділяють увагу розкриттю сутності маркетингу персоналу у вузькому сенсі, за яким він визначається як сукупність етапів процесу напрямів, методів, процедур, структур та окремо розглядається як вид діяльності, функція, інструмент, засіб, механізм, умова та складова.

«Процес – хід, розвитку якого-небудь явища, послідовна зміна станів в ході розвитку чого-небудь» [4], тобто процес відповідає на

* Науковий керівник – Криворучко О.М., д.е.н., професор

питання «як робити?». В першу чергу маркетинг персоналу повинен відповідати за те «що робити», тому ми не згодні з твердженням, що маркетинг персоналу може бути процесом.

У сучасному вітчизняному енциклопедичному словнику з управління персоналом під редакцією А.Я. Кібанова [2] надається визначення у вузькому сенсі: «Маркетинг персоналу (або «персонал-маркетинг») – це вид управлінської діяльності, спрямованої на визначення і покриття потреби в персоналі». Дотримуючись такого визначення, інші автори уточнюють, надають інші характеристики маркетингу персоналу, розкриваючи глибше його сутність.

Один із авторів [3] описує маркетинг персоналу через сукупність: «маркетинг персоналу – це сукупність методів, процедур, структур, що їх здійснює, спрямована на визначення, покриття потреби в персоналі та його розвиток з метою підтримки конкурентоспроможності підприємства на достатньому рівні». У тлумачний словнику [4] наведені наступні трактування: «сукупність – поєднання, з'єднання, загальний підсумок чого-небудь»; «метод – спосіб теоретичного дослідження або практичного здійснення чого-небудь»; «процедура – офіційний порядок дій, виконання, обговорення чого-небудь»; «структура – будова, внутрішній порядок влаштування». Оскільки «метод» та «процедура» поняття достатньо вузькі, то маркетинг персоналу, не може бути визначений тільки сукупністю методів та процедур; а застосування сукупності у поєднанні із структурою в даному контексті є не зовсім логічним. Як сукупності напрямів, маркетинг персоналу теж не може бути визначений, оскільки «напрямок – це лінія руху, хід розвитку» [4].

Використання такого визначення як «функція», децю обмежує маркетинг персоналу, оскільки «функція – обов'язок, коло діяльності» [4]. З практичної точки зору, функція – це задача, яку вирішує організація для особистого виживання і для досягнення поставлених. Функція відповідає на питання «що робити?». Маркетинг персоналу, як вид діяльності, може виступати функцією, але він повинен бути спрямований на вирішення декількох конкретних задач, таких як, наприклад, підвищення кількості персоналу, підвищення рівня його кваліфікації, залучення персоналу, тощо. Тому логічніше було б припустити, що маркетинг персоналу є сукупністю функцій, що спрямовані на вирішення декількох задач, пов'язаних із персоналом (наявним та потенційним). Умовою маркетинг персоналу теж не може виступати («умова – це обставина від якої залежить що-

небудь» [4]), адже в першу чергу він спрямований на створення саме таких умов праці для персоналу, що повинні задовольняти його вимогам та потребам.

На нашу думку, приведення до знаку рівності таких понять як «вид діяльності», «інструмент», «засіб» та «механізм» неможливе. «Інструмент – це засіб, що використовується для досягності чого-небудь» [4], а «засіб – це знаряддя (предмет, сукупність пристосувань) для досягності якої-небудь діяльності» [4]; «механізм – система, пристрій, що визначає порядок якого-небудь виду діяльності» [4]; діяльність визначається як «заняття або труд, а труд, в свою чергу є цілеспрямованою діяльністю людини, що спрямована на створення матеріальних та духовних цінностей за допомогою знарядь виробництва» [4]. Отже, як вид діяльності, маркетинг персоналу не може виступати ані інструментом, ані засобом та механізмом.

У роботі [5] автор ввів маркетинг персоналу як «важливу складову розвитку персоналу», розглядаючи питання розвитку персоналу, як складової забезпечення конкурентоспроможності підприємства. За визначенням «складова – компонент чого-небудь» [4]. Маркетинг персоналу, не може виступати складовою функцією оскільки це звужує його сутність та зміст як виду діяльності.

Незважаючи на велику кількість ознак, що застосовують при визначенні сутності маркетингу персоналу, що може свідчити про наявну неузгодженість авторів щодо сутності маркетингу персоналу, найбільш суттєвими його ознаками є наступні:

- маркетинг персоналу як вид діяльності;
- маркетинг персоналу як сукупність пов'язаних функцій
- спрямованість на забезпечення підприємства необхідним персоналом;
- спрямованість на підвищення задоволеності нужд та потреб персоналу (а отже підвищення лояльності їх до організації, їх залучення і, таким чином, зменшення плінності персоналу);
- основа функціонування суб'єктів ринку праці;
- застосування маркетингу (маркетингового підходу) в системі управління людськими ресурсами/ персоналу.

Отже, в першу чергу, під маркетингом персоналу, слід розуміти вид діяльності, який, з одного боку, спрямований на забезпечення підприємства необхідним персоналом та, а з іншого боку – на виявлення та задоволення нужд та потреб наявного та потенційного персоналу підприємства.

Література.

1. Tophson Kevin M. . The employee revolution./ Kevin M. Tophson. - Financial Times Prentice Hall, 1990 – 256p.
2. Кибінов А.Я. Управління персоналом: Енциклопедичний словник / За ред. А.Я. Кібанова. - М.: Инфра-М, 1998 – 512с.
3. Білецький О.М. Управлінські аспекти маркетингу персоналу в процесі реінжинірингу [Електронний ресурс] / О.М. Білецький // Вчені записки університету «Крок» (Серія «Менеджмент и маркетинг в бізнесі ХХ ст.»). – Т. 2, № 18. – 2008. – С. 35–40.
4. Тлумачний словник, адреса доступу <http://dic.academic.ru/>
5. Черчик Л.М., Розвиток персоналу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства [Електронний Ресурс]: «Економіка та менеджмент» / Л.М. Черчик// Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – Випуск 7 (26). Частина 3. – Луцьк, 2010 – с. 3 -11.

РОЛЬ ГРОМАДИ МІСТА У ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ

***Глинський Н.Ю., к.е.н., Гірна О.Б., к.е.н., доцент,
Люльчак З.С., к.е.н., доцент,
Національний університет „Львівська політехніка”***

Суперництво територіальних одиниць базується і одночасно призводить до підйому економіки міста. Перемога у цьому суперництві тісно пов'язана із професіональним підходом до управління нею. Ця конкуренція змусить замінити теперішні способи діяльності органів місцевого самоврядування (ОМС) ринковою концепцією управління, метою якої є задоволення потреб і бажань мешканців та гостей міста на основі детального вивчення і аналізу ринку. Така концепція управління містом входить в сферу поняття територіального маркетингу. Громада міста за цих умов виступає основним суб'єктом місцевого самоврядування. Передбачається її право на місцеве самоврядування здійснювати як безпосередньо через форми прямої демократії, так і через діяльність виборних ОМС.

Безпосередня діяльність громади в процесі управління містом може здійснюватись також іншими способами. Зокрема, громадяни можуть безпосередньо впливати на прийняття управлінських рішень місцевою владою, інформуючи її шляхом проведення акцій протесту, телефону довіри, звернень громадян, місцевих ініціатив, проведення

громадських слухань. До інших способів безпосереднього прийняття участі громадою в поточному управлінні містом слід віднести також участь в органах самоорганізації населення, загальних зборах громадян, місцевих референдумах. Очевидно, що, наряду з іншими добровільними методами, вищезгадані методи участі громадян у місцевому самоврядуванні передбачають діяльність громади у сфері територіального маркетингу як суб'єкту дії, впливу.

Окремим напрямом діяльності територіальної громади є її безпосередня участь у стратегічному плануванні розвитку міста шляхом делегування власних представників, авторитетних особистостей до групи планування. В рамках діяльності цієї групи представники громади, наряду із представниками підприємницьких кіл та місцевої влади, відображають думку щодо пріоритетних напрямків розвитку території у сферах освіти, медицини, екології, інноваційної складової і т.д. [2].

З іншої сторони, основним виразником інтересів територіальної громади є її міська рада та мер міста, яким делеговано право управління даною адміністративно-територіальною одиницею. Діяльність місцевої влади в даному випадку можна трактувати як діяльність організації, метою якої є виробництво товарів та надання послуг не з метою отримання прибутку, а для отримання позитивного соціального ефекту. Таким чином, даний підхід відповідає трактуванню діяльності неприбуткової організації та робить можливим застосування в практиці діяльності органів місцевого самоврядування принципів маркетингу некомерційних суб'єктів (non-profit marketing) [1]. В цьому випадку громада виступатиме не лише опосередкованим суб'єктом територіального маркетингу, а й третьою стороною – вигодонабувачем.

В рамках діяльності ОМС як неприбуткової організації соціальний ефект, на відміну від комерційної організації, виступає в ролі головного результату діяльності, від величини і значущості якого залежить рівень їх фінансування і стимулювання з боку держави шляхом надання субсидій, субвенцій. Маркетингова діяльність місцевої влади, як некомерційного суб'єкта, виходячи з її суті, є об'єктивно націленою на максимізацію результату діяльності в умовах зовнішнього оточення, що реально склалося. Ця мета досягається, з одного боку, через максимізацію соціального ефекту, і з другого боку, через оптимізацію витрат в результаті маркетингових досліджень цільових ринків [3, 4].

Проте окрім некомерційної, діяльність ОМС як неприбуткової

організації, включає також комерційну діяльність. Таким чином, виникає задача забезпечення симбіозу некомерційної і комерційної складових, який в даному випадку припускає не тільки їх безболісне “співіснування”, але також органічне поєднання і “взаємовигідну взаємодію” (маються на увазі як дві складові діяльності, так і дві складові маркетингу).

Очевидним є те, що діяльність ОМС у сфері територіального маркетингу не є можливою без відповідної підтримки та розуміння з боку всієї територіальної громади або хоча б більшої її частини. Таким чином, дії місцевої влади, спрямовані на дослідження потреб та прагнень населення, інформування та пропаганду власної діяльності, задіяння заходів, спрямованих на залучення громадян до місцевого самоврядування слід сприймати як маркетингову діяльність, об'єктом якої виступає власне територіальна громада.

Однак, слід зазначити, що в багатьох вищевказаних сферах діяльності, вплив ОМС є обмеженим. Так, засоби фіскальної політики на цьому рівні є очевидно недостатніми для того, щоб розглядати їх як потенційно стимулюючі чинники розвитку індивідуального підприємництва в місті. Встановлені максимальні межі податків і зборів складають незначну частину доходів місцевих бюджетів, що призводить до того, що в більшості міст вони складають максимально допустимі величини. Таким чином, втрачається їх стимулююча роль.

З іншого боку, пропагування культурної та історичної спадщини даної території, залучення громадян до реалізації важливих цілей розвитку міста є тими цілями, які можуть бути реалізовані на рівні територіальної громади, і які в майбутньому значною мірою визначатимуть величину інтегрованого соціального ефекту в місті.

Література.

1. Карий О.І. Стратегічне планування розвитку міста. – Вид. 2-ге, перероблене і доповнене / О.І. Карий – Львів: ЗУКЦ, 2007. – 318 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, П. Рейн и др. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 378 с.

3. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни /М.А. Окландер – К.: Наукова думка, 2002.– 167 с.

4. Szromnik A. Marketing Terytorialny. II wyd. / A. Szromnik. – Kraków: Oficyna, 2008. – 261 s.

СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Грибанова Н.О., студентка,
Академія внутрішніх військ МВС України*

Ви добре працюєте? На скільки добре Ви працюєте? Чи Ваше керівництво помічає Ваш професійний зріст та стимулює до нього? Чи хочеться Вам працювати ще краще?

На жаль, сьогоднішня диктує свої відповіді на дані запитання. І якщо на перші два з них, як правило (за суб'єктивним поглядом самого працівника), відповідь позитивна, то пара останніх питань залишається риторичними.

Будь-які перетворення задля покращення стану економіки в країні в цілому та на підприємствах зокрема, не можуть бути ефективно реалізовані без створення діючих стимулів до праці й заповзятливості в комбінації з високою організованістю й дисципліною. Разом з тим останнім часом спостерігається тенденція зниження інтересу й уваги до проблем праці, аналізу стану й перспектив розвитку трудової мотивації.

З'являється все більше керівників підприємств, що не звертають увагу на стан мотивації працівників своєї ж організації, вважаючи, що стимулом до високопродуктивної, якісної та відданої праці є лише заробітна плата.

Тим часом трудова мотивація персоналу в будь-якому суспільстві й економічній системі носить сутнісний характер і в значній мірі визначає економіку в суспільстві й рівень його добробуту. Саме тому необхідно звертати увагу на сучасний стан систем мотивації на підприємствах та розробляти шляхи щодо їх удосконалення.

Системи трудової мотивації розроблені як на основі теоретичних досліджень, так і практичного досвіду.

Проблеми мотивації праці вивчаються вже досить давно. Їх досліджували такі великі вчені, як К. Альдефер, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон та ін.

Вважається, що основоположником системи трудової мотивації як наукового напрямку є А. Маслоу з його ієрархією потреб: *Самовираження. Потреба у повазі. Соціальні потреби. Потреба самозбереження. Фізіологічні потреби.*

* Науковий керівник – Онсіна В.М., д.е.н., професор

Задоволення цих потреб у процесі трудової діяльності працівника формує в нього установку на продуктивну працю [1].

Однозначного тлумачення поняття мотивації немає.

Трудова мотивація - це процес стимулювання окремого виконавця або групи людей до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації, до продуктивного виконання ухвалених рішень або намічених робіт [2].

Мотивація є атрибутом свідомості людини як чинник, що активізує діяльність або спричинює її припинення. Практичне втілення системи мотивації та стимулювання працівників відбувається завдяки використанню широкого кола методів: економічних, адміністративних, організаційно-виробничих, морально-психологічних, соціальних.

Винагорода - це все, що людина вважає коштовним для себе. Персоналізація (індивідуальна або групова) форм і методів винагороди є запорукою дієвості будь-якої моделі мотивації.

Згідно "Теорії Y", розробленої Дугласом Макгрегором, співробітник, приходячи на нове місце роботи, прагне би виявити себе, і зацікавлений у своїй новій діяльності [3].

Однак у силу ряду факторів у працівника може настати розчарування у своїй діяльності.

Процес втрати інтересу до праці можна розглянути на прикладі шести стадій [4]: *Розгубленість. Роздратованість. Підсвідомі сподівання. Розчарування. Втрата готовності до співпраці. Заключна.*

При *розгубленості* спостерігаються симптоми стресового стану, який починає відчувати новий працівник.

Суперечливі вказівки керівника, невизначеність ситуації викликають *роздратування* працівника, пов'язане з відчуттям безсилля. Поведінка працівника набуває демонстративних рис.

На *третьій стадії* підлеглий впевнений у винуватості керівництва. Продуктивність і якість праці - в нормі.

На стадії *розчарування* відновити підірваний інтерес до роботи набагато складніше. Продуктивність праці знижується до мінімально припустимої.

Симптомом стадії *втрати готовності до співробітництва* є підкреслення працівником межі своїх обов'язків, звуження їх до мінімуму.

Остаточно розчарувавшись у своїй роботі (стадія 6), співробітник перейде на інше місце, або буде ставитися до роботи як до каторги.

Результати, досягнуті людьми в процесі роботи, залежать не

тільки від знань, навичок і здатностей цих людей. Ефективна діяльність можлива лише при наявності в працівників відповідної мотивації, тобто бажання працювати.

На сучасному етапі розвитку економіки України для досягнення стабільності й високого рівня продукції, що виробляється вітчизняними підприємствами, для покращення якості та навіть собівартості виробництва, обов'язково необхідно звертати увагу та розробляти гідну систему мотивації праці на підприємствах, адже не дарма в усьому світі персонал – є найважливішою цінністю, а умови його праці - фактором руху до розвитку та процвітання.

Література.

1. Маскон М. и др. Основы менеджмента / Маскон М. [Пер. с англ.] – М.: Дело, 1992.-702с.
2. Бородкин Л.И. Об эволюции мотивации труда промышленных рабочих: [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.hist.msu.ru/Department/Ecohist/OBC/borodkin.htm>
3. Мотивация персонала. // Вопросы экономики,- 1996,- №2. стр.76-91.
4. Сардак С. Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств / С. Сардак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 6.
5. Галайда Т.О., Цись Л.В. Сучасні методи стимулювання праці на підприємствах: [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Eir/2009_3/147-150.pdf

КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ТА ЙОГО ІМІДЖ

*Дуднева Ю.Е., к.е.н., доцент,
Українська інженерно-педагогічна академія*

Сучасна іміджологія розвивається на стику наук, увагу феномену іміджу приділяють психологи, політологи, соціологи та спеціалісти в галузі маркетингу та менеджменту. Імідж керівника є достатньо складним явищем, зокрема, може розглядатися як управлінська та соціально-психологічна категорія. Сучасні дослідники [наприклад, 2] підкреслюють взаємозв'язок професійних та особистісних характеристик в іміджі керівника та виокремлюють в процесі формування іміджу двоє двох груп факторів. Перша група діє на первинній стадії та включає такі елементи, як первинна інформація про особистість, перше враження і ефект ореолу. Друга група об'єднує професійні та особистісні фактори формування іміджу, які активізуються безпосередньо при здійсненні професійної управлінської діяльності. Тому можна стверджувати, що на імідж

керівника впливає рівень його компетентності у різних сферах.

В управлінській практиці поняття «компетентність» застосовується достатньо широко, особливо в HR-менеджменті, при побудові корпоративних моделей компетентностей керівника, персоналу, окремих підрозділів та організації в цілому. Дослідники розглядають компетентність не тільки як засіб успішної професійної діяльності, але і як інструмент оптимізації взаємодії суб'єкта з об'єктом управління, необхідну умову розвитку організації.

Поняття «компетентність» тісно взаємодіє із поняттям «компетенція». Зараз компетенції розглядаються як самостійні універсальні складові будь-якої успішної професійної діяльності та можуть бути визначені як особиста здатність фахівця вирішувати певний клас професійних завдань. Компетенції складають основу компетентності, однак компетентність – це не просто сукупність компетенцій. На наш погляд, компетентність вказує на відповідність реального і необхідного в особистості фахівця, на ступінь оволодіння ним різними компетенціями, необхідними для ефективної професійної діяльності, включаючи психологічну спроможність до виконання певного виду роботи та відповідні повноваження. Вважаємо, що, з погляду на специфіку управлінської діяльності, загальну компетентність керівника доцільно розглядати як сукупність наступних складових: професійної (спеціальної) компетентності, соціальної компетентності, комунікативної компетентності, особистісної та індивідуальної компетентностей.

Професійна (спеціальна) компетентність представляє собою інтегральну характеристику особистості керівника, яка відображає наявність здібностей вирішувати професійні проблеми та управлінські завдання, що виникають у реальній діяльності, з використанням знань у різних сферах і професійній області, а також професійного і життєвого досвіду [2]. Професійна компетентність керівника, зокрема, повинна включати і здатність його творчо мислити, передбачати наслідки власних рішень, критично оцінювати свої можливості і досягнення, володіння інноваційними технологіями в професійній та управлінській сферах. Ці здатності можуть бути об'єднані поняттям «управлінська компетентність». Також складовою професійної компетентності управлінця виступає і так звана правова компетентність. Безпосередня взаємодія з підлеглими, здійснення владного та лідерського впливу потребують від керівника певного рівня правових знань та юридичної відповідальності, які реалізуються в рамках його правової компетентності. Професійна компетентність менеджера дає можливість досягати запланованих результатів

діяльності підлеглих, підвищувати свій статус в межах організації, управляти власною кар'єрою тощо.

Соціальна компетентність управлінця передбачає наявність у нього здібностей, знань і навичок ефективної взаємодії як у ролі підлеглого з керівниками більш високого рівня, так і в ролі керівника з підлеглими, управління трудовим колективом, організації групової взаємодії, формування та підтримки нормального соціально-психічного клімату в групі. Соціальна компетентність керівника має розглядатися як професійний фактор формування іміджу.

Комунікативна діяльність керівника – це професійно значуща складова управлінської діяльності, тому комунікативна компетентність є для менеджера обов'язковою. Розвиток комунікативної компетентності має на увазі оволодіння системою комунікативних знань (норм і правил вербального та невербального спілкування), формування комплексу комунікативних вмінь та навичок (вміння вступати в контакт з людьми з урахуванням їх статевих, вікових, соціально-культурних, статусних характеристик; вміння використовувати специфіку ситуації для реалізації власних комунікативних цілей; вміння переконувати співрозмовника тощо), накопичення комунікативного досвіду.

Особистісна компетентність - володіння прийомами особистісного самовираження і саморозвитку, прийомами протистояння професійним деформаціям особистості. Індивідуальна компетентність має на увазі спроможність до самореалізації і розвитку індивідуальності, готовність до професійного росту, індивідуального самозбереження, неохочість до професійного старіння тощо. Розглянуті складові компетентності керівника впливають на формування його іміджу під час взаємодії з оточуючими при здійсненні управлінської діяльності. Свідомий підхід до розвитку власної компетентності, як синтезу різних складових, дозволить управлінцю формувати бажаний імідж та використовувати його для досягнення власних цілей та цілей організації.

Література.

1. Скрипаченко Т.В. Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія» / Скрипаченко Т.В. — К., 2001. — 18 с.

2. Лапшина Е.Г. Компетентностный подход как условие формирования профессиональной компетентности специалиста в сельскохозяйственном вузе [Текст] / Е.Г. Лапшина // Педагогика: традиции и инновации: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2011 г.). Т. II. — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — С. 74-76.

ЗАГАЛЬНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ

*Зось-Кіор М.В., к.е.н, доцент,
Луганський національний аграрний університет*

Недоліки реформування земельних відносин і землекористування простежуються як у сфері сільськогосподарського виробництва, так і у самому управлінні земельними ресурсами, особливо на місцевому рівні (сільські, селищні ради, конкретні землекористування) [1, 3-5]. А саме:

— існуючі механізми володіння, користування і розпорядження земельними ресурсами не дозволяють здійснити перехід земельної власності до ефективно господарчих об'єктів (18,6 тис. нових агроформувань та 40 тис. фермерських);

— недосконала система державних гарантій прав на земельні ділянки та іншу нерухомість обумовлює зниження інтересу інвесторів до вкладень у вітчизняну економіку;

— існують значні недоліки у системі справляння плати за землю, що призводить до суттєвих втрат надходжень до бюджету;

— не здійснюються (через брак коштів) заплановані заходи щодо охорони земель, продовжують розорюватись деградовані схиліві землі;

— залишається недосконалим державне управління ресурсами конкретних землекористувань.

Тому подальша побудова управління земельними ресурсами на місцевому рівні повинна базуватись на принципах:

1. Розвитку приватного землеволодіння і землекористування;
2. Включення землі у ринковий обіг;
3. Досягнення соціальної справедливості у перерозподілі земель;
4. Альтернативного, взаємодоповнюючого функціонування великих, середніх і дрібних сільськогосподарських підприємств будь-яких форм власності на землю і майно;
5. Забезпечення територіальних умов високої економічної ефективності і екологічно безпечного землекористування.

Управління земельними ресурсами на місцевому рівні (сільські, селищні ради) повинно здійснюватись насамперед через землеустрій, тобто організаційно-господарські заходи.

Проекти формування території землеволодінь та землекористувань у межах сільських рад є подальшим розвитком основних положень сучасного землеустрою.

Сучасне управління земельними ресурсами все більше вимагає застосовувати нові підходи та принципи до організації території землекористувань і володінь.

Таким принципом є ландшафтний підхід, який дозволяє вивчити весь комплекс природно-географічних умов і ресурсів, а також виявити закономірності побудови частин ландшафту, їх внутрішні зв'язки, динаміку змін в ландшафті.

Дослідження вчених [1, 3-5] показують, що необхідно чітко фіксувати неоднорідність ландшафту для послідуочого здійснення організації території з врахуванням її ландшафтно-типологічних і регіональних відмінностей. Це в свою чергу дасть можливість зберігати природну рівновагу і звести до мінімуму процеси деградації як окремих природних компонентів, так і ландшафту в цілому.

Обґрунтована організація території є основою її перетворення, тобто зміни властивостей ландшафту з ціллю надання йому нових функцій і в кінцевому результаті повинна сприяти раціональному й ефективному використанню землі, її охороні.

Оптимальне використання ландшафту повинно забезпечити ефективне виконання відповідних функцій зберігаючи властивості ландшафту як системи.

Вдосконалення системи управління земельними ресурсами повинна здійснюватись з урахуванням об'єктивних закономірностей її розвитку – відповідності рівня організації управління рівню розвитку організаційно-економічної системи, забезпечення оптимального співвідношення структури угідь, типів землекористувань та інші заходи щодо вдосконалення системи управління мають бути адекватними перетворенням, що здійснюється в економіці країни [2, 6]. А саме через:

- приведення організаційної системи управління у відповідність з вимогами суспільних та земельних відносин, господарського механізму;

- розробку якісно нових систем управління і їх організаційних форм та структур;

- раціоналізацію взаємовідносин між суб'єктами і об'єктами управління;

— зміцнення взаємозв'язків між елементами системи управління.

Зазначені схеми землеустрою та техніко-економічного обґрунтування території сільських (селищних) рад є обов'язковими програмними документами по управлінню земельними ресурсами, використанню й охороні земель, що надалі мають бути основою для організації нових землеволодінь або користувань, проведення моніторингу земельних угідь, реєстрації земель, перерозподілу земель між землевласниками при впровадженні ринку й іпотеки земель.

Крім того, схема землеустрою виявляє недоліки в організації використання земельних угідь, а також заходи для виправлення цих недоліків, що буде сприяти поповненню бюджету й виділенню додаткових коштів на охорону земель.

На підставі виконаної роботи з'являється можливість не тільки вирішити ці й інші пов'язані з використанням земель питання, але мати обґрунтовану оцінку земель, що вивільняються, після проведення на ній заходів щодо відновлення при укладанні договорів оренди на її використання.

Впровадження проектних рішень, спрямованих на захист ґрунтів від ерозії, відновлення їхньої родючості, створення стійких агроландшафтів, закріплених законодавчими і нормативними документами, є обов'язковим для підприємств усіх форм власності й господарювання на території селищної ради.

Література.

1. Бойко Л.М. Регулювання земельних відносин у сільському господарстві: монографія / Бойко Л. М. - К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 316 с.
2. Забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств заходами менеджменту. Монографія / Під загальною редакцією М.В. Зось-Кіора, О.В. Кочеткова. – Луганськ: Елтон-2, 2009. – 140 с.
3. Мартин А.Г. Регулювання ринку земель в Україні : монографія / Мартин А. Г. - К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 252 с.
4. Русан В.М. Економіка раціонального сільськогосподарського землекористування: монографія / Русан В. М. - К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 200 с.
5. Ткаченко В. Г. Экономическая безопасность Украины в условиях рыночных трансформационных процессов / Под ред. В.Г. Ткаченко, В. И. Богачева. - Ровеньки, 2007. – 330 с.
6. Формування організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємств в умовах глобалізації / Монографія. Під загальною редакцією М. В. Зось-Кіора. – Луганськ: Елтон-2, 2011. – 246 с.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Кір'ян О.І., к.е.н., доцент, Яковенко В.О.,
Українська інженерно-педагогічна академія,
Кір'ян І.С., Харківський національний економічний університет,*

Управління підприємством – процес, в основі якого лежить вплив на колектив підприємство та всі сторони його діяльності з метою отримання максимальних результатів. Такий вплив на кожному підприємстві та організації виконують управлінські кадри. Процес управління виконують люди, а отже ефективність процесу управління залежить від ефективності діяльності управлінського персоналу підприємства, яка в свою чергу складається з ефективності діяльності окремих груп працівників та груп працівників різного рівня освіти, кваліфікації, тощо.

Менеджмент організації, що працює в умовах ринку, висуває високі вимоги до управлінського персоналу. Сучасний управлінець – це людина, яка володіє як загальними основами науки управління, так і специфічними знаннями та вміннями в області стратегії управління, інновацій, маркетингу, управління персоналом та виробництвом.

Вимоги до їх професійної компетенції можна умовно розділити на дві групи. Першу складають знання та вміння (містецтво) виконувати професійну роботу в такій спеціальності як менеджмент. Вони складаються з:

- вміння обґрунтовувати та приймати рішення в ситуаціях, для яких характерні висока динамічність та невизначеність;

- високу інформованість - з питань розвитку галузі, в якій працює підприємство.

- знайомство з досвідом менеджменту на інших підприємствах та в інших галузях;

- здатність управляти ресурсами, планувати та прогнозувати роботу підприємства, володіти засобами підвищення ефективності управління;

- вміння використовувати сучасну інформаційну технологію, засоби комунікації та зв'язку;

- вміння відбирати методи та засоби досягнення найкращих результатів виробничої господарської діяльності при найменших фінансових, енергетичних та трудових затратах;

- наявність спеціальних знань в галузі організації та управління

виробництвом, а також вміння використовувати їх у своїй практичній діяльності;

- вміння раціонально підбирати та розташовувати кадри;
- вміння мобілізувати колектив на вирішення поставлених завдань;
- здатності та вміння підтримувати дисципліну та відстоювати інтереси справи;
- вміння доцільно планувати роботу апарату управління;
- розподіляти права, повноваження та відповідальність серед підлеглих;
- координувати діяльність всіх служб та підрозділів як єдиної системи управління організацією;
- вміння планувати та організовувати особисту діяльність, поєднувати у ній основні принципи управління, використовувати в залежності від ситуації найбільш доцільні та ефективні методи та стиль роботи;
- вміння проявляти високу вимогливість до себе та підлеглих;
- конкретність та чіткість у вирішенні оперативних питань та повсякденних справ;
- враховувати та контролювати результати своєї діяльності та роботи колективу;
- стимулювати працівників брати на себе відповідальність у виконання своїх рішень.

Ці та багато інших знань та вмінь набуваються в процесі вивчення управлінської науки, її законів, принципів, методів, засобів роботи з інформацією.

Друга група вимог до професійної компетенції менеджерів пов'язана зі здатністю працювати з людьми та управляти собою. В процесі виконання своїх функцій менеджери вступають у взаємодію з широким колом осіб – колегами, підлеглими, керівниками, вищими адміністраторами, акціонерами, постачальниками, тощо. Для того, щоб працювати з людьми, які так відрізняються одне від одного, менеджери повинні мати багато специфічних особистих якостей, які підсилюють довіру та повагу з боку тих, з ким вони співпрацюють. Це, насамперед:

- високе почуття обов'язку та відданості справі;
- чесність у відносинах з людьми та довіра до партнерів;
- поважливе відношення та піклування про людей, не зважаючи на їх положення в ієрархії підприємства;
- здатність швидко відновлювати свої фізичні та душеві сили та критично оцінювати свою діяльність.

В роботі багатьох організацій методичні матеріали містять у собі перелік таких якостей управлінських працівників, як: чесність, справедливість, вміння працівника налагодити доброзичливі стосунки з підлеглими, витриманість й тактовність при будь-яких обставинах, цілеспрямованість, рішучість у прийнятті управлінських рішень, а також наполегливість, енергійність в їх реалізації, вміння відстоювати свої погляди, самокритичність при оцінюванні своїх дій та вчинків, вміння вислуховувати поради, правильне сприйняття критики та вміння робити висновки, вміння дотримуватись свого слова та не обіцяти того, чого не зможеш виконати, вміння використовувати свої права та повноваження, в особливості у випадках застосування адміністративного та організаційного впливу, а також вміння особистим прикладом та поведінкою у повсякденному житті позитивно впливати та підлеглим.

Знання та розуміння законодавства є одним з першочергових питань у багатьох сферах управління. Це стосується також і оцінки ефективності діяльності персоналу, яка повинна проводитись відповідно до чинного законодавства України.

Всі ці та багато інших якостей та вимог до управлінців обумовляють стиль роботи управлінця, організацію виробничого процесу, а значить є важливими факторами ефективності та продуктивності діяльності всього підприємства.

Іншим важливим фактором підвищення ефективності та результативності менеджменту є розподіл праці менеджерів. Відповідно до цього в організаціях виділяють наступні види розподілу праці менеджерів: функціональний, структурний, технологічний, професійно-кваліфікаційний.

Існують різні методи оцінки ефективності діяльності управлінського персоналу. Наприклад, за результатами атестації, за визначенням завантаженості та чисельності персоналу. Можна сказати, що існують декілька груп методів оцінки ефективності діяльності. За однією групою пропонується розраховувати ефективність за узагальнюючим показником, у якості якого пропонується використовувати величину реалізованої продукції та масу прибутку, що приходить на 1 гривню витрат по утриманню апарату управління; ступінь виконання управлінським персоналом нормованих виробничих завдань; виробіток на одного працюючого; чи зусилля, що були витрачені.

Інша група пропонує використовувати систему показників для ефективності управлінської діяльності:

— розмір прибутку, що приходить на одного управлінця,

ефективність використання робочого часу; розмір прибутку, що приходиться на одну гривню заробітної плати;

— виконання планового завдання; якість виконаних робіт.

Ефективність праці управлінського персоналу насамперед визначається простими моментами процесу праці, тобто доцільною діяльністю чи самою працею, предметами праці та засобами праці. А отже, ефективність праці можна представити як співвідношення між факторами, що визначають ефективність праці управлінця, та показниками, що характеризують соціально-економічні результати їх праці. До факторів, що визначають ефективність праці відносять основні елементи виробничого процесу без взаємодії яких неможливе отримання певного результату, а саме: особисті, речові та організаційні.

Але для того, щоб персонал працював ефективно, необхідно його стимулювати. При цьому необхідно враховувати потреби, вподобання, характер кожного окремого працівника, адже вони такі різні. Тому і методи стимулювання повинні бути індивідуальними для кожного. Наприклад, такі:

1) Для директора (не власника підприємства) – підвищення заробітної плати; збільшення частки у прибутках; продаж частки акцій підприємства (якщо людина відчуватиме, працює на себе – то зрозуміло, що вона буде краще працювати).

2) Для заступника директора - підвищення заробітної плати; збільшення частки у прибутках; продаж частки акцій підприємства (якщо людина відчуватиме, працює на себе – то зрозуміло, що вона буде краще працювати), а також можна стимулювати кар'єрним ростом (від заступника директора до директора).

3) Для головного інженера - підвищення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; додаткові вихідні.

4) Для головного бухгалтера - підвищення заробітної плати; премії; додаткові вихідні; гнучкий графік роботи(за умови своєчасного ведення звітності і оформлення всіх документів); надання власного кабінету (якщо його нема); надання службової машини.

5) Для топ-менеджера – підвищення заробітної плати; збільшення відсотку від продажу (якщо це топ-менеджер торгового відділу); додаткові вихідні; гнучкий графік роботи; кар'єрний ріст; розширення повноважень; надання власного кабінету (якщо його нема); надання службової машини.

6) Для звичайного менеджера - підвищення заробітної плати; збільшення відсотку від продажу (якщо це менеджер торгового відділу); додаткові вихідні; кар'єрний ріст.

7) Для начальника відділу кадрів – збільшення заробітної плати; надання власного кабінету (якщо його нема); надання службової машини; додаткові вихідні.

8) Для начальника охорони праці - збільшення заробітної плати.

9) Для головного економіста – збільшення заробітної плати; премії; додаткові вихідні; надання власного кабінету (якщо його нема); надання службової машини.

10) Для начальника виробництва - підвищення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; додаткові вихідні; надання власного кабінету(якщо його нема); службової машини.

11) Для головного технолога – збільшення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; додаткові вихідні.

12) Для головного енергетика - збільшення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; додаткові вихідні.

13) Для майстра – підвищення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; кар'єрний ріст; надання додаткових вихідних.

14) Для бригадира - підвищення заробітної плати; премії; доплати; надбавки; кар'єрний ріст; надання додаткових вихідних, збільшення перерв (без втрат для виробництва).

Використовуючи запропонований підхід до формування мотиваційної системи підприємства, підбору комплексу мотиваційних чинників, є можливість досягти такого рівня зацікавленості працюючих, при якому вони самостійно будуть контролювати свою діяльність, настоювати на чіткому визначенні параметрів їх праці.

Для цього до наведених методів стимулювання слід чітко підбирати показники, найважливіші для даного підприємства, що чітко відповідають його стратегії та сучасному стану розвитку, наявності ресурсів та потребі в досягненні тих чи інших показників діяльності. При цьому вони повинні бути в прямій залежності від діяльності саме тих підрозділів та працівників, до яких застосовується розробляема мотиваційна система. В іншому випадку можна отримати ефективну дестимулюючу систему.

Тобто, мотиваційна система повинна враховувати: сучасні тенденції розвитку підприємства (у вигляді потрібного рівня окремих показників діяльності, спираючись на стратегію); внесок кожного підрозділу та працівника в результати діяльності (у вигляді переліку показників стимулювання та дестимулювання); можливості та обсяги праці кадрової та економічної служб (у вигляді кількості використовуваних з вищезгаданого переліку показників).

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ПРИВАТНО–ДЕРЖАВНОГО ПАРТНЕРСТВА

Жук В.П., здобувач,
Академія муніципального управління*

Питання приватно–державного партнерства починаються з перекладу відповідного англійського терміну: Public–Private Partnership (PPP). У класичній політекономії «public» протиставлюється «private» і об'єднує все «неприватне», тобто державну владу або місцеву владу, а також громадські організації – тобто сили, що відстоюють інтереси суспільства. Буквальний переклад «public» як «публічний» або «суспільний» створює зовсім інші асоціації. Менше проблем виникає з розумінням терміну «приватний», тобто партнер, що надає власні фінансові і інші, ресурси, а також послуги або товари з метою отримання прибутку.

У вітчизняній літературі або перекладах можна зустріти наступні варіанти, що використовуються як синоніми: приватно–державне партнерство, державно–приватне партнерство, муніципально–приватне партнерство, приватно – суспільне партнерство, приватно–державна кооперація, публічно–приватне партнерство, суспільно–приватне партнерство [2, с. 95].

Використовується термін «приватно–державне партнерство» – при цьому розуміється, що поряд з державними органами влади партнером можуть виступати і органи місцевого самоврядування. Вибір даного варіанту термінології обумовлений і тим, що саме це поняття все частіше використовується в сучасному економічному житті країни.

Приватно–державне партнерство дозволяє уникнути, з одного боку, недоліків прямого регулювання держави, а з іншою – «провалів ринку» [1, с. 132]. Ключовий аргумент на підтримку приватно–державного партнерства полягає в тому, що і суспільний (державний), і приватний сектори мають власні унікальні характеристики і переваги, при об'єднанні яких створюється можливість більш ефективніше вирішувати поставлені соціально–економічні задачі і досягати кращих результатів саме в тих сферах, де особливо помітні «провали ринку» або неефективність державного управління – як правило, це соціальна

* Науковий керівник – *Корецький М.Х., д.держ.упр., професор*

сфера і створення інфраструктури.

У зв'язку з новизною приватно–державного партнерства не склалася система різних визначень цього поняття. Так серед основних варіантів цього терміну можна виділити наступні:

1) ПДП – це інституційний і організаційний альянс між державою і бізнесом в цілях реалізації національних і міжнародних, масштабних і локальних, але завжди суспільно–значущих проектів в широкому спектрі сфер діяльності: від розвитку стратегічно важливих галузей промисловості і НДДКР до забезпечення суспільних послуг. Кожен такий альянс є тимчасовим, оскільки створюється, як правило, на певний термін в цілях здійснення конкретного проекту і припиняє своє існування після його реалізації;

2) ПДП – це форма взаємодії державних і приватних структур в цілях надання суспільству найважливіших послуг або продукції. При цьому, ключовою метою домовленості між ними є надання кінцевому споживачу послуг або продукції найефективнішим чином і за нижчою вартістю, ніж кожна з даних структур зможе надати самостійно;

3) ПДП – це передача частини функцій, які традиційно виконувала держава компаніям приватного сектора. Розподіл обов'язків між державою і приватним капіталом може варіюватися від виконання недержавними компаніями функцій підрядчика до повної передачі окремих видів державної діяльності в приватні руки. При цьому держава перекладає частину ризиків на компанії приватного сектора, одночасно користуючись досвідом і творчими можливостями останнього. Додатковою перевагою такого партнерства для держави може бути скорочення потреб в бюджетному фінансуванні проектів;

4) ПДП – це середньо – або довгострокова ділова співпраця між державним і приватним секторами, що передбачає розподіл ризиків і прибутку від результатів об'єднання знань, досвіду і фінансових ресурсів для досягнення намічених цілей економічної політики;

5) ПДП – це сукупність форм середньо – і довгострокової взаємодії держави і бізнесу для вирішення суспільно значущих задач на взаємовигідних умовах;

6) ПДП – це спільне підприємство між приватними і державними юридичними особами. Державна організація/підприємство наймає приватну компанію для здійснення певних робіт, при цьому комерційні ризики розподіляються на тих же умовах, що і в спільному підприємстві.

Таким чином, приватно–державне партнерство, будучи одним з найпоширеніших термінів, не має офіційного розуміння і тлумачення

в Україні. Кожен політик вкладає власне значення в це поняття. Немає і системного наукового дослідження даного явища.

В цілому, визначення даного терміну має або загальнотеоретичний, або вузько-юридичний характер. Теоретичні визначення не розкривають суті приватно-державного партнерства як бізнес-процесу. Згідно цим визначенням, будь-яка спільна діяльність держави і бізнесу може розглядатися як приватно-державне партнерство, при цьому навіть виконання державного контракту або сплата податків – це «інституційний і організаційний альянс між державою і бізнесом». В той же час, юридичні визначення не сприяють розумінню суті партнерства держави і бізнесу як процесу, що по суті створює нові економічні та соціальні можливості для громадян, компаній і держави. Багато в чому недоліки визначень пояснюються відсутністю досвіду реалізації проектів приватно-державного партнерства, знаходячись на початковому етапі більшість проектів поки не вступила в інвестиційну стадію, і не генерують досвід і знання для наукового осмислення.

Література.

1. Барнс П. Государственно-частное партнерство в инновационных системах/ П. Барнас. – М.: «Экономист», 2005. – 312с.
2. Лебедева Н.А. Перспективы развития частно-государственного-партнерства Н.А. Лебедева// Наука и образование. Межвузовский сборник научных трудов «Экономика и управление». – 2005.– №2 – С. 91 – 96.

ЛОГИСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЦУКРОБУРЯКОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ

***Калініченко С.М., старший викладач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Період входження економіки України в ринок затягнувся. У кризовому стані знаходяться основні галузі народного господарства, в тому числі АПК. Цукробуряковий підкомплекс переживає не найкращі часи і вимагає кардинальних змін у поглядах на процеси, що відбуваються всередині продуктової вертикалі.

Особливістю даного періоду в Україні є прискорений розвиток

підприємницької діяльності як головної рушійної сили розвитку ринкової економіки, як за кордоном, так і в Україні.

З точки зору організації діяльності всі господарюючі суб'єкти, які входять до складу цукробурякового підкомплексу АПК, є суб'єктами підприємницької діяльності.

Специфіка функціонування цукробурякового підкомплексу з його характерними вертикальними інтеграційними зв'язками визначила логістичний напрям розвитку підприємництва як якісно новий етап формування відносин всередині продуктової вертикалі.

Одним із найбільш прогресивних науково-прикладних напрямів є логістика, яка у взаємозв'язку з маркетингом являє собою ідеальний варіант системи управління в економіці взагалі й АПК зокрема. Як відомо, динамічність — обов'язковий атрибут будь-якої сфери виробничо-економічної діяльності. Основу, динаміки становлять потокові процеси. Логістика як прогресивна методологія оптимізації поточкових процесів і господарських зв'язків здатна створити так званий "синергічний ефект", який проявляється у взаємній оптимізації окремих елементів системи. В результаті загальний ефект системи виявляється вищим, ніж сума ефектів цих же елементів, що діють незалежно. Можливість застосування логістики в економіці зумовлена сучасними досягненнями науково-технічного прогресу, насамперед комп'ютерної техніки та інформаційних технологій.

Одним із основних методологічних принципів логістичної концепції є системний підхід, тобто методологія наукового пізнання, в основі якої знаходиться розгляд об'єктів як систем, що дозволяє побачити досліджуваний об'єкт як комплекс взаємопов'язаних підсистем, об'єднаних спільною метою, розкрити його інтегративні властивості, а також внутрішні й зовнішні зв'язки.

Метою логістичної системи є забезпечення наявності необхідного товару в необхідній кількості та заданої якості в потрібному місці й у потрібний час для потрібного споживача із заданими витратами.

Будь-яка логістична система складається із сукупності елементів - ланок, між якими встановлені певні функціональні зв'язки і відносини. Внутрішньосистемні зв'язки міцніші, ніж зв'язки із зовнішнім середовищем. Зазвичай вони мають циклічний характер, бо відображають послідовність передачі матеріального та

інформаційного потоків між ланками відповідного логістичного ланцюга.

Межі логістичної системи визначаються циклом обігу засобів виробництва. Спочатку закупаються засоби виробництва, які у вигляді матеріального потоку надходять у логістичну систему, складаються, обробляються, знову зберігаються і потім йдуть з логістичної системи у споживання в обмін на фінансові ресурси, що надходять у логістичну систему. Виділення меж логістичної системи на базі циклу обігу засобів виробництва одержало назву принципу "сплати грошей — одержання грошей".

По-перше, логістична система повинна одночасно створюватися на двох рівнях: регіональному (макрорівні) і локальному (мікрорівні). На регіональному рівні має бути створена мережа консалтингових фірм, інформаційно-аналітичних центрів, які за відповідну винагороду здійснюють моніторинг реального попиту на певний товар (у даному випадку цукор). Або подібні функції може взяти на себе, наприклад, асоціація незалежних цукровиробників.

Платоспроможна потреба в цукрі включає виробниче споживання як сировина для промисловості (кондитерської, хлібопекарської, виноробної, спиртової, лікєро-горіччаної, плодоовочеконсервної); експорт; особисте споживання (через роздрібну торгівлю).

Локальним рівнем логістичної системи — є безпосередньо цукровий завод.

По-друге, цукровий завод повинен взяти на себе роль інтегратора всього логістичного ланцюга: матеріально-технічне постачання аграрного сектора - вирощування цукрових буряків — транспортування — матеріально-технічне забезпечення переробки цукрових буряків — виробництво цукру та побічної продукції — реалізація цукру.

Логістичний ланцюг виробництва цукру умовно можна поділити на чотири ланки:

1. Доаграрна ланка — матеріально-технічне забезпечення бурякосійних підприємств сировинної зони насінням, технікою, запасними частинами, паливно-мастильними матеріалами, мінеральними добривами, засобами захисту рослин. Тобто цукровий завод налагоджує зв'язки, які оптимально вигідні як для нього, так і

бурякосійних підприємств, не говорячи про підприємства першої сфери АПК.

2. Аграрна ланка — безпосередній контроль за дотриманням технології вирощування фабричних цукрових буряків на всіх стадіях і забезпечення сировиною (сировинний відділ заводу). Зниження собівартості вирощування цукрових буряків у науково обґрунтованих межах та логістичний підхід до технології дає реальний шанс зміцнити конкурентні позиції підприємств цукробурякового підкомплексу.

3. Переробна ланка — включає транспортування та зберігання сировини на заводі (бажано мінімізувати радіус перевезень); безпосереднє транспортування цукрових буряків (оптимізація виробничих потужностей у зв'язку із сезонністю виробництва та стислими строками переробки сировини шляхом інжинірингу, модернізації та реконструкції); водо-, тепло-, енергозабезпечення (режим економії).

4. Торговельна ланка — включає транспортування; складування як найбільш вагоме джерело зменшення логістичних витрат.

Таким чином, логістичний ланцюг виробництва цукру включає всю інформацію, починаючи з матеріально-технічного забезпечення до задоволення потреб споживачів.

По-третє, створення системи забезпечення функціонування логістики та безпосередньо логістичних структур на всіх рівнях. Дана система має чотири напрями забезпечення: соціально-економічне (ринок, попит, наявність сфери виробництва та обігу); матеріально-технічне (транспортні засоби, будівлі, споруди, засоби зв'язку, комп'ютери, програмне забезпечення та інше); технологічне — чітка синхронізація в процесі виробництва і управління матеріальними й інформаційними потоками на всіх етапах їх проходження; математичне — застосування методів та інструментарію математики й кібернетики.

По-четверте, формування інформаційно - логістичної мережі на рівні структурних підрозділів інтеграційних формувань.

По-п'яте, створення координаційного логістичного центру, який би взяв на себе обов'язки управління всією логістичною структурою.

Отже, створюючи мікрологістичну систему на рівні підприємства чи групи таких підприємств, які входять до складу корпорації, одночасно розв'язується багато проблем, пов'язаних

насамперед із ефективністю виробництва. Тобто зниження собівартості однієї тонни цукру за рахунок стабільності процесу постачання сировиною і матеріалами, контролю якості на вході в систему та виході з неї, забезпечення реалізації продукції, скорочення термінів зберігання на складах. І як результат, зменшуються загальні витрати, забезпечується конкурентоспроможність і стабільність на ринку.

Література.

1. Жидовська Н.М. Обґрунтування концепції виробництва та інтеграційних процесів у бурякоцукровій підгалузі / Н. М. Жидовська // Стратегія ресурсозберігаючого використання аграрно-економічного потенціалу на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності – об'єктивна передумова інтеграції країни в світове співтовариство : тези доп. міжн. наук.-практ. конф., 18 травня 2007 р. – Тернопіль : ТНЕУ, 2007. – Ч. 2. – С. 74-75 (0,1 друк. арк.)

2. Bogatyrenko A.S.(1996):The Future Policy on the Ukrainian Sugar Industry. Consultative Meeting on Policy of the Ukrainian Sugar Beet Production and Processing Industry, Kyiv June 18-20.

3. Гончарук Т.І. Агропромисловий комплекс у контексті національної ідеї конкурентоспроможності // Вісник Української академії банківської справи. – 2003. –№ 1. –С101-105.

4. Губені Ю.Є. Стратегічні напрямки сільського господарства України // Економіка АПК. – 2006. – № 11. – с. 18-27.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кір'ян О.І., к.е.н., доцент,

Українська інженерно-педагогічна академія,

Кір'ян І.С., Харківський національний економічний університет

В сучасних умовах постійно зростаючого безробіття в більшості керівників вітчизняних підприємств склалося хибне уявлення про те, що персонал підприємства може бути оновлено та поповнено в будь-який момент за будь-якими професіями. Тому для них діяльність щодо формування та оновлення кадрового резерву, навчання наявного персоналу не тільки перестала бути одною з першочергових задач кадрової служби підприємства, а взагалі поступово звелася нанівець.

Тобто, вітчизняні підприємства зараз умовно можна поділити на дві групи: ті, що включають процес формування кадрового резерву в пріоритетні напрямки кадрової стратегії підприємства; та ті, що вважають цей процес в сучасних умовах кризи необґрунтованими витратами часу та коштів.

Визначимо, чому вітчизняним підприємствам кадровий резерв потрібен саме в умовах кризи та чим він повинен відрізнятися від загальноприйнятого кадрового резерву.

На наш погляд, на зміст кадрового резерву в сучасних умовах суттєво впливає, як це не парадоксально, саме криза в економіці. Під її впливом потрібно не зменшувати, а збільшувати, розширювати його обсяг та зміст. Це обґрунтовується наступними об'єктивними чинниками.

Саме в умовах кризи підприємство може втрачати наявні ринки збуту продукції, що буде вимагати позапланової зміни номенклатури, суттєвого переобладнання виробництва, а інколи і значної реорганізації діяльності. Більшість підприємств, стикаючись зі складностями на одному ринку, розглядає можливості освоєння інших. Це, в свою чергу, потребує швидких змін якісного та кількісного складу персоналу. В той же час потенційні кандидати на робочі місця не мають можливості очікувати пропозицій щодо зайнятості на підприємстві, та обирають роботу з невеликим, але відносно постійним заробітком. І тому більшість кандидатів кадрового резерву, особливо зовнішня його частина, вже не бажають працювати на виробництві.

В той же час більшість підприємств при відсутності кадрового резерву стикається з наступними проблемами:

— відсутність достатньої інформації про наявний персонал як потенційний кадровий резерв підприємства (виникає необхідність термінового здійснення оцінки наявного персоналу, що прогнозуємо не дає можливості визначити всі здібності робітників; виникає цейтнот у зв'язку з відсутністю часу (і коштів) на поступове перенавчання робітників; виникають додаткові необґрунтовані витрати на переукомплектування штату (звільнення одних робітників та прийом інших) та інші незручності та витрати);

— відсутність інформації про наявність кадрового резерву на ринку праці (виникає необхідність термінового ознайомлення з інформацією в службах зайнятості, на ринку вакансій, що залишає підприємство на деякий час у невизначеному стані щодо штату та, відповідно, процесу

планування номенклатури та обсягів виробництва. Навіть при наявності претендента на ринку вакансій він може бути задіяним в іншому трудовому процесі, що також буде потребувати час на перехід його з іншої організації до зацікавленого підприємства);

— відсутність достатньої кількості коштів, щоб реалізувати процес переформування штату (як вказувалось вище, одночасно звільнити робітників, найняти, адаптувати, реорганізувати структуру підприємства без попередньої інформації про дійсні можливості робітників оновленого штату, без випробувального терміну досить складно. Це провокує підприємство здійснювати не зовсім конструктивні витрати, яких можна було уникнути при використанні кандидатів з кадрового резерву).

Та навіть при наявності на підприємстві стандартного кадрового резерву можуть виникнути труднощі в формуванні штату, а саме:

— об'єктивна відсутність на ринку праці робітників необхідних спеціальностей в достатній кількості та повне небажання штатних працівників засвоювати ці функційні навички;

— неповний перелік професій, необхідних підприємству, в кадровому резерві (не було спрогнозовано потреби при можливих реорганізаціях виробничого процесу, при введенні в штат нових штатних одиниць);

— високі вимоги робітників, що потенційно знаходяться в кадровому резерві, до місця роботи (рівень оплати праці або механізація та автоматизація робочого місця можуть не відповідати вимогам кандидата, і підприємство отримає від нього відмову);

— не порядні дії конкурентів (перехоплення на деякий час потрібних осіб з метою вповільнити процес роботи даного підприємства).

Тому, на наш погляд, формування сучасного кадрового резерву повинно, по-перше, спиратися на наявний персонал та відбір молодих фахівців потрібних напрямків ще на стадії їх навчання. Підприємство повинно як ніколи задіювати навчання, перенавчання та ротацию кадрів для закріплення вказаних навичок в своїх робітників, тим самим розширюючи кадровий резерв без суттєвого збільшення його чисельності. По-друге, підприємство повинне формувати перелік можливих потреб в персоналі, виходячи з різноманітних напрямків стратегічного розвитку, особливо з урахуванням антикризових програм та стратегії різкої зміни курсу. Саме тоді зміст пропозицій кадрового резерву буде достатній для будь-яких перетворень, персонал

отримає можливість зберегти робоче місце в умовах будь-яких змін. Та й підприємство зможе зберігати персонал, пропонуючи більш вигідні та різноманітні умови його лізингу. Це, в свою чергу, збільшить не тільки стійкість підприємства, але й впевненість працівників в своєму майбутньому. Тому створення сучасного кадрового резерву буде ефективним мотиваційним чинником і для керівництва підприємства, і для кожного задіяного в ньому робітника.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ЯКІСТЬ»

Кобелева А.О., слухачка магістратури,
Академія ВВ МВС України*

У сучасних ринкових умовах, які характеризуються загостренням конкуренції та зміною споживчих вимог до продукції саме підприємства, що виробляють якісні товари, мають шанси на успіх.

У ринкових умовах проблема якості виступає найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної безпеки, і є комплексним поняттям, що характеризує ефективність господарської діяльності підприємства, розробку стратегії, організацію виробництва, прийняття управлінських рішень, маркетингу тощо. Разом з тим, світовий досвід свідчить, що саме якість є підґрунтям для подолання кризової ситуації та забезпечення ефективності функціонування та розвитку підприємства [2].

У зв'язку із актуальністю дослідження проблем забезпечення якості продукції все більше уваги з боку науковців приділяється вивченню поняття "якість". Найбільш значний внесок у створення теоретичних основ та методологічних підходів до визначення соціально-економічного змісту терміну "якість" та питань управління якістю зробили зарубіжні та вітчизняні вчені: Ф. Котлер, М. Портер, Ж. Дуфала, Г. Мінцберг, Г. Гельдель, О.С. Віханський, А.І. Наумов, І.О. Бланк та ін.

Важливість цих положень визначає постійний інтерес до проблем дослідження якості як вітчизняних, так і закордонних

* Науковий керівник – Гоц А.М., к.е.н., доцент

економістів.

Складність та багатогранність поняття якості вимагає розгляд його сутності з точки зору трьох аспектів: філософського, економічного та практичного [1].

Як філософська категорія якість виражає невіддільну від буття предмету його сутнісну визначеність, завдяки якій він є саме цим, а не іншим предметом. Тобто, у цьому аспекті якість виражає сукупність істотних ознак, особливостей і властивостей, які відрізняють один предмет або явище від інших і додають йому визначеність.

Конкретно-економічних трактувань поняття якості існує велика кількість. Зокрема, американський професор Х.Д. Харрінгтон вважає, що якість – це задоволення очікувань споживача за ціну, яку він може собі дозволити, коли у нього виникне потреба, а висока якість – це перевищення очікувань споживача за нижчу ціну, ніж він припускає [2].

Також не входить у суперечність з вищесказаним розуміння сутності якості російськими вченими, що досліджують трактування поняття «якість» стосовно різних об'єктів дослідження. Так, автори стверджують, що якості взагалі не буває, а буває вона тільки стосовно конкретних вимог конкретних споживачів і виявляється, як правило, компромісом між якістю і ціною .

Американські вчені Ф. Котлер та К.Л. Келлер надають визначення якості, як сукупності властивостей і характеристик товарів або послуг, що мають відношення до їх здатності задовольняти заявлені потреби [3].

Такої ж думки дотримується Дж. Джуран, який визначає якість як «придатність для використання» (відповідність призначенню). Тобто якість це є ступінь задоволення споживача для реалізації якої виробник повинен пізнати вимоги споживача і зробити свою продукцію або послуги такими, щоб вони задовольняли цим вимогам.

На недоцільність зв'язку поняття «якість» із задоволенням потреб вказує В.Ю. Огвоздін і пропонує наступне визначення: «якість – це сукупність об'єктивно існуючих властивостей і характеристик продукції або послуги, рівень яких визначається сортистністю або іншими оцінками якості, що характеризують споживчу вартість продукції» [4].

Таким чином, критичний аналіз економічної літератури виявив велику кількість трактувань сутності поняття якості, які можна об'єднати у дві основні групи:

1) характеристика якості як сукупності властивостей продукції або послуг, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до їхнього призначення;

2) визначення якості продукції як ступеня задоволеності цією продукцією певних потреб.

Поняття якості продукції має важливе значення в практичній діяльності, тому регламентовано ДСТУ 15467-79 «Управління якістю продукції. Основні поняття. Терміни і визначення» [2]. Згідно нормативного документу під якістю розуміється сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Відповідно до міжнародного стандарту ІСО 9000:2000 якість – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які додають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби [3].

Отже, міжнародний стандарт визначає якість як сукупність характерних властивостей, форми, зовнішнього вигляду і умов застосування, якими повинні бути наділені товари та послуги для відповідності своєму призначенню. Всі ці елементи визначаються вимогами до якості, які втілені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації і технічних умовах тощо.

Таким чином, якість складне, багатогранне поняття, забезпечення її вимагає об'єднання творчого потенціалу і практичного досвіду фахівців підприємства. А однією з умов успішного функціонування підприємства, його конкурентоспроможності і стійкості на ринку є реорганізація управлінської структури у відповідності до міжнародних стандартів якості, тобто створення власної системи якості на підприємстві.

Література.

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 2007. – 408 с.

2. Вачугова Д.Д. Основы менеджмента. Москва. “Высшая школа” 2010 р. стр. – 366.

3. Карсекин В.І., Манов М.А. Менеджмент у підприємствах торгівлі та громадського харчування: Підручник. - К.: Вища школа, 1994. - 272 с.

4. Мошек Г.Е., та ін. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях: Навч. Посіб. Ч.1. - К.: КДТЕУ, 1999. - 313 с.

ЗВ'ЯЗКИ ЖИТЛОВОГО ГОСПОДАРСТВА З ІНШИМИ ГАЛУЗЯМИ І ПІДГАЛУЗЯМИ ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ

*Ковалевська О.П., к.ю.н., докторант,
Академія муніципального управління*

Наявність тісних економічних зв'язків з іншими галузями і підгалузями господарського комплексу дає нам право вважати житлове господарство дуже вагомим чинником формування й стабільності економіки держави в цілому. Звідси випливає важлива властивість житла – виступати фактором соціальної стабільності держави. Соціальна складова має дві мало пов'язані між собою властивості – індикативну і стабілізаційну.

Індикативна сфера – це відображення ситуації щодо забезпечення населення житлом відповідної якості. За сприяння засобів масової інформації у суспільстві поширене помилкове уявлення про тотожність величини черги на поліпшення житлових умов і кількості людей, які потребують житла [1, с. 33]. Насправді ці дві величини не мають між собою ніяких логічних зв'язків. З погляду первинної функції – захисту людини від дії зовнішніх природних явищ (холод, спека, дощ, вітер тощо) – навіть мазанка в селі є житлом. Інша справа, що таке житло не відповідає вимогам забезпечення комфортних умов проживання. Так само проживання трьох сімей в однокімнатній квартирі не може розглядатись як повна відсутність житла, а лише як недотримання вимог щодо забезпечення норм площі на одного мешканця. Уявімо гіпотетичну ситуацію, що на початок поточного року державі вдалось розв'язати проблему розселення всіх, хто перебував на черзі з метою поліпшення житлових умов. Через місяць після контрольної дати з сільської місцевості в міста мігрувало б півмільйона громадян, залишивши у селах цілком придатне для проживання житло. Чи можна розглядати ці півмільйона осіб як таких, що не забезпечені житлом?

Отже, якщо вести мову про рівень забезпечення населення житлом, слід чітко сформулювати критерії, за якими можна оцінювати ситуацію. Інакше будь-які оцінки перетворюються на безглузде маніпулювання цифрами. Влада буде позбавлена можливості приймати адекватні рішення, а люди втрачатимуть довіру до дій влади і створюватимуть осередки соціальної напруги.

Стабілізаційна сфера охоплює прошарок населення, який

набагато ширший, ніж здається на перший погляд. Йдеться, насамперед, про використання житла як об'єкта для вкладання капіталу та його нагромадження. На першому етапі формування нової економіки процеси нагромадження капіталу шляхом купівлі кількох квартир викликали у громадян обурення, що значною мірою зумовлено залишками радянської ментальності. З часом, коли стало зрозуміло, що така діяльність може давати прибутки всім, хто має достатньо грошей і бажання, а не тільки “обмеженому колу осіб”, протести стали вщухати. Коли була створена певна критична маса “зайвого” житла, почали активно розвиватися процеси одержання прибутку новими власниками від здавання житла в оренду. Таким чином, було відразу розв'язано два завдання: одержання прибутку однією частиною населення і швидко забезпечення житлом іншої. Саморегульвний процес призвів до стабілізації цін на ринку оренди. А всі процеси, пов'язані з виникненням нової ситуації на ринку житла, сприяли певній стабілізації суспільства й зменшенню протестних настроїв громадян.

Певна стабілізація соціальної ситуації зовсім не означає, що можна заспокоїтися. Послаблення напруги, по-перше, є відносним, а, по-друге, – короткотерміновим. Для розв'язання проблем житлового господарства необхідні подальші виважені кроки.

Аналогічно розвивалася ситуація з невід'ємною частиною житла – комунальними послугами. В початковий період становлення економіки незалежної України через різку переорієнтацію усталених господарських і економічних зв'язків у цій підгалузі почалися процеси руйнації. В окремих економічно ослаблених населених пунктах житлово-комунальні послуги у повному обсязі відновити не вдалося й досі. Проте житло великою мірою залежить не тільки від простого набору цих послуг, але й від якості та стабільності їх забезпечення. Нині законодавчо врегульовано порядок надання як необхідних (життєво важливих), так і додаткових послуг (Закон України “Про житлово-комунальні послуги”).

Останнім часом виникла певна напруга в суспільстві через підвищення цін і тарифів на житлово-комунальні послуги. Вона потребує окремого розгляду, тому в цьому розділі обмежимося лише констатацією самого факту.

Стрімкі процеси входження приватного капіталу, які розпочалися на підприємствах комунального господарства, викликають занепокоєння й подив у суспільстві, особливо з огляду на декларовану хронічну збитковість цих підприємств. Тому перед

фахівцями постало завдання – чітко визначити головні пріоритети, що дають змогу сформувати в майбутньому надійну систему комфортного та безпечного використання житла в органічному поєднанні з економічно виправданим і якісно оновленим комунальним господарством.

Література.

1. Гончарук Н. Будинки з претензією // Контракти. – 2009. – № 22. – С. 32–35.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

*Комаріст О.І., к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

На сучасному етапі розвитку економічної системи одним з найбільш ефективних напрямків забезпечення підвищення ефективності виробництва є розвиток інноваційної діяльності, спрямованої на розробку і використання результатів наукових досліджень, що дають можливість забезпечити прибутковість діяльності шляхом задоволення нових потреб ринку. Активізація інноваційної діяльності, як свідчить досвід промислово розвинених країн, є визначальним напрямом розвитку підприємств, який підвищує їх конкурентоспроможність і забезпечує стале становище на ринку товарів і послуг.

В останні роки в економічній літературі часто використовується поняття «маркетинг інновацій». Проблеми, пов'язані із вивченням інноваційної діяльності та маркетингом інновацій досліджували такі відомі зарубіжні фахівці й учені як І. Ансофф, Г. Ассель, Дж. Вествуд, Є.П. Голубков, П.Р. Диксон, В. Кондратьєв, Ф. Котлер, В.Г. Мединський, К. Менгер, Г. Менці, М. Портер, Е.О. Уткін, Р.А. Фатхутдінов, К. Фрімен, Ф. Хайск, Й. Шумпетер, а також вітчизняні дослідники А.Г. Войчак, Т.Є. Воронкова, А.П. Гречан, Т.П. Данько, В.Я. Кардаш, М.П. Денисенко, М.М. Єрмошенко, Н.В. Куденко, А.І. Кредісов, С.М. Ілляшенко, Т.С. Максимова, В.А. Пилюшенко, І.В. Семеняк, А.О. Старостіна, І.А. Решетнікова, В. Тарасович, А.М. Алімов, Н.П. Гончарова, В.Я. Кардаш, П.Г. Перерва, А.Б. Титов, Н.І. Чухрай, Н.В. Кузнецова та ін.

Ними розроблена низка теоретико-методичних підходів і методичних інструментів маркетингу інновацій, що спрямовані на

розв'язання проблем аналізу ринку для нових товарів, формування і стимулювання попиту, просування інновацій на ринок тощо. Однак широке коло методологічних та методичних питань щодо маркетингу інновацій залишається відкритим. Зокрема, немає єдиної точки зору щодо визначення суті та завдань маркетингу інновацій. У науковій літературі часто ототожнюються поняття «маркетинг інновацій», «інноваційний маркетинг».

Перше і друге визначають як маркетингові дослідження в процесі розробки нового продукту [1], діяльність з покращення продукції та маркетингу, маркетинг нових товарів [2], діяльність зі створення унікальних умов реалізації нових продуктів [9], нові інструменти маркетингу [7], пропонування нового блага, як концепцію ведення бізнесу [5] та ін.

На нашу думку, поняття «інноваційний маркетинг», та «маркетинг інновацій» мають різний зміст, ототожнювати їх не слід. Під інноваційним маркетингом, на нашу думку, слід розуміти використання новітніх інструментів у комплексі маркетингу (у дослідженнях ринку, сегментації, просуванні, товарній, цінній політиці, комунікаціях). У даній публікації зупинимось детальніше на суті категорії «маркетинг інновацій». Відтак, вважаємо, що маркетинг інновацій слід розглядати як окремий вид маркетингу, напрям маркетингової діяльності, який, у свою чергу, потребує особливих методів, інструментів та прийомів. Термін «маркетинг інновацій» може бути визначений як сукупність дій, прийомів, методів, систематична активність суб'єктів економічних відносин щодо розробки і просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів (суспільства) у більш ефективний, ніж у конкурентів, спосіб на основі оновлення та підвищення рівня складових потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів та засобів його використання з метою отримання прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Зауважимо, що не вважаємо наведений вище підхід вичерпним і таким, що усебічно відображує суть маркетингу інновацій. Вважаємо, що проблема уточнення сутності та змісту маркетингу інновацій потребує більш докладного вивчення. Методологія та теоретичне обґрунтування інструментарію маркетингу інновацій мають стати підґрунтям ринкового успіху та ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання.

Метою подальших досліджень повинні стати:

— уточнення ролі та завдань маркетингу інновацій на окремих етапах інноваційного та життєвого циклу товару (послуги, технології),

— уточнення ролі та завдань маркетингу інновацій для різних організаційних форм ведення інноваційного бізнесу;

— наукове обґрунтування методичного забезпечення маркетингу інновацій на окремих етапах інноваційного та життєвого циклу товару для різних організаційних форм ведення інноваційного бізнесу тощо.

Література.

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація : [Монографія] / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук . – К.: КНЕУ, 203. – 394 с.

2. Груба Г.І. Інноваційне наповнення інвестиційного процесу / Г.І.Груба // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – №17. – с. 13-16.

3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [Підручник] / С.М.Ілляшенко . – Суми: Університетська книга, 2010. – 334 с.

4. Інноваційний розвиток промисловості України / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: КНТ, 2006. -648 с.

5. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [Монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.

6. Менеджмент та маркетинг інновацій: [Монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 616 с.

7. Пересуньмо Є.С. Місце і роль інноваційної діяльності в системі економіки / Є.С. Пересунько.// Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. - №6(73). – с. 84-88.

8. Хотяшева О. Инновационный менеджмент: [Учеб. Пособие.] – 2-е изд./ Хотяшева О. – Издательский дом «Питер», 2007. – 378 с.

РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ІНЖИНІРИНГОВИХ ПОСЛУГ

***Кондратюк Г.М., магістрант*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Послуги типу "інжиніринг" з'явилися в розвинених країнах в 60-ті роки і до теперішнього часу одержали достатньо широкий розвиток. Міжнародний інжиніринг – це діяльність по наданню

* Науковий керівник – Сахненко В.І., к.е.н., доцент

комплексу послуг виробничого, комерційного і науково-технічного характеру, здійснених як спеціалізованими фірмами, так і промисловими, будівельними та іншими компаніями.

Велику роль у розвитку інжиніринга зіграло надання промислово розвинутими країнами технічного сприяння - країнам, що розвиваються, на основі різних урядових програм. Така допомога тісно погоджується з наданням технічних послуг спеціалізованими інженерними фірмами.

Розвиток інжиніринга безпосередньо пов'язаний із зовнішньо - економічною експансією найбільших, в першу чергу американських, ТНК у країнах, що розвиваються. Здійснення прямих інвестицій в цих країнах шляхом створення власних дочірніх підприємств, або за допомогою участі в капіталі національних компаній, стимулювало надання їм різних консультацій по будівництву нових потужностей, удосконалюванню виробничих процесів і ін.

Інжиніринг розглядається як визначена форма експорту послуг із країни виробника в країну замовника й охоплює комплекс робіт із проведення попередніх досліджень, підготовки техніко-економічного обґрунтування, комплексу проектних документів, а також розробку документації по організації виробництва і керуванню, експлуатації устаткування і реалізації готової продукції.

Ця тема цікава для розгляду через те, що в наш час сфера керування стає все більше диференційованою, вимагаючи при цьому постійного поповнення знань управлінської спеціалізації. Разом із традиційними працівниками керування, що виконують функції, пов'язані з керуванням очної діяльності фірми, зараз виникає все більша потреба у фахівцях-аналітиках, що можуть зовсім інакше, нетрадиційними способами оцінювати проблеми керування і виробництва, знаходячи багато невикористаних резервів для досягнення максимальних результатів у виробничій діяльності, модернізація об'єктів дозволяє зберегти до сорока відсотків засобів інвесторів.

Зараз виробнича діяльність будь-якого підприємства неможлива без використання комп'ютерних технологій. Одним з основних напрямків підвищення конкурентноздатності підприємства є речення промислового циклу продукту, тобто скорочення терміну здійснення замовлення.

На сучасному етапі відбулося значне збільшення обсягу і загальної вартості технічних послуг, що стали предметом міжнародної

торгівлі, а також розширення в цій діяльності частки участі західноєвропейських і японських фірм при збереженні пануючою становища за американськими фірмами [4, 200].

Стрімкий розвиток інжинірингу в сучасних умовах зумовлений такими факторами:

— істотні зрушення в структурі міжнародної торгівлі в бік збільшення торгівлі склад ними видами устаткування, що вимагають спеціальних знань для вирішення нелогічних і організаційних проблем, починаючи з проектування підприємства до введення його в експлуатацію;

— високий попит на технічні послуги з боку країн, що стали на шлях самостійного економічного розвитку і не мають необхідного досвіду і кадрів фахівців для такого будівництва.

Головними країнами, що здійснюють інжинірингові послуги, є розвинуті країни (США, Велика Британія, Німеччина, Франція, Японія, Канада, Швейцарія, Італія). Зростає активність на зовнішньому ринку інжинірингових послуг країн Скандинавії, Мексики, Бразилії, Республіки Кореї, Індії. Лідером у розвитку інжинірингових послуг є США.

Таким чином, інжиніринг виступає як важливий засіб підвищення ефективності вкладеного в об'єкт капіталу. Його завданням являється одержання замовниками найкращих (оптимальних) результатів від вкладень капіталу та інших витрат за рахунок:

- 1) системного підходу до здійснення проєктів;
- 2) багатоваріантності технічних й економічних розробок, їх фінансової оцінки і вибору оптимального варіанту;
- 3) розробки проєкту з урахуванням можливості застосування прогресивних будівельних і виробничих технологій, обладнання і матеріалів;
- 4) застосування сучасних методів організації й управління всіма стадіями виконання проєктів.

Література.

1. Апопій В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В.В. Апопія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с. (Альма-матер).

2. Міжнародні економічні відносини. Навчальний посібник / Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. - К.: Знання, 2008. – 406 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ У ТОВ «АГРОФІРМА «ДОБРО» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Корнійчук Н.А., студентка,
Уманський національний університет садівництва*

В умовах сучасної ринкової економіки успіх будь-якого підприємства значно залежить від ефективності роботи управлінського персоналу, якісні вимоги до діяльності якого значно підвищуються відповідно до складності трансформаційних процесів сучасної господарської системи. Задоволення цих вимог здійснюється шляхом постійного вдосконалення управлінської праці на всіх рівнях, від керівників інституціонального рівня до технічного.

Об'єктом нашого дослідження є ТОВ «Агрофірма «Добро» Уманського району Черкаської області.

Аналіз показників економічної ефективності ТОВ «Агрофірма «Добро» дав змогу зробити висновок, що за досліджуваний період показник фондовіддачі зріс порівняно з 2009 р. на 1,36 грн. і у 2011 році становив 3,75 (табл. 1). Виробництво валової продукції на 100 га угідь зросло на 77 тис. грн. Також відмічено ряд негативних тенденцій. Так відбулося зменшення чистого прибутку порівняно з 2009 р. на 1056,4 тис. грн. та рівня рентабельності на 23,1 в. п.

Управлінський процес в ТОВ «Агрофірма «Добро», як і процес виробництва, здійснюється постійно. Починається він з постановки цілей, завдань і закінчується виконанням цих завдань, досягненням певного результату. Керівництво підприємства готує комплекс заходів по посиленню впливів на управлінський персонал, що активізують його роботу в організації.

До напрямів підвищення ефективності управлінської праці відносять:

- просування за службою;
- забезпечення належного рівня освіти;
- набуття практичного досвіду;
- підвищення кваліфікації працівників управління;
- провадження періодичної атестації.

* Науковий керівник – Малюга А.М, к.е.н., викладач

Таблиця 1

**Показники економічної ефективності ТОВ «Агрофірма «Добро»
Уманського району Черкаської області**

Показники	2009р.	2010р.	2011р.	2011р. в % до 2009р.
Валова продукція у порівняльних цінах 2005 р., тис. грн.	1891,8	2522,4	3081,7	162
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	42	42	68	161
Прибуток на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	142	129	76	53
Вироблено валової продукції на 100 га, тис. грн.	119	159	196	164
Фондовіддача, грн.	2,39	3,05	3,75	159
Чистий прибуток, тис. грн.	2257,4	2040,1	1201,0	53
Рівень рентабельності, %	82,5	68,0	23,1	-59,4.

Підвищення ефективності управлінської праці не обмежується тільки розглянутими напрямками. На неї впливають також і інші фактори:

- удосконалення виробничої структури організації;
- раціональна організація виробництва і праці, у тому числі управлінського персоналу;
- оптимізація організаційної структури, форм і методів керування;
- удосконалення комунікаційних процесів тощо.

Керівникам необхідний достатній практичний досвід. Дотримання цієї умови, досягається кропіткою діяльністю служб із підбору персоналу і слугує вихідним пунктом у підвищенні ефективності управлінської праці. Щоб підтримувати освіту і досвід на прийнятному рівні і перетворити в постійно діючий фактор підвищення ефективності праці, необхідно їх систематично удосконалювати. Мова йде про систему підвищення кваліфікації працівників.

Стимулюючу роль у підвищенні ефективності праці менеджерів виконує їх періодична атестація. Основна мета атестації - виявити здібності того чи іншого працівника, визначити міру його винагороди. При цьому активізується почуття відповідальності і спонукає його до більш повного використання своїх здібностей і досягнення кращих

результатів у праці. Атестація дозволяє більш обґрунтовано вирішувати питання щодо просування працівників службою. Проводити атестацію доцільно не рідше 1 разу в 3-5 років.

Отже, результати дослідження засвідчили, що ефективність управлінської праці у ТОВ «Агрофірма» Добро є не досить ефективною. Для підвищення ефективності управлінської праці необхідно удосконалити виробничу структуру організації, раціональну організацію виробництва і праці, у тому числі управлінського персоналу, оптимізацію організаційної структури, форм і методів керування, удосконалити комунікаційні процеси.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД ПРИ ВЫБОРЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Кравченко Е.И., ассистент,
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства им. П. Василенка*

В обществе товарного изобилия предприятия вынуждены стремиться к инновационному пути своего развития. В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. Так австрийский экономист Й. Шумпетер, который является основоположником теории инноваций, под понятием "инновация" подразумевал любое возможное изменение, происходящее вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции и т.д.

В современном мире инновационность вознаграждается в любой отрасли, но больше всего она важна в предпринимательской. Поэтому, поиск и использование инноваций непосредственно на предприятиях является актуальной проблемой. Ведь знания на сегодняшний день – это сила, которая имеет тенденцию быстро изменяться и устаревать. Так инновационное предприятие, которое конкурирует на основе знаний обеспечивает решительное сокращение затрат или повышение качества своих товаров и услуг.

Тем самым угрожая существующим предприятиям не сокращением прибылей и выпуска, а полным банкротством. Под инновационностью не будет пониматься специальный отдел – старательно отгороженную от всех группу людей. Подразумевается глобальная инновационность, образ мыслей, которая будет касаться каждого на предприятии.

Проблема заключается в том, что привычные подходы и уровень вложений в поиск инноваций не приведут предприятие к достижению конкурентных преимуществ. Инновационность должна касаться всех аспектов деятельности предприятия – инновации в организации производственных и хозяйственных процессов, в системе финансирования технической и технологической системах, в управлении и т.д. Следовательно, целью является обеспечение инновационности всего предприятия, т. е. необходимо пересмотреть все аспекты своей деятельности, и прежде всего всю систему стратегий и направление рациональной организации хозяйственных и производственных процессов. В настоящее время в стратегиях многих предприятий происходит определенная переориентация, т. е. переход от всемерного использования экономического эффекта крупномасштабного производства к более целенаправленной инновационной стратегии. Нововведения представляют собой важнейшие средства обеспечения стабильности хозяйственного функционирования, эффективности функционирования и конкурентоспособности. Базисом для развития предприятия его целевой стратегии является стремление сконцентрировать все усилия на собственной компетентности, которая заключается не только в наличие достаточного инновационного потенциала, но и достаточных знаний в определённой отрасли. Всё это обосновывается на знании, опыте, наличии высокой квалификации персонала. Так же необходимо сократить время, которое есть у предприятия на реализацию своего потенциала или преимущества. В коллективе, который работает в режиме реального времени, способность работать на опережение очень важна. Предприятию необходимо четко выработать понимание того, что составляет конкретно его компетентность.

Деятельность современных предприятий должна основываться на знании, а знание на сегодняшний день – это сила. Для успеха уже недостаточно сочетания традиционных материальных, финансовых, трудовых и производственных ресурсов. Предприятия должны строить свою деятельность, основываясь на интеллектуальный

потенциал, который включает в себя совокупность интеллектуальных возможностей персонала предприятия, который обеспечивают предприятие новыми идеями, включает творческий и креативный подход к выполняемой работе. Таким образом, можно утверждать, что инновация – это новшество, внедренное в деятельность предприятия с целью повышения его эффективности на основе лучшего удовлетворения определенной общественной потребности. При этом следует отметить, что под эффективностью следует понимать определенный экономический, социальный, экологический или научно – технический результат, ожидаемый от внедрения новшества.

Для достижения успеха, предприятию необходимо научиться управлять “бесконечной инновацией”. “Бесконечная инновация” – это никогда не прекращающийся поиск путей создания новых ценностей для всех, кого, так или иначе, затрагивает деятельность предприятия. Чтобы извлечь прибыль из “бесконечной инновации”, предприятию необходимо учитывать следующие инновационные подходы, которые помогут достичь конкурентных преимуществ, с помощью которых предприятие обеспечит будущий успех.

Основные инновационные подходы:

◆ Инновации при разработке стратегии.

Первая стратегия связана с этикой. Этика должна быть во всём, что бы ни происходило на предприятии. В эру эмоциональных привязанностей и избытка этика – это мощное конкурентное оружие. Если предприятие использует детский труд, загрязняет окружающую среду, клиенты найдут других поставщиков. И так же поступит большинство инвесторов. Вторая стратегия опирается на эстетику. Предприятие должно создавать свой дизайн, который является не только формой, но и функциональностью, себестоимостью, стилем жизни и её продолжительностью. Хорошие показатели по соотношению цена – характеристики всё ещё важны, но уже не достаточны. Эстетика должна затрагивать все аспекты деятельности предприятия: то, как предприятие строит свои отношения с потребителями и коллегами, офисную мебель, магазины, упаковку, торговый персонал.

◆ Инновации через увеличение скорости.

Предприятию необходимо сконцентрировать все усилия на собственной компетентности, которая заключается в наличие достаточных знаний в определённой отрасли, а так же в умении

лучше других разбираться в поставленных вопросах, всё это обосновывается на знании, опыте, наличии высокой квалификации. Предприятию необходимо сократить время на реализацию своего потенциала или преимущества. В обществе, которое работает в режиме реального времени, способность работать на опережение очень важна.

◆ Инновации в организационной структуре предприятия.

На современном предприятии все процессы движутся горизонтально. Ведь действительно большинство идей и проблем на предприятии возникают именно по горизонтали - между отделами, направлениями, подразделениями, странами. Более того, вертикальные процессы не оставляют места для поставщиков и потребителей, они остаются за границами предприятия. Внимание предприятия при разработке конкурентной стратегии должно быть направлено на объединение с поставщиками и передачу производства третьей стороне, принципом структурной организации становится слияние – соединение вкладов различных частей системы для выработки новых продуктов.

◆ Инновации в отношении к потребителям.

Поскольку потребители не всегда знают, что они хотят, иногда необходимо игнорировать существующие требования потребителей, чтобы произвести нечто радикально новое, революционное, а иногда смотреть на потребителей и подключать их к процессу создания продукции.

◆ Инновации в отношении к сотрудникам.

Предприятие должно обращаться с сотрудниками, как с инвесторами. Это необходимо, потому что они и есть инвесторы интеллектуального капитала. Каждый день сотрудники отдают свои знания и умения, а если они этого не делают, то предприятия скоро не станет.

Применение на практике указанных инновационных подходов позволит оптимизировать кадровую структуру и укрепить конкурентоспособность предприятия, а так же внутренние взаимосвязи и функции распределения на предприятии, это увеличит возможность выполнять больше заказов, что в дальнейшем приведёт к увеличению доходов.

ПРОГНОЗУВАННЯ СЕЗОННИХ КОЛИВАНЬ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ МЕТОДУ СТАТИСТИЧНИХ РІВНЯНЬ ЗАЛЕЖНОСТЕЙ

*Кулинич Р.О., д.е.н., доцент,
Хмельницький університет управління та права,
Власенко Т.В., Харківський національний технічний
університет сільського господарства ім. П. Василенка*

Динаміка обсягів виробництва продукції та надання послуг зазнає впливу сезонного фактора. Врахування сезонних коливань при здійсненні господарської діяльності менеджерами всіх рівнів дозволяє підвищити ступінь забезпеченості попиту споживачів на продукцію.

Метод статистичних рівнянь залежностей дозволяє обґрунтувати прогнозне значення на основі як численної, так і нечисленної сукупності вихідних даних. Встановлення прогнозного значення за рік в цілому та щомісячних значень, відкоригованих з урахуванням індексу сезонності на основі застосування методу статистичних рівнянь залежностей розглянемо за даними табл. 1 про перевезення вантажів усіма видами транспорту в Україні за 2009-2011 роки.

Таблиця 1

**Вихідні дані для встановлення індексу сезонності
перевезення вантажів усіма видами транспорту в Україні
за 2009-2011 роки, млн. т**

Період	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Разом	Середнє значення	Індекс сезонності
Січень	47	54,3	61,1	162,4	54,13	0,861
Лютий	50,4	55,3	63,8	169,5	56,50	0,899
березень	55,6	63,1	69,8	188,5	62,83	1,000
квітень	53,5	65,1	68,4	187,0	62,33	0,992
травень	54,8	61	68,4	184,2	61,40	0,977
червень	54,5	60,4	64,6	179,5	59,83	0,952
липень	59,5	61,9	66,3	187,7	62,57	0,995
серпень	59,5	62,9	64,5	186,9	62,30	0,991
вересень	62,0	64,6	67,3	193,9	64,63	1,028
жовтень	67,1	67,9	71,9	206,9	68,97	1,097
листопад	66,1	69,5	74,3	209,9	69,97	1,113
грудень	65,7	69,3	71,3	206,3	68,77	1,094
Разом	695,7	755,3	811,7	2262,7	62,85	1,000

Джерело: [0]

Значення індексу сезонних коливань перевезення вантажів усіма видами транспорту в Україні, що наведено в табл. 1, визначено за наступною формулою [0, с. 174]:

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}_0} \cdot 100,$$

де P_i – фактичне значення показника за відповідний період; \bar{P}_i – середнє з фактичних рівнів однойменних проміжків часу; \bar{P}_0 – постійна середня за період, що вивчається.

З даних табл. 1 видно, що пік вантажних перевезень припадає на листопад, а період спаду – на січень.

З метою встановлення прогнозного значення досліджуваного показника на 2012 р. на основі методу статистичних рівнянь залежностей доцільно скористатись комп'ютерною програмою “Метод статистичних рівнянь залежностей” [0]. За результатами її застосування за річними вихідними даними вантажних перевезень всіма видами транспорту в Україні (2009-2011 рр.) встановлено стійку гіперболічну тенденцію до зростання, формула якої має вигляд [0]:

$$y_t = y_{\max} \left(1 - b d \frac{1}{t_i t_{\max}} \right); \quad y_t = 811,7 \left(1 - 0,2549 d \frac{1}{t_i t_{\max}} \right).$$

Параметр b даного рівняння означає, що зміна розміру відхилень періодів часу на одиницю зумовлює зміну розміру відхилень коефіцієнтів порівняння результативної ознаки (обсяг вантажних перевезень) в 0,25 рази. Коефіцієнт стійкості тренду даного рівняння становить 0,76, що свідчить про наявність стійкого взаємозв'язку, що дозволяє здійснити прогнозування обсягу вантажних перевезень. Прогнозоване значення досліджуваного показника на 2012 р. становить:

$$y_t = 811,7 \left[1 - 0,2549 \left(\frac{1}{4} - \frac{1}{3} \right) \right] = 828,94, \text{ млн. т}$$

Встановлення значень за місяцями для прогнозованого 2012 р. пропонуємо здійснювати за формулою (див. табл. 2):

$$P_i = \frac{P_{\text{річне значення}} \times I_{c_i}}{12},$$

де P_i – прогнозоване значення показника за відповідний місяць з урахуванням сезонних коливань; $P_{\text{річне значення}}$ – прогнозне значення визначене за укрупненими даними; I_{c_i} – значення індексу сезонності за відповідний місяць.

**Прогноз щомісячних значень на 2012 р. з урахуванням
індексу сезонності**

Місяць	Прогноз щомісячних значень на 2012 р., млн. т
січень	59,5
лютий	62,1
березень	69,1
квітень	68,5
травень	67,5
червень	65,8
липень	68,8
серпень	68,5
вересень	71,0
жовтень	75,8
листопад	76,9
грудень	75,6
Разом	828,9

На основі порівняння прогнозованого значення обсягу вантажних перевезень всіма видами транспорту в Україні за січень 2012 р. (табл. 2) з відповідним фактичним його рівнем (60,8 млн. т) встановлено, що похибка прогнозу становить 2,15 % [0]. Отримане значення похибки прогнозу не перевищує п'яти відсотків, що свідчить про високий рівень точності отриманого прогнозного значення. Необхідно також зазначити, що таке порівняння для лютого становить 0,48 % (фактичний обсяг перевезення вантажів усіма видами транспорту становить 61,8 млн. т).

Література.

1. Вантажні перевезення всіма видами транспорту в Україні за 2009-2011 рр. та січень 2012 р. [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/tz/vp/vp_u/vp0112_u.htm
2. Кулинич Р.О. Статистична оцінка чинників соціально-економічного розвитку : [монографія] / Р. О. Кулинич. – К. : Знання, 2007. – 311 с.
3. Кулинич Р.О. Статистичні методи аналізу взаємозв'язку показників соціально-економічного розвитку : [монографія] / Р. О. Кулинич. – К. : ВПД “Формат”, 2008. – 288 с.
4. Кулинич О.І. Теорія статистики : [підруч.] / О.І. Кулинич, Р.О. Кулинич. — [5-ге вид., перероб. і доп.]. — К. : Знання, 2010. — 239 с.

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Куніцин С.В., доцент, к.е.н.,

Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського

Проведення рекламних кампаній є основним інструментом реалізації стратегічних і поточних планів маркетингово-збутової діяльності підприємства. Рекламна кампанія на ринку туристичних послуг являє собою узгоджений комплекс заходів рекламно-інформаційного та комунікаційного характеру, сформований відповідно до заздалегідь визначених цілей і пріоритетів функціонування та розвитку підприємств, які спільно використовують та зацікавлені у збереженні й відновленні природно-рекреаційних ресурсів певної території, та спрямований на споживачів, які представляють відповідні сегменти ринку.

В сучасних умовах ринку туристичних послуг рекламна діяльність підприємства характеризується виникненням широкого кола розмаїтих за змістом горизонтальних і вертикальних зв'язків і відносин. Звичайно до складу суб'єктів рекламно-комунікаційного процесу відносять рекламодавців, професійних учасників рекламного ринку (насамперед, рекламні агентства), засоби поширення реклами і споживачів. При цьому часто вважається, що взаємодія між даними суб'єктами (особливо – в рамках однорідних груп) носить конкурентний характер, а ринкові позиції при цьому визначаються можливостями певного маніпулювання вибором інших учасників ринку. В рамках такого підходу система рекламно-комунікаційних зв'язків набуває трьохрівневого характеру: по-перше, відносини між підприємством та засобами підготовки й поширення рекламної інформації; по-друге, стосунки між підприємством та каналами збуту товарів і послуг; по-третє, комплекс внутрішніх процедур забезпечення зворотного зв'язку і реагування на відхилення від запланованих результатів реалізації стратегічних і поточних управлінських рішень.

Необхідною умовою успішного вирішення проблем забезпечення сталості розвитку підприємства та зміцнення його конкурентних позицій стає стимулювання і підтримка зворотного зв'язку, основою для якого є постійний потік додаткової інформації про реакцію ринку на рекламні дії з боку каналів збуту і партнерів з кооперації. Наявність такого зв'язку дає виробнику можливість належним чином своєчасно адаптуватися до змін середовища господарювання, а також вносити корективи у стратегічні та поточні плани, контролюючи хід рекламних кампаній, тобто здійснювати ефективне управління не лише рекламною активністю, але і маркетингово-збутовою діяльністю у цілому.

Під час проведення рекламних кампаній конкретизація окремих заходів залежить передусім від таких факторів: положень маркетингової стратегії; ринкової частки підприємства; характеристик обраного сегменту цільового ринку; наявності й широти доступу до об'єктів маркетингової інфраструктури, людських та інших ресурсів; рівня налагодженості комунікацій й каналів інформаційного обміну; специфіки середовища здійснення рекламно-інформаційної і маркетингової діяльності; адекватність обраних методів і засобів реклами споживчим параметрам та поточному етапу життєвого циклу туристичної послуги. Крім того, слід враховувати, що рекламна кампанія є комплексом заходів, які розподіляються у просторі та часі (включає три основні етапи – підготовчий, кульмінаційний і завершальний), а також характеризуються певною циклічністю здійснення.

Досягнення ефективності проведення рекламних кампаній на ринку має ґрунтуватися на забезпеченні комплексу належних організаційно-економічних передумов, серед яких слід відзначити такі: підготовка і проведення на основі попередніх досліджень з урахуванням динамічної природи ринку; психологічна дієвість обраних засобів реклами, що має враховувати психофізіологічні і соціокультурні аспекти впливу на споживача (надійність запам'ятовування, однозначність сприйняття та ін.), що має належати до цільової аудиторії; формування спрямованості кампанії на широке охоплення найбільш доцільних для вирішення поставлених завдань (з урахуванням на специфіки рекламної аудиторії) засобах поширення

реклами; координованість і збалансованість впливу заходів, які реалізуються в різних місцях і на різних рівнях збутової діяльності в рамках проведення рекламної кампанії.

Складний характер функціонування сучасного ринку туристично-рекреаційних послуг, а також специфічність вимог покупців, обумовлюють необхідність впровадження принципів кооперування та синергетичної взаємодії учасників ринку в процесі планування і організації проведення рекламних кампаній. Унікальні характеристики природно-рекреаційних і культурно-історичних сформованих в межах певної території ресурсів можливість користування якими є основою для формування туристичних продуктів, являють собою одні з ключових факторів здійснення споживчого вибору покупців, тобто обов'язково мають знайти відображення при формуванні відповідної системи маркетингово-рекламних комунікацій.

Урахування впливу зазначених факторів при плануванні рекламних кампаній обумовлює доцільність реалізації регіонального підходу до вирішення цього завдання. Реалізація такого підходу дозволяє розширити описану вище трьохрівневу систему формування системи маркетингово-рекламних комунікацій підприємства, що надає послуги з відпочинку та рекреації, за рахунок виокремлення додаткового рівня, в рамках якого здійснюється часткове кооперування зусиль учасників певного регіонального рівня навколо вибору засобів досягнення цілей формування позитивного іміджу відповідних унікальних природно-рекреаційних ресурсів території. При цьому на регіональному рівні насамперед будуть здійснюватися обґрунтування і вибір пріоритетів розвитку туристично-рекреаційного комплексу території, які мають виступати передумовою для ідентифікації цільової аудиторії та узгодження цілей маркетингово-рекламної комунікації учасників ринку, а також для розробки концепції проведення рекламних кампаній та використання інших способів стимулювання збуту. Метою проведення рекламної кампанії за такий підхід є формування реакції цільової аудиторії, необхідної не тільки для досягнення стратегічних або тактичних завдань певного рекламодавця, але й для забезпечення сталості конкурентних позицій усього регіонального туристично-рекреаційного комплексу.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Куплевацький А.М., студент,
Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. П. Василенка*

Службою маркетингу на будь-якому підприємстві, у тому числі на сільськогосподарському, повинні виконуватись усі планові, оперативні і контрольні функції маркетингового менеджменту, при цьому задіюються такі принципи: цілеспрямованості, чіткості організаційної структури, структуризації стадій управління, гнучкості, стимулювання активності працівників.

Впровадження маркетингового управління на сільськогосподарських підприємствах в умовах ринкової економіки вимагає невідкладних заходів, у тому числі: організаційних, що передбачають внесення відповідних змін до структури організації та методів управління підприємством; адміністративно-правових, що мають на меті юридично зафіксувати створення нового відділу; методичних, пов'язаних з використанням науково-методичних підходів до маркетингового управління підприємством.

При впровадженні нового підходу до управління виникають деякі об'єктивні та суб'єктивні перепони. Досі існує психологічна неготовність керівників та фахівців до використання маркетингу у своїй виробничій діяльності, хоча на даний час не існує іншого шляху підвищення ефективності управління виробництвом. Крім того, перехід на маркетинговий менеджмент – це не просто зміна структури, це – докорінна реорганізація діяльності усіх структурних підрозділів, стратегічну і оперативну діяльність яких координує саме маркетинговий підрозділ. Умови ринкової економіки передбачають наявність ризику та деяку невизначеність, що диктує необхідність гнучко реагувати на зміни ринкових умов.

Але не менш важливим в умовах ринку є своєчасне і повне отримання маркетингової інформації стосовно товару, попиту, споживачів, конкурентів, особливо в аспекті стратегічного підходу до виробничої діяльності. В той же час найважча ситуація складається з управлінськими кадрами, які б володіли гнучким, творчим підходом до

* Науковий керівник – Сахненко В.І., к.е.н., доцент

вирішення проблем прибуткового функціонування підприємством.

Специфіка аграрної сфери як галузі економіки несе в собі особливі риси застосування маркетингового менеджменту. Тому за відсутності розробленої загальної універсальної теоретичної та методологічної бази функціонування маркетингового управління в даній галузі кожне підприємство повинно виходити з основних викладених вище принципів маркетингового управління та конкретних умов господарювання.

Сучасне сільськогосподарське підприємство при переході до нових, науково обґрунтованих ринкових методів господарювання, усе більше орієнтується на попит на ринку, що підвищує актуальність маркетингової складової у забезпеченні його функціонування та розвитку. Саме такий підхід забезпечує використання зарубіжного досвіду менеджменту і маркетингу, його адаптацію до конкретних умов кожного регіону та України в цілому.

Отже, використання маркетингового управління на підприємствах агропромислової сфери є не тільки доцільним, але на даний час стає необхідною умовою успішної ділової активності підприємства, оскільки маркетинг – не лише ефективний спосіб координації, організованості і спрямованості усіх можливостей підприємства на максимальне підвищення ефективності господарювання та досягнення поставлених цілей, але й шлях до ліквідації дефіциту багатьох видів сільськогосподарської продукції, скорочення втрат на усіх етапах руху продукції до споживача.

НАРОДНО-ГОСПОДАРСЬКЕ ЗНАЧЕННЯ, РОЗВИТОК ТА РОЗМІЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Курочка І.О., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Україна посідає чільне місце серед виробників соняшнику. Світове зростання його виробництва та зниження цін на нього змушують замислитися над вибором вектора розвитку цієї галузі. Соняшник протягом останніх років є найбільш рентабельною

* Науковий керівник – Островерх О.В., ст. викладач

культурою у сільському господарстві. Сьогодні Україна посідає провідні позиції у виробництві й експортуванні соняшникової олії та насіння соняшнику.

Увага до проблеми підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва в цілому та вирощування соняшника зокрема викликана, насамперед тим, що від успішного розв'язання її залежить зростання дохідності підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та світовому ринках, забезпечення сталого розвитку агропромислового комплексу.

Основною олійною культурою, що вирощується в Україні є соняшник. У складі всіх олійних культур він займає 70 % посівної площі і 85 % валового збору. Із насіння соняшнику виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії. Олія має важливе народногосподарське значення. Її споживають як цінний харчовий продукт у натуральному вигляді, широко використовують у харчовій, текстильній, лакофарбовій, парфумерній та інших галузях промисловості для виробництва маргарину, оліфи, мила, стеарину, лінолеуму тощо. Макуха та шрот (відходи переробки насіння) – цінний корм для сільськогосподарських тварин. Соняшник також вирощують на силос та зелену масу.

Успіх вирощування соняшнику залежить, перш за все, від використання високоякісного посівного матеріалу, дотримання оптимальних строків посіву, рівня агротехніки, своєчасного повноцінного підживлення, використання новітніх засобів захисту рослин. За останні роки недостатня кількість опадів та комплекс хвороб були головними чинниками зниження урожайності.

Лідерами по виробництву соняшнику є східний регіон - Дніпропетровська, Запорізька та Донецька області. У Харківській області у 2010 році розширення площі збору на 26,3%, сприяло збільшенню загального валового збору насіння соняшнику, якого вироблено 702,9 тис. т. (на 13,6% більше). Урожайність при цьому знизилась проти 2009 р. на 1,8 ц з 1 га і становила 16,2 ц з 1 га. В інших областях, таких як Волинська, Львівська та Закарпатська спостерігається низьке виробництво цієї культури від 0,4 до 1,9 тис. т.

При середній врожайності 11,85 ц/га валове виробництво насіння соняшнику досягло 4793,4 тис. тонн. Окрім Запорізької області основними виробниками соняшнику також є Дніпропетровська, Донецька, Луганська, Кіровоградська та Харківська області, що забезпечують дві третини всього валового виробництва соняшнику на Україні

Зниження урожайності соняшнику зумовлене насамперед фінансовими та матеріально-технічними нестатками господарств. Більшість з них не забезпечені і не здатні забезпечити себе технічними засобами, паливо-мастильними матеріалами, засобами захисту рослин, мінеральними добривами тощо. Водночас не завжди дотримуються необхідного чергування культур у полях сівозміни, що є винятково важливим саме для соняшнику з огляду на високий рівень винесення цією культурою поживних речовин з ґрунту, а також сприйнятливостю до хвороб при частому висіванні її на тій самій площі. За свідченнями спеціалістів, соняшник можна повторно висівати на одному полі не раніше як через 7-8 років.

Поряд із зниженнями урожайності, великий вплив на валовий збір соняшнику мають втрати при збиранні, транспортуванні, заготівлі та зберіганні.

Незважаючи на зниження урожайності, частка соняшнику у валовій продукції рослинництва, яка зменшилась за останні роки майже на дві третини залишається більш стабільною. Тому за цих умов соняшник залишається найбільш “ліквідною” сільськогосподарською культурою, здатною приносити реальний дохід як “живими” грошима, так і засобами виробництва. Рівень рентабельності виробництва насіння соняшнику має чітко виражену тенденцію до зростання, що свідчить про досить стабільний стан галузі та перспективи подальшого її розвитку.

Економічна ефективність виробництва соняшника залежить від складного комплексу природно-економічних, технологічних, науково-технічних факторів. При вивченні даної проблеми слід рахувати наступні особливості галузі: соняшник вимогливий до умов обробітку. Агротехнічні вимоги не дозволяють вирощувати цю культуру у вузькоспеціалізованих господарствах. Рослини цієї культури дуже чутливі до всіх видів гербіцидів. Слід враховувати також вимоги щодо олії в залежності від мети її використання.

Ефективний розвиток олієжирового підкомплексу та підвищення його конкурентоспроможності можливий в результаті досягнення високої якості насіння соняшнику, підвищення рівня врожайності культури, за умови переведення галузі на інтенсивний шлях розвитку, докорінного зміцнення ресурсної бази та забезпечення застосування прогресивної технології, поліпшення культури землеробства й проведення повного циклу технологічних операцій у визначені строки.

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА КАДРІВ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ЇЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Лавриненко А.М., к.е.н.,

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

В умовах ринкової економіки велике значення приділяється питанню освіти, від якої безпосередньо залежить інтелектуальний потенціал держави і багатство країни в цілому. Знання, кваліфікація, інтелект набувають дедалі більшої цінності. Тому, на сучасному етапі, людині необхідно постійно збільшувати запас знань. Цьому сприяє освітня галузь, що надає знання і формує здібності людини, готуючи кваліфіковану робочу силу для ринку праці. Але й ринок праці також виступає регулятором освітньої галузі, висуваючи вимоги до кількості фахівців певних професій та кваліфікації.

Система освіти в її нинішньому стані здатна дати майбутньому фахівцеві в кращому разі лише світоглядну базу. Але, на практиці, підготувати людину до роботи по конкретній спеціальності і в конкретній фірмі доводиться вже усередині бізнес-структур. Зв'язок між освітою і конкурентоспроможністю робочої сили не обов'язково є прямим. Найчастіше він має вигляд: професійна освіта – якість робочої сили – конкурентоспроможність робочої сили. Причому, зростання професійного рівня працівника, очевидно, покращує якість робочої сили, але одночасно – не завжди гарантує її конкурентоспроможність на ринку праці. Конкурентоспроможність працівника на ринку праці, його впевненість в працевлаштуванні та отриманні високої заробітної плати багато в чому залежать від придбаної ним професійної освіти. При цьому сфера освітніх послуг повинна відповідати на виклики ринку праці, а результативність проведення тих або інших освітніх реформ слід оцінювати, у тому числі і за показниками стану ринку праці.

В Україні особливого значення професійна освіта набуває через специфіку нинішнього етапу розвитку країни. Глибокі соціально-економічні зрушення зумовлюють підвищений інтерес до професійної освіти як до фактора, що визначає майбутнє становище людини в суспільстві. Сьогодні молодь прагне отримувати вищу освіту. Водночас відомо, що переважну більшість безробітних становлять особи з вищою освітою, які за наявності вакансій на заводах, у будівництві – до верстатів не поспішають, але вони охоче працюють в сфері індивідуальної трудової діяльності. В останні роки

до України масово приїзять іноземці – вихідці Китаю, Середньої Азії, Кавказу тощо. В основному вони працюють в сфері торгівлі, громадського харчування, індивідуального будівництва тощо і вже нині займають там значну кількість робочих місць. На сьогоднішньому ринку праці спостерігається ситуація, яка свідчить про те, що неprestижні ж робочі місця займають емігранти. Все це може спричинити в перспективі соціальне напруження та нестабільність в економіці.

При цьому, у 2009-2011 рр. виявлено наступні особливості формування ринку праці: значний спад за період реформ економічної активності населення внаслідок еміграційних процесів і скорочення природного приросту населення, реструктуризація діяльності підприємств, скорочення державного сектора, зростання сфери послуг, недостатня інвестиційна активність і збереження при цьому значної частки фізично і морально застарілих основних засобів виробництва. В результаті відбувалося скорочення зайнятості при зростанні безробіття, особливо в сільській місцевості, зростання тривалого безробіття, переважання чисельності зайнятих в особистому підсобному господарстві, значна частка ручної праці, наявність прихованих форм зайнятості і безробіття.

Ринок праці виступає інструментом регулювання освітньої галузі, адже саме там генерується інформація, необхідна для прийняття рішень щодо спрямованості її розвитку. Ринок праці є багатогранною структурою, особливості функціонування якої ускладнюються у зв'язку з процесом глобалізації ринків, зокрема ринку праці, і специфікою антикризової модернізації українського соціально-економічного простору.

Взаємодія ринку праці і професійної підготовки кадрів виступає одним з ключових чинників антикризової модернізації. Разом з тим вища освіта в сучасній Україні зростає дуже швидкими темпами. Чинниками ефективної взаємодії ринку праці і системи професійної підготовки кадрів повинні бути: дієва система прогнозування потреб ринку у випускниках системи професійної освіти; соціальне партнерство між учасниками ринку освітніх послуг, бізнес-структурами і установами освіти.

Загальновизначено, що висококваліфіковані кадри надають динаміки виробничим системам. Вони є винахідниками нових ідей, сприяють найшвидшому впровадженню в практику наукових відкриттів, тобто темпи науково-технічного прогресу багато в чому залежать саме від них.

На сучасному етапі безперервна освіта розглядається як головний чинник конкурентоспроможності, який сприяє розвитку професійної компетентності та креативності. Для оптимізації взаємодії ринку праці і системи професійної підготовки кадрів необхідна активізація кожного її суб'єкта: безробітних громадян, державних органів зайнятості, підприємців і вузів.

Освітня галузь має динамічно реагувати на зміни на ринку праці, адаптуючись до нових потреб суспільства, де все більше зростає роль особистого фактора, і водночас активно впливати на його стан, забезпечуючи економіку кваліфікованими кадрами, здатними ефективно використовувати свої знання відповідно до існуючого рівня технологій, визначаючи тим самим і самі потреби.

Освіта, з одного боку, впливає на ринок праці, з іншого – значною мірою залежить від нього. Сучасні зміни в економіці України і, відповідно, на ринку праці потребують змін в освіті. Ринок робочої сили демонструє дедалі більший попит не лише на нові професії, а й на робітників широкого профілю (з більш універсальними здібностями), здатних працювати на різних робочих місцях і в різних галузях.

Для того, щоб економіка України була конкурентоспроможною, все працююче населення слід постійно вчити та перенавчати, адже виробничі технології змінюються й оновлюються дуже швидко, і тому лише принцип безперервної освіти – освіти протягом усього життя – дасть змогу успішно вирішувати цю проблему.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ПУТЬ К УСПЕХУ

*Лагода Т.А., старший преподаватель,
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства им. П. Василенка*

Для обеспечения экономического роста, в условиях рынка, важную роль играет малый бизнес, развитие которого увеличивает количество рабочих мест, сдерживает социальную напряженность в обществе и является фактором научно-технического прогресса и экономического роста.

Одной из основных движущих сил нашего общества становится

широкий слой предпринимательства. Малый бизнес функционирует в условиях жесткой конкуренции, под влиянием которой, и ряда неблагоприятных внешних воздействий, разоряются многие предприятия. Малые предприятия – быстрая реакция на изменяющуюся ситуацию на рынке и внутри фирмы, энтузиазм, способность идти на риск, сплоченность в достижении цели – позволяют им быстро перестраивать свою деятельность, обеспечивая экономической системе гибкость, маневренность, приспособляемость к быстро изменяющейся конъюнктуре рынка.

Развитие малого и среднего бизнеса является важным условием трансформации экономики Украины.

По данным государственной службы статистики, малые предприятия лидируют по количеству во многих отраслях, например, в сельском хозяйстве их удельный вес составляет 79 %, в строительстве – 95,0 %, в оптовой торговле – 95,0 %, в здравоохранении – 93,5 % и т.д. Наблюдаемый рост числа малых предприятий в 2007-2009 гг. в настоящее время сменился спадом, что свидетельствует об имеющихся проблемах и причинах низкого развития малого и среднего бизнеса в Украине:

- нестабильность кредитно-денежной системы, инфляция, растущие кредитные ставки;
- несовершенство правовой базы;
- отсутствие государственной поддержки предпринимательства;
- политическая нестабильность;
- усложненная система получения разрешительных документов на открытие своего дела;
- коррупция;
- налоговая, валютная и таможенная политика;
- непоследовательность экономических преобразований;
- поспешная и широкая приватизация;
- нормы государственного регулирования (ценообразование, заработная плата, экономические нормы, банковские ставки и др.);
- конкуренты, которые приводят к необходимости учета законов рынка и конкуренции;
- построение нормальных отношений между работодателями и наемными работниками;
- выбор формы организации своего бизнеса и управления;
- сложность выхода на международные рынки;

— поспешное вступление Украины в ВТО вынудило многих производителей уйти с рынка, уступая его иностранцам.

Замедление развития предпринимательства наносит ущерб обществу в целом, так как сокращаются налоговые поступления в бюджет, рабочие места, уменьшаются предложения товаров и услуг для населения. Кроме того, негативное влияние на развитие малого и среднего бизнеса оказал мировой экономический кризис, который, в некотором роде, явился толчком для подтверждения конкурентоспособности предприятий.

Принятый в 2011 году новый налоговый кодекс подтолкнул к закрытию еще большего количества субъектов малого и среднего бизнеса. Неблагоприятную экономическую ситуацию можно преодолеть, в том числе, и созданием условий для развития предпринимательской деятельности.

Путь к успеху, в развитии предпринимательской деятельности, лежит в определенных действиях, как на уровне правительства, так и самого предпринимателя.

Прежде всего, необходимо усовершенствовать законодательную базу, затрагивающую многие аспекты предпринимательской деятельности:

— система налогообложения, которая исключила одинаковую оплату налога мелкого торговца на рынке и владельца роскошного магазина;

— снижение административно-регуляторных барьеров, связанных с огромным количеством согласований и получением разрешений при открытии собственного дела, бесконечными проверками и отчетами;

— формирование механизма успешного партнерства между органами власти и бизнесом;

— создание условий для активизации инвестиционного климата;

— развитие системы целевых кредитов со скидками на приобретение основных фондов.

Предпринимателю необходимо обладать глубокими знаниями, иметь предприимчивую натуру, быть честным в партнерских отношениях, уметь аналитически мыслить, уметь предвидеть изменение ситуации, управлять рисками, быть ответственным перед государством, обществом, партнерами.

Успешное ведение бизнеса требует соблюдение культурных,

этических, правовых норм и горячего желания достичь поставленной цели. «Успех придет к тем, кто мыслит категориями успеха. Поражение сопутствует тем, кто позволяет себе мыслить категориями поражения». Этот тезис Н. Хилла из книги «Думай и богатей» отражает общий настрой для успешной деятельности предпринимателя.

Успех любого бизнеса зависит от удачного выбора сферы предпринимательства, правильного определения рыночной стратегии и эффективной тактики ее реализации. Считается, что лучше всего начинать предпринимательство в усложненных условиях. За рубежом высокорентабельные предприятия нередко создавались в самых непопулярных и поначалу вызывающих сомнение отраслях. Но в этом случае конкуренция становилась минимальной, а усилия, затраченные на создание фирмы, окупались впоследствии со значительной прибылью.

Другой путь к успеху начинается с оригинальной хорошо проработанной и претворенной в жизнь идеи. На этапе создания собственного бизнеса, перспективного планирования, заключения контрактов, получения инвестиций или кредитов очень важным является правильная и доскональная разработка бизнес-плана, который дает возможность предпринимателю четко определить свои цели и задачи, возможность их решения, который позволит оценить жизнеспособность нового предприятия с помощью ряда финансовых показателей и определить программу действий на начальном и последующих этапах жизнедеятельности предприятия.

Планирование является основным элементом успеха любой хозяйственной деятельности. Причина банкротств и неудач предпринимателей – неумение правильно спланировать свою деятельность.

Детальная разработка бизнес-плана позволит выделить основные, ключевые факторы успеха: качество выпускаемой продукции и ее номенклатура, научно-технический потенциал, финансовое положение и возможность роста, профессионализм кадров, имидж и др.

Правильно разработанный бизнес-план, дает возможность предпринимателю избежать большого количества ошибок в дальнейшей деятельности предпринимателя.

Для достижения успеха в бизнесе предприниматель должен

обладать деловыми качествами, быть сильной личностью, постоянно учиться, овладевать новыми знаниями в сфере экономики, политики, бизнеса.

Необходимо учитывать, что внедрение инноваций нанотехнологий приносит предпринимателю наибольший экономический успех, поэтому основным направлением в развитии, например производственного бизнеса является модернизация.

Наиболее эффективные хозяйственные системы построены с использованием научных разработок, новейших технологий и др.

Концепция научно-технологического и инновационного развития Украины направлена на эффективное использование научного потенциала страны. И одним из главных направлений поддержки в сфере научного развития и, в частности, в предпринимательстве является подготовка квалифицированных кадров, которые реализуют высокорентабельные инновационно-инвестиционные проекты могут обеспечить скорейшую отдачу. На современном этапе развития инновационной сферы формируется инновационное предпринимательство – одно из новых направлений малого бизнеса.

Поэтому подготовка, переподготовка кадров, повышение их квалификации будут способствовать социально-экономическому возрождению страны.

ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лайко О.О., аспірант,
Національний університет біоресурсів
та природокористування України*

Міжнародна конкуренція, поширення іноземних товарів на українському ринку, зниження конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва, зумовлюють розгляд стратегічного планування, як першочергової управлінської проблеми, вирішення якої забезпечить виживання сільськогосподарських підприємств в

* Науковий керівник – Єрмаков О.Ю., д.е.н., професор

економічному середовищі. Розроблення стратегій діяльності - один із способів забезпечити виживання і ефективне функціонування підприємствам аграрного сектору в агресивному конкурентному середовищі.

Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств та досягнення ефективного його функціонування необхідно застосовувати підходи стратегічного планування. Різноманітність трактування стратегічного планування, призводить до відсутності єдиного та однозначного тлумачення даного поняття. Дослідивши змістовність поняття робимо висновок, що стратегічне планування – це набір дій і рішень керівництва підприємства, які спрямовані на розробку специфічних стратегічних планів, які спрямовані на досягнення поставлених цілей та місії підприємства. Стратегічне планування базується на основі взаємозв'язку зовнішніх та внутрішніх економічних процесів. Перш за все стратегія підприємства ідентифікує головні напрямки розвитку та встановлює основні цілі, які направлені на загальну стратегію розвитку в цілому, шляхом координації усіх підрозділів.

Метою кожного суб'єкта аграрного сектору, що функціонує у ринкових умовах – це забезпечення виживання та розвитку підприємства. Для досягнення даної мети, сільськогосподарське підприємство потребує створення конкурентних переваг та їх реалізації, що можливе лише при розробці ефективних стратегій розвитку. Отже, одним з ключових етапів стратегічного планування є розробка та реалізація стратегій. Варто, зауважити, що підприємству необхідно ув'язати загальну стратегію в цілому та розробити єдиний план розвитку, якому будуть слідувати усі логічні підрозділи господарської одиниці. Кожне аграрне підприємство здійснює власний стратегічний вибір, враховуючи свої можливості, загрози, слабкі та сильні сторони. Таким чином не можливо розробити загальну стратегію для всіх господарств на ринку.

Місією сільськогосподарських підприємств є забезпечення продовольчої потреби країни якісною сільськогосподарською продукцією по конкурентноздатній ціні та отримати прибуток, який забезпечить підприємству розширене відтворення. Слабкий та нестабільний фінансовий стан більшості аграрних підприємств робить досягнення даної мети можливим у довгостроковій перспективі або взагалі неможливим.

Досліджуючи еволюцію поняття «стратегія», робимо висновки, що в науковій літературі відсутнє його узагальнене визначення. Пропонуємо трактувати поняття «стратегія», як набір заходів по

визначенню місці, завдань та способів їх досягнення, урахуваючи можливості господарського суб'єкту.

У науковій літературі виокремлюють три основних види стратегій розвитку підприємства: стратегія зростання (розвитку), стратегія стабілізації (сталості), стратегія виживання (скорочення). Кожний з видів стратегій повинен бути повністю обґрунтований специфікою виробництва.

Стратегію зростання обирають сільськогосподарські підприємства, які функціонують у динамічних галузях з швидкозмінною технологією. Господарський суб'єкт намагається застосувати свої сильні сторони та можливості зовнішнього середовища. За мету ставиться збільшення обсягів продажу та підвищення ефективності виробництва, а також значну увагу акцентують на шляхи виходу та захоплення нових ринків.

Стратегії зростання передбачають розширення підприємства через концентрацію, інтеграцію чи диверсифікацію.

Стратегія розвитку повинна стати пріоритетною для суб'єктів господарювання, адже саме вона здатна забезпечити його конкурентоспроможність. Підприємство може зростати в результаті збільшення масштабів своєї поточної діяльності; запровадження нових напрямків роботи або розширення технологічних можливостей; розширення групи споживачів.

Стратегії розвитку для сільськогосподарських підприємств здійснюються через такі способи як збільшення їх розмірів, застосування сучасних підходів керування, поглинання конкуруючих підприємств, злитті та створення спільних підприємств. Для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств стратегія зростання має стати пріоритетною при плануванні діяльності.

Слід зазначити, що лише збільшення розміру підприємства не приведе до розвитку сільськогосподарського підприємства. При цьому необхідно розробити стратегічний набір, який буде узгоджений з специфікою діяльності та розвитку підприємства.

Стратегія стабілізації характерна сільськогосподарським підприємствам, які зосереджені на вже існуючих видах діяльності та спрямовують усі сили на їх підтримку. Вище зазначена стратегія характерна для підприємств, які функціонують у сформованих галузях із застосуванням стабільної технології. Обираючи стратегію стабільності господарські суб'єкти можуть не змінювати напрям своєї діяльності та залишатися на стабільному рівні прибутковості або можуть обрати напрям діяльності, метою якого буде отримання

більшого прибутку. Але в останньому випадку не виключено, що аграрному підприємству слід буде відмовитися від не прибуткових галузей, що вплине на соціальну та економічну перспективу такого підприємства.

Стратегію виживання, а також в економічній літературі її називають стратегією скорочення, аграрні підприємства обирають в умовах тяжкої кризи, інфляції та загальної нестабільності. Використовуючи стратегію виживання, господарство має на меті пристосуватися та знайти шляхи функціонування в існуючій ситуації. Існують такі стратегії нижчого порядку реалізації стратегії виживання, як стратегія розвороту, відокремлення та ліквідації.

В процесі розробки стратегій стає очевидним, що насамперед, сільськогосподарському підприємству необхідно визначити стратегічні пріоритети розвитку, обґрунтувати організаційний механізм реалізації стратегій в існуючому середовищі, який забезпечить конкурентоспроможність підприємства та його продукції, як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку. При цьому стратегія розвитку підприємства повинна бути взаємопов'язаною з стратегіями кожної ланки господарюючого суб'єкта, тобто повинна бути розроблена загальна стратегія на досягнення спільної мети. Узагальнюючи, можна зробити висновок, що розробляючи загальну стратегію планування діяльності, кожне сільськогосподарське підприємство обирає для себе індивідуальну схему планування, яка відповідає поставленим цілям, потребам та фінансовому стану господарського суб'єкта. Сільськогосподарські підприємства з стійким фінансовим станом обирають стратегії розвитку або стабільності, для збиткових господарств з фінансово нестійким станом слід застосовувати антикризову стратегію або взагалі ліквідувати свою діяльність.

ВПЛИВ НА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗМІНИ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ

*Литвин Ю.О., к.е.н., докторант,
Дніпропетровський державний аграрний університет*

Пошук можливостей поєднання потенціалу ринку та регулюючих системних заходів залишатиметься і надалі одним із найважливіших завдань аграрної політики. Це визначає доцільність поглиблення державної підтримки аграрного сектора економіки.

Проте одночасно з наданням фінансової допомоги держава повинна виступати гарантом захисту прав власності та законодавчо встановлених «правил гри» [2, с.6-7]. Державне регулювання має полягати не в централізованому управлінні та безпосередньому втручанні в економічні процеси, а у створенні інституціональних та організаційних умов, які сприяють відродженню у селянина почуття господаря, реалізації виробничої ініціативи та підприємництва, соціальному захисту сільського населення, раціональному використанню ресурсів галузі, що забезпечуватиме зростання ефективності аграрного сектора економіки.

Формування ефективного механізму державного управління передбачає у собі здійснення державою більш послідовної аграрної політики, спрямованої на державну інституціоналізацію зовнішнього середовища, що забезпечує стимулювання реформ та ефективності аграрного сектора; зростання зацікавленості сільських товаровиробників у ефективному використанні можливостей, закладених у приватній власності на землю і майно (земельні та майнові паї), а також прогресивних формах господарювання; оздоровлення соціальної ситуації в аграрному секторі [1, с.17]. Організація державою процесу інституціональних змін буде мати позитивні наслідки, якщо вона узгоджена з власними законами і тенденціями розвитку інституціональних систем, з механізмами їх саморегуляції, рівнем їх історичної зрілості, соціокультурними особливостями. Ефективно керувати процесами таких змін здатна тільки держава, яка бере участь у цих процесах на основі діалогу, побудованого на принципах взаємодій. Базовим механізмом ефективних інституціональних змін може бути тільки партнерство, а точніше, внутрішня конвергенція, взаємне пристосування держави, господарюючих суб'єктів і ряду інститутів, що відіграють роль базису в ринковій макроекономіці [3, с.17]. Необхідна системна орієнтація, оскільки інститути в аграрному секторі розвиваються на перетині екологічних та суспільних систем, включених до більш масштабних систем [5].

Державна підтримка повинна бути направлена на створення умов конкурентоспроможності галузі, що передбачає стимулювання галузевих наукових досліджень, підвищення кваліфікації кадрів, розширення сфери послуг, контроль і стимулювання якості, розвиток виробничої і соціальної інфраструктури, а також формування ефективного інституціонального середовища як базового фактору позитивних змін. Інституціональний аналіз соціоекономічних

процесів в аграрному соціумі передбачає опис функціонуючих інститутів та їх взаємодію між собою як системи, оцінювання цієї системи як нематеріальних активів та з точки зору потенціалу ефекту синергії. Так, дотримання законодавчих норм, виконання контрактних угод, законослухняність, дотримання норм морального кодексу тощо повинні бути складовими будь-якого ефективного інституту. Тому пропагування цих норм, суспільний і державний контроль за їх дотриманням здатний забезпечити синергичний ефект зниження трансакційних витрат [2, с.7-8].

Розробка і реалізація державної аграрної політики пов'язується також з необхідністю врахування впливу ментальної складової на інституціональні перетворення в агропродовольчій сфері. Цей вплив проявляється в наявності і дії неформальних інститутів, які доповнюють і посилюють або послаблюють офіційні норми і правила. Неформальні інститути і їх зміни, що є об'єктом впливу державної аграрної політики, відбуваються дуже повільно, що пов'язано з труднощами перебудови людської свідомості та психології.

Вплив на інституціональні зміни в агропродовольчій сфері ментальної складової має розглядатися через призму їх сприйняття українськими селянами. Проведені дослідження свідчать про неоднозначне ставлення сільських трудівників до інституціональних перетворень в аграрному виробництві [4, с.14]. Оцінка домінантних рис української економічної ментальності констатує, що серед найменш сприятливих для ефективного соціально-економічного розвитку серед них, зокрема, є індивідуалізм, що є джерелом фамілістичності суспільства і, відповідно, низького рівня соціальної довіри, а тому потребує зміни суспільних пріоритетів і формування соціально-інтегруючих чинників. Це свідчить і про брак духовного капіталу в українському суспільстві, що потребує створення відповідних умов для його формування та відновлення.

Література.

1. Кретинина Л.В. Державне стимулювання ринкових перетворень в аграрному секторі: Автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Донецький держ. ун-т управління. – Донецьк, 2005. – 20 с.
2. Мороз О.О. Інституціональні основи розвитку аграрної економіки: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.07.02 / УААН. Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки». – К., 2006. – 34 с.
3. Решетило В.П. Економічна синергетика реалізації ринкового потенціалу інституціональних систем: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.01.01 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. – Х., 2006. – 34 с.

4. Руженський М.М. Формування економічних інститутів ринкового типу в аграрній економіці: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.01.01 / Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2004. – 18 с.

5. Gatzweiler F.W., Hagedorn K. The Evolution of Institutions in Transition // International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology. – 2002. – 2 (1). – P.37-58.

ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕЯКИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ, ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ЗА ДОПОМОГОЮ ВІРТУАЛЬНОЇ МАШИНИ VM VIRTUALBOX 4.0

Ляшенко Ю.О., Чала О.І., студенти,
Харківський національний технічний університет
сізького господарства ім. П. Василенка*

Як навчитися організовувати свій час і планувати справи таким чином, щоб встигати за сучасним напруженим ритмом життя? Загально відомо, що дефіцит часу - основна ознака сучасного світу. Принципи та підходи тайм-менеджменту для вирішення цієї проблеми можна й потрібно реалізовувати в роботі, навчанні, в особистому житті.

Відомо, що керування часом, організація часу (англ. time management) - це технологія організації часу й підвищення ефективності його використання. Керування часом - це дія або процес тренування свідомого контролю над кількістю часу, витраченого на конкретні види діяльності, при якому спеціально збільшуються ефективність і продуктивність [1].

Публікацій, що присвячені розвитку ідей і практики використання підходів тайм-менеджменту зараз відомо багато [2-5].

Найбільш цікавим та корисним для нас виявилася публікація [2] де тайм-менеджмент визначається як процес, спрямований на усвідомлене й відповідальне використання свого часу (ділового, особистого та ін.), що дозволяє ставити осмислені цілі й досягати їх за мінімальні проміжки часу. Це видання також корисне тому, що в ньому окрім важливих питань, пов'язаних з загальною ідеологією тайм-

* Науковий керівник – Чалий І.В., к.т.н., доцент

менеджменту, розгляду його популярних методик й технологій, прикладів впровадження в життя, детально розглянуті питання автоматизації процесів тайм-менеджменту на комп'ютері, наведено детальний аналіз спеціально призначених для цього найпоширеніших програмних продуктів.

До видання додається компакт-диск з відео уроками для самостійного вивчення програм Microsoft Outlook, Time Assist Pro, Органайзер, Планировщик. Крім того присутні і самі програми – всього шість різних за призначенням і можливостями додатків. В процесі вивчення тематики ми шляхом пошуку в Internet „вийшли ” ще приблизно на десяток інших програм.

Під час аудиторного навчання ми познайомилися лише з Microsoft Outlook та й те доволі стисло. Виникло цілком зрозуміле бажання спробувати попрацювати і з деякими іншими програмними продуктами. Але справа ускладнювалася тим, що ці програми являли собою доволі строкату картину стосовно їх вимог до операційних систем, з якими вони можуть працювати, безпечності використання під час ознайомлення з ними, ліцензійного статусу і деяких інших речей. Так, наприклад, серед них були ліцензійні (комерційні) програми, демонстраційні, умовно-безкоштовні (shareware), і, що дуже приємно, чимало безкоштовних (freeware) програм. Виникло питання організації зручної та безпечної роботи з цим матеріалом.

У вирішенні цих проблем останнім часом велика увага приділяється використанню технологій віртуалізації, - використання як засіб навчання різноманітним інформаційним технологіям спеціального програмного забезпечення - додатків віртуальних машин.

Віртуальна машина створює оточення для гостьової операційної системи й програм, що запускаються в ній, як на звичайному комп'ютері. Воно містить віртуальні контролери пристроїв, мережний адаптер, відеоадаптер, жорсткий диск і таке інше.

Серед переваг застосування віртуальних машин наведемо лише ті з них, які ми використовували в своїй роботі [6, 7]:

- можливість розмістити на одному фізичному комп'ютері багато віртуальних машин з різними операційними системами;

- підтримка застарілих операційними систем і відповідно старих додатків, які не підтримуються основною операційною системою комп'ютера;

- широкі можливості навчання роботі з новими операційними системами і програмами в штучному безпечному середовищі;

- створення захищених середовищ для виходу в Інтернет. Якщо

шкідлива програма заподіє шкоду у середині віртуальної машини, то можна легко її видалити й створити нову, при цьому всі дані основної операційної системи надійно захищені.

Після короткого аналізу додатків віртуальних машин для роботи нами була вибрана платформа Oracle VM VirtualBox 4.0. Були враховані такі позитивні риси цього продукту, як простота та зручність інтерфейсу (програма русифікована), підтримка багатьох версій сучасних ОС (як в якості основної, так і гостевої), наявність повного та зручного пакету з необхідними гостьовими доповненнями, зручність використання самостійно на домашньому ПК, безкоштовність та деякі інші міркування.

Тестування програм відбувалося на домашньому ПК (Intel® Core™2 Duo Processor, CPU 6400 ,2.13 ГГц, 2,00 ГБ ОЗУ з підтримкою технології апаратної віртуалізації Intel Virtualization Technology) з основною операційною системою ОС Windows Vista. В якості гостьових операційних систем використовувалися Windows XP та Windows 7.

Проведені дослідження показали що є багато цікавих, різнопланових і корисних програм для автоматизації процесів тайм-менеджменту на комп'ютері.

Так для щоденного використання для студентів можна рекомендувати безкоштовну програму «Органайзер» v 1.2. Вона має простий російськомовний інтерфейс, різноманіття функцій, надійність у роботі.

Більш потужна програма «Финэкспертиза Time», призначена для обліку робочого часу користувача, також безкоштовна і з російськомовним інтерфейсом. Особливість її в тому, що їй потрібно вказати проект і завдання, по яких повинен враховуватися час. Особливо слід зазначити функцію програми, передбачену спеціально для керівників. Мова йде про модуль «Финэкспертиза Time Supervisor», що використається разом з основним і теж поширюється безкоштовно. За його допомогою керівник у режимі реального часу може відслідковувати, якою саме роботою й у який час зайнятий кожний з його підлеглих. Модуль дозволяє в будь-який момент одержати й переглянути протокол запису робочого часу по кожному співробітнику за поточну добу. Також керівник може становити звіти про використання робочого часу в цілому по компанії або по окремих проектах, завданням і співробітникам [2].

Але найбільш функціональним, зручним та універсальним нам представляється програмний продукт LeaderTask. Нажаль програма

комерційна (версія «Стандарт» коштує біля 250 грн., найбільш потужна версія «Експерт» - біля 900 грн.) Навіть базова версія має такі необхідні функції як: завдання, проекти, контакти, замітки, нагадування, поштовий клієнт, звіти про роботу, хронометраж, експорт/імпорт у різні формати, підтримка розширень, печатка захист і шифрація даних, синхронізація з мобільними пристроями (Android, iPad, iPhone).

За допомогою мобільних версій органайзерів Ви завжди будете мати під рукою потрібну вам інформацію, у потрібному місці.

Література.

1. Википедия — свободная энциклопедия. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Управление_временем.

2. Новак Б.В. Тайм-менеджмент на комп'ютері. Как управлять своим временем эффективно (+CD). — Изд-во: Питер, СПб.: 2007. — 128 с. ил. — (Серия «...на компьютере»).

3. Горбачев А. Тайм-менеджмент в два счета. — Изд-во: Питер, СПб.: 2010 г.

4. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. Сладекевич В.П., Чернявский А.Д. 3-е изд., стереотип. - К.: МАУП, 2003. — 152 с

5. Давид Аллен. Как привести дела в порядок. Искусство продуктивности без стресса. Изд-во: Вильямс. М.: 2007. — 358 с

6. Богачевський В. І., Мельник В. М. Використання віртуалпаці в навчальному процесі вищої школи. Міжвузівський збірник "Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво, - "Випуск №5. Луцьк, 2011. С. 17-22.

7. Михирев Дмитрій. Второе лицо // журнал «СорпмтерBild» 06/2011, С. 52-57.

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ УТВОРЕННЯ МЕТАКОРПОРАЦІЙ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

*Македон В.В., к.е.н., доцент,
Дніпропетровський університет ім. А. Нобеля*

Найважливішим чинником, який визначає розвиток світової економіки у теперішній час, виступає глобалізація світового господарства. Її основу складає зростання взаємозалежності національних економік і усе більш тісна їх інтеграція.

Одним з явищ, тісно пов'язаних з глобалізацією, є транснаціоналізація – становлення великих міжнародних корпорацій і банків, що здійснюють свою діяльність по всьому світу. З початком процесу глобалізації пов'язана якісно нова епоха в розвитку міжнародного підприємництва, коли на перше місце виходять транснаціональні компанії і транснаціональні банки (ТНК і ТНБ).

При аналізі транснаціональної економіки не можна не враховувати два її аспекти: по-перше, йде активна конкурентна боротьба між провідними компаніями, по-друге, формується ціла система взаємозв'язків між ними. Формуються численні стратегічні альянси між ТНК різних країн і багатонаціональні компанії (МНК), міжнародні не лише за розмахом діяльності, але і за структурою капіталу. У зв'язку з цим виникає необхідність детального аналізу взаємозв'язків між провідними корпораціями світу і принципів їх взаємодії. Тому вважаємо за доцільне використовувати поняття «метакорпорації», а також розглянути її характерні особливості.

Розвиток підприємств, їх взаємодія і конкуренція в ринковій економіці об'єктивно ведуть до необхідності об'єднання окремих підприємств. В той же час нерідко компанії не йдуть на повне злиття, а створюють той або інший механізм взаємодії, що дозволяє їм зберегти статус юридичної особи і при цьому взаємодіяти з іншими підприємствами. У зв'язку з цим виникає принципово новий вид компаній - точніше кажучи, йдеться вже не про окремі підприємства, а про об'єднання юридичних осіб. Досі не існує загальноприйнятого терміну для позначення подібних об'єднань – в літературі використовуються поняття: «інтегрована корпоративна структура», «пов'язана-диверсифікована система», «інтергломерат», «інтегрована бізнес-група», а також «метакорпорація» [2,4].

Класифікація метакорпорацій є особливою проблемою. Виділяється цілий ряд критеріїв класифікації. Для цілей організаційного управління найбільш важливим є поділ метакорпорацій на холдингові (тобто засновані на акціонерному способі контролю і відносинах власності) і нехолдингових (відносини усередині яких регулюються спеціальними угодами).

Тісна інтеграція окремих метакорпорацій між собою породжує їх все більш і більш великі об'єднання, між якими також виникають взаємозв'язки. Нерідко одна компанія входить одночасно в декілька метакорпорацій. Сьогодні, таким чином, йдеться про формування

деякої загальної структури – світової системи метакорпорацій (ССМ).

По-перше, можна виділити декілька рівнів системи метакорпорацій: багатонаціональні і транснаціональні корпорації, і банки і міжнародні стратегічні альянси; національні метакорпорації і їх альянси; окремі компанії та філії. З правової точки зору, ССМ є сукупністю безлічі юридичних осіб, пов'язаних між собою описаними вище механізмами.

Своєрідними об'єднуючими ланками між національними системами метакорпорацій стають транснаціональні і багатонаціональні корпорації, а також міжнародні стратегічні альянси. Елементи однієї ТНК – дочірні і асоційовані фірми, спільні підприємства – можуть входити в різні національні системи метакорпорацій.

При аналізі ССМ також виникає необхідність розгляду структури системи. Вона може бути охарактеризована як інгресивна – «хвилева». На відміну від окремих метакорпорацій, пов'язаних більш менш централізованим єдиним управлінням, в ССМ існує безліч центрів впливу.

У будь-якій метакорпорації і в усій ССМ можна виділити певні «мозкові центри» – оскільки їх кількість дуже велика, ССМ є поліцентричною. Зв'язок між елементами системи метакорпорацій можна розділити на ієрархічні (наприклад, так звана (N+1) структура), мережеві і циклічні. Проте уся система метакорпорацій в цілому є мережевою, оскільки неможливо виділити єдиний центр ССМ або навіть яку певну кількість [1].

Ще одним аспектом ССМ є той, що в метакорпораціях формується внутрішній (інтерний) ринок. Сьогодні ним контролюється значна частина світової торгівлі товарами і послугами. Окрім цього, виникають внутрішній ринок людських ресурсів, внутрішній ринок проектів і технологій. Ціноутворення на цих ринках відрізняється від вільного – в основному за рахунок використання трансфертних цін.

З точки зору організації ССМ можна спів ставити із структурою «мережі з компаній» [3]. При цьому для з'єднання компаній використовуються новітні телекомунікаційні засоби. Безумовно, мережа володіє безліччю різних переваг, пов'язаних, передусім, з гнучкістю і мобільністю, але має і ряд недоліків, одним з яких, є неможливість використання «образу ворога» при мотивації і

формуванні конкурентної стратегії – адже «ворог» може виявитися майбутнім партнером по «мережі». З аналогічною ситуацією стикається і ССМ – і це тільки одна з численних проблем, пов'язаних з етикою відносин в ССМ.

Самостійну проблему утворює правове регулювання ССМ. Виникає необхідність в створенні специфічних правових форм, які дозволили б ССМ функціонувати у світовому господарстві. Деякі прообрази цих форм – «європейські компанії» в ЄС, транснаціональні і міждержавні фінансово-промислові групи в США, але їх розвиток залишається справою часу. Законодавство має бути пристосоване для регулювання діяльності глобальних компаній з урахуванням розмаху їх діяльності. Інакше державний контроль за цими корпораціями стане практично неможливим.

На основі приведеного вище аналізу можливо виділити певні характерні риси ССМ:

1. ССМ охоплює компанії практично усіх держав і складається з ряду рівнів.
2. ССМ по архітектурі є інгресивною і мережевою.
3. ССМ з правової точки зору виступає сукупністю юридичних осіб, пов'язаних між собою системами перехресної участі, договорів і особистих уній.
4. ССМ включає ряд центрів, а також компанії, що знаходяться на периферії.
5. У ССМ формується специфічне ринкове середовище (інтерні ринки) і особлива корпоративна етика.

Література.

1. Македон В.В. Принципи та організаційні складові інтеграційної політики компаній у міжнародних моделях корпоративного управління: монографія / В.В. Македон. – Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2011. – 396 с.
2. Рогач О.І. Транснаціоналізація світового господарства та перехідні економіки / О.І. Рогач, О.І. Шнирков. – Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: Вид. центр “Київський ун-т”, 2006. – 302 с.
3. Сазонець І.А. Сутність та основні концепції діяльності ТНК в умовах глобалізації: монографія / І.А. Сазонець, Ю.М. Варич. – Донецьк: Юго-Восток, 2009. – 275 с.
4. Субботин А.К. Границы рынка глобальных компаний / А.К. Субботин – М.: Урис, 2003.– 367 с.

СПРИЯННЯ ВИРОБЛЕННЮ ТУРИСТСЬКОЇ СВІДОМОСТІ НА ДЕРЖАВНОМУ РІВНІ

Марінов М.М., здобувач,
Академія муніципального управління*

Процес державного регулювання сфери туризму потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективної реалізації державної політики. Враховуючи зазначене, державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких нами віднесено: регламентуючий, організаційний, контролюючий, коригуючий, соціальний, стимулюючий.

Дослідження механізмів державного регулювання сфери туризму свідчать, що основою державного регулювання є організаційний механізм. Тому він потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться: розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму; створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів; удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарчої діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг; створення туристсько-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

Для того, щоб туристична індустрія України як в цілому в державі, так і в окремих регіонах зайняла чільне місце в економічному зростанні, необхідно вирішити на державному рівні ряд таких першочергових завдань:

- створити службу обліку й охорони туристичних ресурсів;
- створити службу визначення попиту та реклами;
- розробити програми розвитку індустрії туризму кожної області та планів капітального будівництва й інвестування;
- вирішити питання підготовки туристичних кадрів (курси,

* Науковий керівник – *Корецький М.Х., д.держ.упр., професор*

технікуми, коледжі, інститути, університети) та управління підприємствами готельного господарства, харчування, виробництва;

— скоординувати роботу туристичних організацій з транспортними агентствами, культурними установами;

— підприємства індустрії туризму повинні відраховувати частину прибутку в місцеві бюджети на формування інфраструктури та благоустрою району;

— провести оцінку економічної ефективності туризму та рекреаційну оцінку територій;

— визначити найсприятливіші для розвитку туризму і лікування території;

— розробити класифікацію місць відпочинку за ступенем значущості, природними умовами, функціональними ознаками;

— розробити методи обґрунтування норм одночасного навантаження на різні природні комплекси.

Українське законодавство в сфері туризму має потребу в істотному доповненні і максимальному приведенні у відповідність з міжнародними нормами. Можна визначити основні напрямки для формування ефективного українського законодавства в сфері туризму. Туризм повинен плануватися на комплексній основі, до уваги повинні братися всі аспекти законодавства, що формально стосуються інших галузей (транспорт, зв'язок, медичне обслуговування). Загальним вектором законодавчих змін повинне бути спрощення системи регуляції як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

Країна, що тільки починає діяльність у галузі туризму, повинна координувати її на міжнародному рівні, щоб використовувати міжнародний досвід і уникнути помилок, допущених іншими країнами. Повинні бути ліквідовані як перешкоди, що стосуються туристів у цілому, так і ті, що заважають розвитку туристської індустрії.

Держава повинна сприяти виробленню туристської свідомості (тобто - гостинності) щодо мандрівників і туристів, у працівників митних, прикордонних і імміграційних органів, персоналу туристських фірм і громадськості, з метою недопущення будь-яких проявів дискримінації.

Необхідною умовою для розвитку туризму є забезпечення безпеки туристів. Законодавство в галузі забезпечення безпеки і захисту туристів повинно бути чітко взаємопов'язане з іншими законодавчими заходами, спрямованими на викорінювання насильства і злочинності. Повинно бути передбачене також співробітництво відносно цього питання на міждержавному і регіональному рівнях.

Повинні бути здійснені всі заходи для забезпечення базового страхування туристів на випадок основних ризиків, з якими вони зіштовхуються (хвороба, крадіжки особистого майна, репатріація). Законодавством повинні передбачатися процедури, що сприяють: а) швидкій репатріації в країни, звідки вони прибули, туристів, що постраждали в результаті замахів на їхню особистість і/чи майно; б) поверненню украденої і пізніше знайденої власності в країну, звідки прибув турист.

ДО ВИБОРУ ВІРТУАЛЬНОЇ МАШИНИ ДЛЯ НАВЧАННЯ ІТ-ДИСЦИПЛІНАМ СТУДЕНТІВ НАПРЯМКУ ПІДГОТОВКИ «МЕНЕДЖМЕНТ»

***Мегель Ю.Є., д.т.н., професор, Данилко І.В., к.т.н., доцент,
Коваленко С.М., к.т.н., доцент, Чалий І.В., к.т.н., доцент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Орієнтація на забезпечення конкурентоспроможності випускників на ринку праці, формування у студента професійних та соціально-особистісних якостей, які б дозволили йому повністю реалізувати свій інтелектуальний потенціал, - це ті основні вимоги, яким повинні задовольняти сучасні вітчизняні та зарубіжні освітні системи і технології освіти [1].

Одним з численних способів забезпечення якісної професійної компетентності сучасного менеджера (перш за все комп'ютерної компетенції) є використання в практичному вивченні ІТ-дисциплін технологій віртуалізації.

Існує декілька варіантів визначення термінів, пов'язаних з технологіями віртуалізації, які принципово не відрізняються. Нагадаємо основні з них [2]:

Додаток віртуальної машини (ВМ) – спеціальне програмне забезпечення, що дозволяє на одному фізичному комп'ютері створювати декілька середовищ, що абстрактно моделюються і призначені для рішення певних завдань;

Віртуальна машина – конкретний екземпляр якогось віртуального обчислювального середовища, створений за допомогою спеціального програмного інструмента (додатка ВМ);

Віртуальний комп'ютер – комп'ютер, що існує в середовищі

віртуальної машини й має характеристики деякого типового фізичного комп'ютера.

Віртуальна машина створює оточення для гостьової операційної системи й програм, що запускаються в ній, як на звичайному комп'ютері. Воно містить віртуальні контролери пристроїв, мережний адаптер, відеоадаптер, жорсткий диск і таке інше. У той же час можна підключати до нього й реальні пристрої, наприклад USB-флешки, веб-камери, та деякі інші.

Питання доцільного вибору додатків віртуальних машин для навчання студентів є одним із актуальних та важливих, так як від нього багато в чому буде залежати успіх всієї подальшої роботи.

Аналіз цього питання та відповідні поради можливо знайти в багатьох публікаціях [3 - 7].

Треба також пам'ятати, що ринок додатків віртуальних машин зараз бурхливо розвивається, з'являються як нові версії вже добре знайомих продуктів, так і принципово нові розробки.

Для навчальних потреб зараз найбільше розповсюдження отримала так звана нативна віртуалізація (часткова емуляція). У цьому випадку віртуалізується лише необхідна кількість апаратного забезпечення, щоб віртуальна машина могла бути запущена ізольовано. Цей вид віртуалізації дозволяє істотно збільшити швидкість гостьових систем і широко використовується в наш час [5].

Аналіз деяких продуктів цього класу показав наступне [6].

Microsoft Virtual PC 2007 розрахована в першу чергу на роботу з операційними системами Microsoft. Встановити її можливо тільки в ОС Windows, і для гостьових систем пропонується вибір з різних версій Windows, OS/2 і DOS. Інші системи теж запускаються, однак їхня функціональність буде значно обмежена через відсутність гостьових доповнень для них. В сімействі ОС Windows працювати дуже зручно. Недоліки: відсутність русифікації інтерфейсу і його незручність

VMware Player 3.1. Компанія VMware - один з лідерів в області розробки віртуальних машин. Однак донедавна в неї не було повноцінного безкоштовного продукту, орієнтованого на домашнього користувача. Зараз, коли VMware Player 3.1 отримав можливість створення віртуальних машин, цей продукт відразу став одним з найпривабливіших засобів віртуалізації. Програма безкоштовна. Працює вона під керуванням Windows або Linux. Установка більшості популярних ОС, зокрема практично всіх версій Windows і багатьох дистрибутивів Linux, у ній здійснюється за допомогою так званої «легкої установки». При цьому користувач надає мінімальні настройки

в діалоговому вікні віртуальної машини, а все інше вона робить сама. Працювати в середовищі зручно. Основна складність, з якою може стикнутися користувач машини - це відсутність русифікації інтерфейсу. Також, трохи ускладнена установка гостьових доповнень VMware Tools у тих дистрибутивах Linux, для яких не передбачений варіант «легкої установки».

Parallels desktop 4 для Windows та Linux. Програма платна. Є зручна функція імпорту віртуальних машин. З нею можна використати образи дисків від інших віртуальних машин. Аналогічно VMware Player дана програма надає можливість «легкої установки» ОС, щоправда, тільки сімейства Windows. Що стосується інтерфейсу програми, то він дуже зручний. Всі органи керування доступні в межах одного вікна, а різні віртуальні машини перебувають у різних вкладках. Недоліки: відсутність русифікації інтерфейсу, програма також не буде працювати на комп'ютерах, що не підтримують апаратну віртуалізацію. На багатьох ноутбуках і неттопах працювати не вдасться.

Oracle VM VirtualBox 4.0. Ця віртуальна машина, зараз досить популярна - багато в чому завдяки тому, що всі її версії безкоштовні та на відміну від інших, ця програма русифікована.

На сайті VirtualBox доступні версії для ОС Windows, Linux, Mac OS X і Solaris. Користувачам Linux простіше встановити саме її, ніж VMware Player або Parallels Desktop, оскільки можна завантажити вже готові пакети з необхідними гостьовими доповненнями майже для будь-якого дистрибутива. Ще одна відмінність машини від конкурентів - підтримка Mac OS X у якості як гостьовий, так і основної системи. Таку корисну можливість, як імпорт чужих віртуальних машин, цей додаток не надає, однак обмінюватися «рідними» конфігураціями між різними копіями програми можливо. У порівнянні із іншими продуктами у VirtualBox відсутні засоби, що полегшують установку ОС: всі етапи прийдє пройти самостійно. Втім, це непогано з точки зору засвоєння цього важливого моменту студентами.

Проведений аналіз показав, що всі популярні додатки віртуальних машин можуть бути використані для навчальних потреб. Але враховуючі такі позитивні риси, як простота та зручність інтерфейсу (програма русифікована), підтримка багатьох версій сучасних ОС (як в якості основної, так і гостевої), наявність повного та зручного пакету з необхідними гостьовими доповненнями, зручність використання самостійно на домашньому ПК, безкоштовність та деякі інші міркування, - кафедра кібернетика прийняла рішення по використанню при навчанні студентів-менеджерів платформи Oracle VM VirtualBox 4.0.

Література.

1. Тенденции в реформировании высшего образования, развитии стандартизации и образовательных стандартов высшей школы в странах СНГ: Монографический сборник научных статей - М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2007 - 232 с.

2. Ляш О.И. Методика обучения будущих учителей информатики сетевым технологиям с использованием виртуальных машин. Автореф. дисс. канд. пед. наук. М., 2008. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dissercat.com>.

3. Терещенко Т.М., Сафронов К.М. Використання віртуальних машин в проектуванні спеціалізованих систем: Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля - електронне наукове фахове видання, № 2Е. Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/vsunud/2008-2E/08ttmpss.htm>.

4. Япанов С.М. Віртуальні машини в системі інформаційно-навчального середовища вищого закладу освіти: Інформаційні технології і засоби навчання. 2010. №2 (16). Режим доступу: <http://www.imc.cdu-ua.net/cm.html>.

5. Богачевський В. І., Мельник В.М. Використання віртуалізації в навчальному процесі вищої школи. Міжвузівський збірник "Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво, - "Випуск №5. Луцьк, 2011. С. 17-22.

6. Михирев Дмитрій. Второе лицо // журнал «СорпмтерBild» 06/2011, С. 52-57.

7. Высокозащищенная операционная система. // журнал СНІР Октябрь 2011, С. 82-83.

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Морока Ю.О., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Планування – невід'ємна частина діяльності будь-якого ділового підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності та розміру підприємства.

Бізнес-план узагальнює аналіз можливостей для початку або

* Науковий керівник – *Калініченко С.М., ст. викладач*

розширення бізнесу будь-якої конкретної ситуації і дає чітке уявлення, яким чином можна використовувати ці можливості і, тим самим, знизити ступінь можливого ризику. Чітко розроблений бізнес-план з необхідними розрахунками, обґрунтуваннями допомагає підприємцю розібратися в перспективах своєї справи, передбачати можливі зміни та проблеми в майбутньому, контролювати поточні операції, оцінювати прогрес своєї справи, резервувати грошові ресурси. Розробка повного бізнес-плану, представляє перспективу створення або розширення проекту, має супроводжувати наукове прогнозування.

На практиці можна виділити п'ять основних цілей бізнес плану:

Перша ціль бізнес плану - це використання його для розробки стратегії бізнесу, що є життєво необхідним у період створення підприємства, а також при розробці нових напрямків діяльності.

Друга ціль - планування. Планування дозволяє оцінити можливості розвитку напрямку діяльності, а також - контролювати процеси всередині компанії.

Третьою ціллю бізнес плану є залучення коштів - позики, кредити. В сучасних умовах без кредитних ресурсів практично неможливо здійснити значний проект, однак одержати кредит непросто. Головною причиною є розповсюджена практика неповернення кредитів. Більшість фінансових установ сьогодні вже не задовольняє лише баланс та розрахунки прибутків і збитків, як це було раніше. Вони орієнтуються на перспективу економічного успіху підприємств на ринках збуту.

Четверта ціль. Залучення потенційних партнерів, які побажають вкласти у виробництво власний капітал або технологію. Вирішення питання про надання капіталу, ресурсів або технології можливо лише при наявності плану бізнесу, що відображає курс розвитку компанії на певний період часу.

П'ята ціль бізнес плану - це інструмент контролю й управління, за допомогою якого можливо оцінити фактичні результати діяльності за певний період. Чим більше зрозуміла і краще проаналізована проблема, тим ефективніше можуть бути заходи за рішенням цих проблем, а отже, і зниження ризику. Гарний бізнес-план ще на стадії розробки і узгодження з партнерами та інвесторами може дати відповідь на багато питань. Чи реально задумана справа, чи досконала матеріально-технічна база, чи буде попит на дану продукцію або надання послуг в наступні три-п'ять років, який попит і динаміка цін на аналогічну продукцію на вітчизняному та зарубіжному ринках, чи принесуть заплановані витрати трудових, матеріальних і фінансових

ресурсів потрібний прибуток.

Спеціально проведені розрахунки для вибору найбільш ефективного з економічної точки зору варіанту бізнес-плану дозволяють з більш високим ступенем вірогідності сподіватися на одержання бажаного доходу.

Бізнес-план з більшою силою може впливати на зниження ризику, якщо його розроблено за особистою участю самого підприємця. Він як би моделює процес своєї майбутньої діяльності, інтуїтивно відчуває всі «за» і «проти», перевіряє по ходу розробки бізнес-плану спроможність своєї задумки, готовність нести розумний ризик, здатність ставити і вирішувати високі, але досяжні цілі і завдання, вміння вести оперативний облік витрат і кінцевих результатів.

Таким чином, бізнес-план узагальнює аналіз можливостей для початку або розширення бізнесу в конкретній ситуації і дає чітке уявлення про те, яким чином менеджмент компанії має намір використовувати цей потенціал.

МОТИВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ З ОРІЄНТАЦІЄЮ НА ВЗАЄМНУ МОТИВАЦІЮ ПРАЦІ

*Назаришин Р.О., Чернівецька філія
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

Взаємна мотивація праці в сучасних умовах діяльності підприємства займає одне із провідних місць в мотиваційному управлінні персоналом, управлінні якістю праці, управлінні поведінкою спрямованою на виробничо-господарську ціль. Розуміння взаємної мотивації створює основу для вивчення та дослідження якості праці персоналу. Це дає можливість: глибоко та всебічно дослідити взаємозв'язки, взаємовідносини, взаємодію; виявити найбільш сприятливі взаємні умови забезпечення якості праці; визначити можливості зміни поведінки окремих працівників на взаємну поведінку; виявити показники, характерні особливості, що дозволяють сформулювати приємний (здоровий) рівень взаємної мотивації якості праці; розробити основні методи, принципи взаємної мотивації якості праці; вивчити взаємовплив, який відбувається між працівниками та який здійснюється ними з метою якісних організаційних змін; виявити потреби взаємної мотивації та її процес очікування; розробити

методику оцінювання взаємної мотивації якості праці.

Основне завдання мотиваційного управління полягає у пошуку таких способів мотивування працівників, які б сприяли формуванню найбільш доцільної трудової поведінки для підприємства і тим самим не перешкождали досягненню їх особистих цілей. Також у завдання мотиваційного управління входить: встановлення оптимальності заробітної плати; регулювання доплат за прояви синергічної взаємодії, емерджентності у взаємозв'язках; виявлення ознак взаємної демотивації та її призупинення; покращення умов комфортності праці; розробка заходів у напрямку зростання задоволеності працівників та досягнення бажаних результатів праці; впровадження концепції взаємної мотивації якості праці в практику підприємства.

Мотиваційне управління персоналом орієнтуючись на: взаємну мотивацію якості праці повинно бути направлено на створення атмосфери мотиваційної взаємності керівників та підлеглих на підприємстві; зміцнення стабілізації системи взаємовідносин персоналу підприємства; заохочення персоналу до прагнень, до взаємомотивування, взаємодії, взаємодопомоги, взаємоповаги, взаємопідтримки; розвиток у персоналу почуття взаємності з метою формування та стабілізації позитивної поведінки в сторону якісного виконання завдань, цілей, мети підприємства.

Методологічним підходом досягнення значних результатів праці на підприємстві є перебудова мотиваційного управління в напрямку взаємної мотивації, орієнтації на чіткі та довготривалі взаємовідносини із діловими партнерами, споживачами, поставщиками сировини з метою появи позитивної емерджентності – нових та якісних системних змін.

Отже, мотиваційне управління персоналом – це процес впливу шляхом складових взаємної мотивації на якість праці для досягнення мети підприємства. В кінцевому мотиваційне управління зводиться до формування, оцінювання та розвитку взаємної мотивації – процесу взаємних вимог, поступок, що підсилює прагнення працівників брати відповідальність, в тому числі і за колег по роботі, іти на компроміс, бути ініціативним, активним та проявляти позитивність.

Особливістю мотиваційного управління з орієнтацією на взаємну мотивацію є вироблення та впровадження таких головних напрямків, як: поєднання матеріального стимулювання із методами взаємної мотивації; посилення акценту на одній чи декількох важливих складових взаємної мотивації; сумісне ухвалення рішень та дії на

основі взаємної згоди колективу працівників; акцентування уваги на взаємній мотивації — джерелі підвищення якості праці; орієнтація персоналу на синергічну взаємодію.

Взаємна мотивація праці в системі мотиваційного управління — це якісно новий напрямок розвитку персоналу підприємства, наділений певною ціллю, особливими принципами, політикою для якого є необхідним впровадження концепції взаємної мотивації якості праці у практичну діяльність та формування приємливого рівня взаємної мотивації. Виникає потреба врахування мотиваційною системою управління для її оцінювання такого основного параметру, як бажаний рівень взаємної мотивації якості праці.

Мотиваційне управління охоплює певні навички, знання, уміння, дії через взаємну мотивацію, тобто все те, що містить взаємну основу та позитивну складову якості праці. Кінцевою метою мотиваційного управління є досягнення успіху підприємства шляхом забезпечення прибутковості (дохідності).

Мотиваційне управління персоналом підприємства потребує впровадження слідуючих заходів з метою забезпечення приємливого рівня взаємної мотивації: проведення конференцій, ділових нарад з проблем взаємної мотивації персоналу, його взаємної поведінки орієнтованої на організаційну мету; додання нових функцій відділу кадрів в напрямку розвитку взаємного підходу до персоналу чи створення спеціального сектору, який би відповідав за формування взаємної комфортності та розглядав питання не взаємодії, дисинергії; розроблення правил внутрішніх взаємин персоналу організації; постійне оцінювання певного рівня взаємної мотивації, виявлення проблем невзаємодії та інформування персоналу про такі демотивуючі випадки; створення процедури стимулювання працівників до прагнення взаємоповаги, взаємомотивування, взаємодії, взаємодопомоги; доповнення посадових інструкцій в напрямку припинення взаємної демотивації та розвитку взаємних складових.

Отже, ефективне мотиваційне управління потребує якісного формування в мотиваційному ядрі працівника взаємної мотивації, а також певних установок на прагнення до взаємних складових, які зближують до організаційних цілей, мети, завдань та їх позитивного виконання.

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Неділько М.Г., студент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Прийняття рішення є однією з основних функцій у менеджменті, адже за його допомогою функціонує будь-яке підприємство. Основою рішення є його продуманість та чіткість.

Прийняття рішень в організації являє собою свідомий вибір з наявних варіантів або альтернатив напрямку дій, що скорочують розрив між сьогоденням і майбутнім бажаним станом організації. Сам процес прийняття рішень включає безліч різних елементів, але неодмінно в ньому присутні такі елементи, як проблеми, цілі, альтернативи і рішення. Даний процес лежить в основі планування діяльності організації, тому що план — це набір рішень по розміщенню ресурсів і напрямків їх використання для досягнення цілей організації. Прийняття рішень - це "центр", навколо якого обертається життя організації. Рішення можна розглядати як продукт управлінської праці, а його прийняття - як процес, що веде до появи цього продукту.

Управлінські рішення класифікуються за такими ознаками:

- 1) За сферою охоплення чи масштабом можливих наслідків:
 - загальні (прямо чи опосередковано стосуються цієї організації);
 - часткові (торкаються лише деяких структурних підрозділів, певних відділів та служб).
- 2) За тривалістю дії:
 - перспективні, стратегічні(їх наслідки виявляються згодом, у майбутньому);
 - поточні, оперативні(спроможні активно та негайно вплинути на розвиток ситуації).
- 3) За рівнем прийняття:
 - на вищому рівні;
 - на середньому рівні;
 - на нижчому рівні;
- 4) За характером розв'язуваних завдань:

* Науковий керівник - Бобловський О.Ю., доцент

— програмовані (це чіткий набір послідовних кроків, що сприяють вирішенню проблеми);

— не програмовані (передбачають слабку структуру, що зумовлена браком інформації та відсутністю цілей або завдань);

— компромісні (нейтральне чи тимчасове вирішення проблеми, що умовно задовольняє всі сторони, які беруть участь у конфлікті);

5) За способами прийняття:

— одноособові (приймаються менеджерами всіх рівнів);

— колегіальні (розробляє та пропонує група фахівців, а ухвалює відповідальний менеджер чи кілька адміністраторів);

— колективні (приймаються загальними зборами на основі більшості голосів).

6) За способом обґрунтування:

— інтуїтивні (засновані на відчутті того, що вибір правильний набутого досвіду, аналізу ситуації, врахування сил та суб'єктів впливу, передбачення майбутніх змін);

— засновані на суб'єктивних судженнях (думках, міркуваннях, висновках);

— раціональні рішення.

Оптимізація рішення - це процес перебору безлічі факторів, що впливають на результат. Оптимальне рішення - це вибір за яким-небудь критерієм оптимізації найбільш ефективного з усіх альтернативних варіантів рішення. Оскільки процес оптимізації дорогий, то її доцільно застосовувати при вирішенні стратегічних і тактичних завдань.

Фактори, які впливають на процес прийняття управлінських рішень:

— особисті якості менеджера ;

— поведінка менеджера;

— середовище прийняття рішення ;

— взаємозалежність рішень;

— очікування можливих негативних наслідків;

— можливість застосування сучасних технічних засобів;

— наявність ефективних комунікацій.

Згідно з положенням американського менеджменту наука управління як механізм оптимізації рішень може реалізовуватись з допомогою наступних підходів:

1. Застосування наукового методу.

2. Використання системної орієнтації.

3. Застосування моделей.

Науковий метод оптимізації управлінських рішень передбачає застосування певних кроків у дослідженні прийняття рішень, а саме: пошук інформації, яка має відношення до проблеми, аналіз зібраної інформації, формування гіпотези, перевірка гіпотези – підтвердження достовірності, реалізація проблеми.

Системна орієнтація в процесі оптимізації рішень базується на тому, що організація є відкритою системою, яка складається з взаємопов'язаних частин.

В процесі своєї діяльності (перетворення) організація обробляє входи (ресурси, інформацію тощо), перетворюючи їх в продукцію, послуги, прибуток та ін. На основі вивчення цього процесу і здійснюється підбір найбільш ефективного варіанту рішення.

Використання моделей дозволяє приймати рішення, при обґрунтуванні яких враховуються всі фактори і альтернативи, що виникають в складних умовах виробничо-господарської діяльності. Тому моделювання розглядається як найефективніший спосіб оптимізації управлінських рішень.

Підсумовуючи усе вище сказане слід зазначити, що процес прийняття управлінського рішення дуже складний і цікавий. Враховуючи, що 70 % успіху залежить від прийнятого управлінського рішення, то значення останнього у цілому процесі управління важко переоцінити.

РОЗВИТОК ІНВЕСТУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ

***Неділько М.Г., Морока Ю.О., студенти*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Важливим ресурсом економічного розвитку для більшості галузей народного господарства є інвестування. Метою політики у сфері інвестування агропромислового комплексу має стати створення сучасної системи державного регулювання, яка б підвищила інвестиційну привабливість економіки та забезпечила потужні мотивації як резидентів так і нерезидентів щодо вкладення коштів у

* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач

розвиток галузей АПК. Головне завдання, що стоїть перед галузями АПК - це зростання сільськогосподарського виробництва, надійне забезпечення країни сільськогосподарською сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей комплексу для отримання високих кінцевих результатів. Надавати можливості виходу продукції АПК України на світовий ринок.

Структурна перебудова у сфері матеріального виробництва агропромислового комплексу є важливим мотиваційним фактором для інвестування. Україна має ресурси для виробництва сільськогосподарської продукції і географічно розташована поблизу міжнародних ринків. Основний орієнтир аграрного сектора визначає головним і незамінним природний засіб виробництва - землю, від раціонального використання якої залежить прибутковість аграрного сектора економіки. Пріоритетними для інвесторів є галузі, які мають високий інноваційний потенціал і здатні забезпечити приріст рентабельності капіталу, що функціонує в процесі виробництва.

Найбільш прибутковими сферами агропромислового комплексу, у тому числі й для іноземного інвестора, є: впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур й утримання худоби та птиці; - відновлення і модернізація на базі нових технологій підприємств переробної та харчової промисловості, та тих, що займаються заготівлею та зберіганням сільськогосподарської продукції; розвиток сільськогосподарського машинобудування і виробництво технологічного обладнання для м'ясо-молочної та хлібопекарської промисловості; надання виробничих послуг агропромисловим підприємствам.

Існують об'єктивні та суб'єктивні чинники, які негативно впливають на процес інвестування галузі, а саме: економічна нестабільність держави; відсутність надійних гарантій захисту від його змін для іноземних інвесторів; темпи інфляції залишаються на значно вищому рівні, ніж у країнах Західної Європи і США.

Великий економічний потенціал нагромаджено у переробній промисловості АПК, багато підприємств якої здатні виробляти конкурентоспроможну продукцію. В галузях агропромислового комплексу збереглися висококваліфіковані кадри, що сприяє залученню інновацій і залученню інвестицій.

На сьогодні ще не введено в дію систему економічних важелів стимулювання інвестиційної діяльності, заходи регулювання відносин власності на землю і майно, не являються інвестиційно-привабливими, фінансово кредитні установи не зацікавлені в інвестуванні сільського

господарства. Проблемою для інвесторів є законодавча система в державі.

Останні роки свідчать, що заходи, які приймалися на державному рівні протягом усіх років незалежності, поки що не створили стабільних передумов для поступального конкурентного розвитку аграрної економіки. Часта зміна урядів, зміна пріоритетів певною мірою вносили корективи в тактику та стратегію розвитку агропромислового виробництва, руйнували стабільність державної аграрної політики, що суттєво знижувало результативність діяльності галузі.

Таким чином для поліпшення інвестиційного забезпечення розвитку агропромислового комплексу України державна політика повинна: створити відповідну фінансову підтримку, розширити застосування фінансово-кредитних і небанківських інвестицій, розвивати ринок страхових послуг, створити належну систему захисту прав інвесторів, сприяти збільшенню вкладень в основний капітал, залученню прямих іноземних інвестицій.

УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ РОБОТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

***Нестеренко О.М., к.е.н., доцент, Гоц А.М., к.е.н., доцент,
Академія внутрішніх військ МВС України***

Сьогодні в Україні створення системи і зміна методів управління пов'язані з безперервним науковим пошуком оптимального розв'язання складних економічних та соціально-політичних проблем, радикального оновлення всіх ланок управління, стилю роботи управлінського корпусу країни.

Перехід до організаційно-економічних методів управління жадає від керівників усіх рівнів не просто виконання своїх функцій як виду діяльності по керівництву людьми, а досягнення поданих цілей, використовуючи працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей. У цьому зв'язку оволодіння основами організації управління персоналом підприємства набуває особливої актуальності.

Реалізація курсу на проведення радикальної економічної реформи пов'язана з підвищенням ролі людського фактора. Особливу важливість у дійсних умовах набувають питання роботи з кадрами, що і складають людський фактор розвитку суспільного виробництва. Це

пред'являє якісно нові вимоги до теорії управління персоналом як науки, використанню результатів соціально-економічних і психолого-педагогічних досліджень у практиці кадрової роботи, обумовлює створення оптимального механізму управління персоналом у всіх сферах і напрямках людської діяльності.

Рівень роботи з персоналом не відповідає сьогодні задачам кардинальної перебудови управління економікою, проведення в життя активної соціальної і кадрової політики. В практику кадрових служб слабо впроваджуються наукові методи оцінки, розставляння і підготування кадрів із використанням результатів соціологічних і психологічних досліджень. Суттєво впливає на роботу кадрових служб і недостатній рівень організаційно-правової і соціально-психологічної культури робітників по кадрах, значна частина яких не мають відповідної освіти, тривалий час не підвищують свою кваліфікацію. Знання й уміння в області роботи з персоналом, як правило, відсутні й у більшості підприємств і керівників, що знижує в цілому ефективність управління.

На сучасному етапі виникла необхідність розробки ряду правових, економічних, соціальних і психологічних проблем удосконалення діяльності кадрових служб, організації управління персоналом, рішення яких пов'язано, насамперед, із діагностикою професійно-важливих якостей особистості учасників виробництва, підвищенням рівня їх професійно-кваліфікаційної культури, створенням системи безперервної освіти керівників.

Сучасні вимоги до роботи з персоналом обумовлює підвищення ролі кадрових служб у використанні творчого потенціалу особистості кожного робітника, перетворенню їх у науково-практичні центри роботи з активізації людського фактора.

Якщо донедавна місце та значенню людини в економіці підприємства відводилась другорядна роль, то з початком трансформації вітчизняної економіки усвідомлюється важливість інтелектуальних здібностей, креативності, освіченості особистості, що, накопичуючись, утворюють людський капітал, який є стратегічним ресурсом економічного зростання за умови постійного розвитку й нагромадження.

Проблемою є те, що в Україні не існує ані ефективної методики вимірювання людського капіталу в цілому, у тому числі й на підприємствах, ані комплексу заходів щодо його розвитку, збереження й ефективного використання задля економічного зростання підприємств і держави в цілому. Звичайно нововведення не повинні

проводитись раптово, без заздалегідь розроблених програм і комплексу заходів. Насамперед потрібно зацікавити працівників до змін, що будуть здійснюватись - навчанням, наданням інформації, залученням до участі у проєкті, покращенням умов праці та ін. Нерідко нові заходи зустрічають опір, тому щоб зміни були успішними потрібно організувати управління всіма процесами.

З розвитком і ускладненням виробництва, прискоренням науково-технічного прогресу змінюються вимоги до кадрів. Підвищуються вимоги до загальноосвітньої, економічної, технічної, технологічної підготовки робітників та службовців, до рівня їхньої кваліфікації. Виникають питання раціонального використання трудових ресурсів, оптимальної оцінки діяльності кадрів. А оскільки зазначені напрямки управлінської діяльності відносяться до області кадрової роботи, одночасно розширюються функції кадрових служб підприємств. Значну частину управлінської роботи на підприємстві ведуть безпосередньо керівники. Саме керівник зобов'язаний організувати роботу кадрових служб по підборі і розміщенню кадрів так, щоб забезпечити виконання задач, що стоять перед підприємством. Крім того, необхідно мати на увазі, що в питаннях призначення чи переміщення працівника, оцінки його ділових якостей завжди активну участь приймає його безпосередній керівник, що припускає компетентність останнього в питаннях кадрової роботи. В обов'язок керівника також входить піклування про розширення компетенції відділів кадрів, підвищенні ролі кадрових служб, удосконаленні їх роботи, підвищенні кваліфікації кадрових працівників

Однією із задач кадрової роботи на підприємстві є організація підготовки та перепідготовки кадрів, забезпечення росту кваліфікації робітників безпосередньо на виробництві та в навчальних закладах, вдосконалити систему планування кадрів та ввести ефективну систему управління персоналом підприємства для того, щоб зменшити плінність кадрів. Підприємство з цією метою повинне розвивати учбово-матеріальну базу, створювати учбові комбінати, курси та центри, школи по вивченню передових методів праці, створювати програми по удосконаленню умов праці.

Підвищити ефективність атестації працівників управління, а також забезпечити об'єктивність її оцінок і висновків можна шляхом застосування експертних оцінок фахівців і особливо керівників, здійснюваних з урахуванням думок експертів одного рівня з оцінюваним і підлеглими.

Отже, на сучасному етапі постійно підвищуються роль і відповідальність кадрових служб у рішенні задач економічного і соціального розвитку. Виходячи з вищесказаного, та орієнтуючись на нові вимоги до роботи з кадрами, потрібно переглянути функції даних служб на усіх рівнях управління.

АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Нестеренко О.М., к.э.н., доц., Журка Д.О., слушатель
магистратуры, Академия внутренних войск МВД Украины*

Одной из важнейших проблем на современном этапе развития экономики большинства стран мира, является проблема в области работы с персоналом. Темпы развития научно-технического прогресса значительно ускорили процесс старения профессиональных знаний и навыков. А средства производства, даже самые безукоризненные, сами по себе не дают никакого экономического эффекта, если их не используют опытные специалисты. То есть несоответствие квалификации работников потребностям компании негативно сказывается на результатах ее деятельности.

На сегодняшний день, совершенствование процессов развития персонала на предприятиях является важнейшим конкурентным превосходством, что увеличивает рыночный потенциал предприятия не только в рамках национальной экономики, но и на мировом рынке. В условиях, когда фирмы - конкуренты имеют примерно равные ресурсы и методы конкурентной борьбы, развитие персонала - лучший способ повышение рентабельности предприятия.

Значительный вклад в изучение проблемы профессионального развития персонала на предприятии внесли: Савченко В.А. [1], Желнина Е.В. [2], Дрозач М.И. [3], Крушельницкая О.В. [4], Кибанов А.Я. [5], Солощук М. [6], Тащиян А.П. [7].

Социально - экономические условия и научно - технический прогресс не стоят на месте. Учитывая, что правила существования и развития персонала зависит именно от них, на данном этапе происходит качественное изменение роли человека на предприятии. И все больше руководителей начинают всерьез задумываться о способах развития своих сотрудников.

Поэтому **целью** данной статьи являются анализ развития персонала в организации и разработка мероприятий его совершенствованию.

Профессиональное развитие личности, развитие персонала принадлежат к основным показателям прогрессивности общества, решающих рычагов научно-технического прогресса. Поэтому в странах с развитой рыночной экономикой все больше компаний принимают на себя инициативу относительно дальнейшего развития персонала своих организаций. Планирование и организация развития персонала становятся важными функциями службы управления персоналом. Наследование Украиной этого примера является обязательным условием обеспечения в государстве постоянного экономического роста [1].

Но не смотря на опыт зарубежных стран, в нашей стране существует ряд факторов, которые препятствуют организации обучения персонала. Во - первых, руководители часто неохотно вкладывают средства в данную сферу. Это связано с тем, что результативность данных инвестиций сложно оценить как с количественной, так и с качественной точек зрения, тогда как рассчитать затраты относительно легко. Во - вторых, надо так организовать процесс обучения персонала, чтобы получить реальные результаты, то есть улучшить показатели деятельности компании в целом [2]. Программа обучения должна быть связана с потребностями, которые возникают в конкретных случаях. При этом актуальным становится вопрос выбора форм и методов обучения [3].

Основным направлением профессионального развития является профессиональное обучение – процесс формирования у работников специфических, профессиональных знаний, навыков с помощью специальных методов обучения. Формально профессиональное развитие является более широким понятием, чем профессиональное обучение, но в реальной жизни различие между ними является условным, поскольку и профессиональное развитие, и профессиональное обучение выполняют одно задание – подготовку персонала к выполнению им своих обязанностей. Различие в том, что профессиональное обучение ориентируется на сегодняшние потребности предприятия, а профессиональное развитие – на будущее и является более фундаментальным [4].

Существует огромное количество методов развития профессиональных знаний и навыков. Все они могут быть разделены на две большие группы – обучение непосредственно на рабочем месте и обучение вне рабочего места.

Обучение на рабочем месте осуществляется в процессе работы.

Эта форма подготовки является более дешевой и оперативной, характеризуется тесной связью с повседневной работой и облегчает вхождение в учебный процесс работников, не привыкших к обучению в аудиториях.

Важнейшими методами обучения на рабочем месте являются: производственный инструктаж, ротация, направленное приобретение опыта, наставничество, наставничество-супервизия, ситуационное наставничество, формальное наставничество, неформальное наставничество, коучинг, стажировка, использование работников как ассистентов, подготовка в проектных группах.

Таким образом, преимущества обучения на рабочем месте состоят в том, что: оно дешево, хотя учитывает "стоимость" отвлечения инструктора от других задач; может легко удовлетворить потребности обучаемого, инструктор может подстраиваться под ученика; работник получает опыт "из рук в руки".

Однако этот метод обучения имеет и недостатки: Вы или ваши коллеги могут не обладать достаточным опытом в обучении, особенно если оно предназначено для того, чтобы держать работников в курсе новых разработок или технологии; Ваше обучающее оборудование и возможности могут не соответствовать задаче обучения; Вы или ваши коллеги могут иметь недостаточно свободного времени, чтобы обучать персонал лично; работники, которых попросили обучать, могут не иметь для этого достаточного авторитета и ответственности; работники могут возмутиться, что их будут учить их коллеги [5].

Обучение вне рабочего места более эффективно, но связано с дополнительными финансовыми затратами и отвлечением работника от его служебных обязанностей. При этом сознательно меняется среда, и работник отрывается от повседневной работы.

Методы профессиональной подготовки вне рабочего места предназначены, прежде всего, для получения теоретических знаний и для обучения решению проблем, принятию решений, согласованному поведению. К ним относятся: лекции, деловые игры, инсценировки, тренинги, метод решения практических ситуаций (кейсов), методы решения производственно-экономических проблем с помощью моделей, рабочие группы, конференции, семинары, круглые столы, дискуссии, встречи с руководством, экскурсии, самостоятельное обучение.

Обучение вне рабочего места имеет следующие преимущества: занятия проводятся опытными экспертами; используются современное

оборудование и информация; работники получают заряд свежих идей и информации.

Но этот тип обучения имеет следующие ограничения: курсы обычно дороги, особенно когда вы добавляете стоимость расходов на проезд, суммы, выплачиваемые за обед, стоимость потерянной продукции; чаще изучается теория, нежели практика, и ее может быть сложно применить в обычной работе; имеющиеся курсы могут не соответствовать вашим требованиям; ваш бизнес может пострадать, если ключевые работники будут отсутствовать на работе.

Таким образом, стоит обобщить, что не существует универсального метода обучения, ведь каждый имеет свои недостатки и достоинства.

По этому, достаточно часто задействуют методы обучения, которые объединяют аспекты внутрипроизводственного и внепроизводственного обучения. Среди них: эмпирическое обучение, демонстрация и практика под руководством, программированные курсы, обучение действием, обучение с помощью компьютера.

С 2000 г. в Украине последовательно осуществляются мероприятия по восстановлению и развитию системы профессионального обучения работников, содействию предприятиям в организации профобучения кадров на производстве. По инициативе Министерства труда при участии социальных партнеров - Федерации работодателей и Федерации профсоюзов Украины - разработан ряд нормативно-правовых и методических документов по указанной проблематике. В частности, «Концепция развития системы повышения квалификации работников на период до 2010 г.», а также План мер ее реализации, которые были сначала одобрены, а потом утверждены распоряжением Кабинета Министров Украины в июле 2006 г. Концепцией предусмотрены следующие направления деятельности: усовершенствование законодательного обеспечения системы повышения квалификации; разработка системы сертификации персонала в Украине; повышение заинтересованности работодателей в росте профессионального уровня персонала; разработка системы стимулирования работников; усовершенствование организации профессионального обучения кадров; улучшение качества профессионального обучения на производстве [6].

Кроме того, продолжается формирование банка государственных стандартов, типичных учебных планов и программ для профессионально-технического обучения работников;

проводятся семинарские занятия для специалистов кадровых служб; изучается и распространяется передовой опыт работы предприятий. Создан и функционирует Межведомственный консультативный совет по профессиональному обучению. Положением о профессиональном обучении кадров на производстве определена нормативная периодичность повышения квалификации кадров - один раз в пять лет.

Для содействия предприятиям в организации профессионального обучения работников необходимо: восстановить систему профессиональной ориентации учащейся молодежи, объединив усилия учебных заведений и работодателей; максимально упростить условия лицензирования предприятий, осуществляющих профессиональное обучение работников на рабочих местах; изменить подходы и требования к разработке учебных планов и программ для профессионального обучения на производстве (с учетом особенностей обучения взрослых); обеспечить предприятия учебными пособиями, аудио- и видео материалами и т.п.; разработать и распространить методику расчетов эффективности обучения персонала предприятий, включая образцовые нормативы численности и описание функций сотрудников служб, которые занимаются организацией обучения; разработать механизм стимулирования работников к непрерывному повышению профессионального уровня; предложить на законодательном уровне действенный механизм стимулирования работодателей (уменьшение налогов, предоставление льготных кредитов и т.п.); создать эффективную систему социального партнерства [7].

Современный этап научно-технической революции привел к качественному изменению роли человека в производстве, превращению его в решающий фактор последнего. Предоставление сотрудникам возможностей профессионального развития укрепляет их лояльность к руководству, положительно влияет на мотивацию и трудовую дисциплину, позволяет сократить текучесть кадров, и самое главное - привести умения и навыки сотрудника в соответствие с профилем компетенций занимаемой должности.

Система профессионального обучения персонала в настоящее время должна носить непрерывный характер и проводиться в течение всей трудовой деятельности. Предприятия должны рассматривать затраты на подготовку персонала как инвестиции в основной капитал, которые позволяют наиболее эффективно использовать новейшие технологии.

Литература.

1. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу [Текст]: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
2. Желнина Е.В. Система непрерывного обучения персонала организации [Текст] // Кадры предприятия. – 2006. – № 4. – С. 91-106.
3. Дрозач М.І. Підготовка робітничих кадрів на виробництві через мережу професійно-технічних навчальних закладів [Текст] // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 7. – С. 36-41.
4. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом [Текст]: Навчальний посібник. – К., Кондор. – 2003. – 296 с.
5. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация [Текст] : Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2005 – С. 169.
6. Солощук М. Перепідготовка і підвищення кваліфікації кадрів [Текст] // Справочник кадровика. – 2006. – №09. – С. 87.
7. Тащян А.П. Эффективность профессионального обучения как ключевого элемента системы развития человеческих ресурсов организации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ref.by/refs/62/13526/1.html>

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПТАХІВНИЧОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО МОДУЛЮ ЯЄЧНОГО НАПРЯМКУ

***Островерх О.В.,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Ознайомлення з публікаціями присвяченими проблемам формування методичних підходів до проведення всіх необхідних розрахунків основних параметрів майбутніх стратегічних птахівничих технологічних модулів дозволяє прийти до наступних висновків:

— подальший розвиток птахівництва передбачає істотне збільшення виробництва яєць і м'яса птиці. За розрахунками Інституту аграрної економіки УААН необхідно забезпечити виробництво 393 шт. яєць і 16,1 кг м'яса птиці (в забійній масі) в розрахунку на одну людину в рік. Для цього поголів'я птиці в усіх категоріях господарств потрібно збільшити до 300 млн. гол. В умовах підвищення продуктивності птахівництва це дозволить забезпечити виробництво 2020 млрд. шт. яєць і близько 900 тис. т м'яса птиці в рік, або

відповідно на 27 і 20 % більше порівняно з 90-ми рр. Одним із напрямів збільшення виробництва і підвищення економічної ефективності птахівництва є відновлення спеціалізованих птахофабрик та переведення галузі на постіндустріальну основу;

— птахівничій галузі притаманна висока привабливість для інвестування фінансів у її розвиток, особливо відносно інтенсивного виробництва м'яса бройлерів та курячих яєць. Високотехнологічні промислові птахівницькі підприємства є найбільш пристосованими до впровадження передових та ефективних технологій, що забезпечує швидку оборотність капіталу та ще й зі значними прибутками.

При проектуванні високотехнологічних постіндустріальних комплексів птахівничого напрямку обов'язковим є урахування вимог нової парадигми управління та її відгалуження стратегічного менеджменту зокрема.

Однією з вимог стратегічного менеджменту є створення умов для формування самодостатніх стратегічних зон господарювання (СЗГ). Нагадаємо, що самодостатніми вважаються ті СЗГ які контролюють не менше 5000 га ріллі. При цьому дуже бажаним є співпадання меж СЗГ з межами адміністративно – територіальних одиниць якими є сільські агломерації (території). В окремих випадках, одна сільська громада може контролювати декілька СЗГ. Але зовсім не бажаною є ситуація за якої декілька адміністративно – територіальних одиниць контролюватимуть одну СЗГ.

На кафедрі організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка була опрацьована модель перспективної нормативної стратегічної зони господарювання (СЗГ) у якій системостворюючим ядром буде суб'єкт господарювання птахівничої спеціалізації, у формі горизонтально - інтегрованого виробничого об'єднання на 1000000 кур - несучок.

Основними систестворюючими об'єктами СЗГ птахівничого напрямку яєчної спеціалізації мають бути:

— птахівничий технологічний комплекс (ПТК) на 1000000 кур – несучок;

— локально – допоміжна молочна ферма (ЛДМФ) на 400 корів;

— локально – допоміжна свинарська ферма (ЛДСФ) на 1800 голів молодняку що реалізується населенню у віці 2 місяці.

Загальна потреба у сіяній кормовій площі СЗГ птахівничого напрямку складатиме 12324 га виходячи з нормативу 0,0084 га на одну фізичну голову. Потреба у сіяній кормовій площі послуговува

основою для проектування системи сівозмін та урожайності і валових зборів зернофуражних та кормових культур. В даному випадку передбачене впровадження системи сівозмін яка має польові та кормові сівозміни.

Загальна потреба СЗГ птахівничого напрямку у матеріально – технічних ресурсах була розрахована виходячи з нормативу вартості основних засобів на одну умовну голову 40 тис. грн. Тобто $8435 \text{ умовних голів} * 40 \text{ тис. грн.} = 337400 \text{ тис грн.}$ або 42175 тис. доларів за умови що один долар дорівнюватиме вісім грн.

Загальна потреба у операційних працівниках СЗГ птахівничого напрямку складатиме 350 чоловік. Потреба у працівниках сфери управління складатиме 147 чоловік. Потреба ветеринарної служби складатиме 16 працівників.

Проектування СЗГ птахівничого напрямку має включати наступні два етапи:

— розрахунок основних нормативних параметрів майбутніх стратегічних зон (СЗГ) птахівничої спеціалізації адаптованих до постіндустріальних технологій;

— розрахунок параметрів майбутніх реальних стратегічних зон (СЗГ) птахівничої спеціалізації.

ПЕРЕДУМОВА ЕКОЛОГІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

***Поворозник Р.В., здобувач*,
Академія муніципального управління***

Процеси екологізації та ресурсозбереження мають одну спільну рису – ефективніше залучення природних благ у господарський оборот, але при цьому вони відзначаються цілим спектром виробничо-технічних відмінностей.

Природоохоронна діяльність включає три основні складові: 1) раціональне (економне) використання сировинних та матеріальних ресурсів, яке забезпечує їх мінімальне питоме споживання у процесі виробництва; 2) мінімізація відходів виробництва й оптимальне екологічно прийнятне розташування їх у природному середовищі; 3) власне охорона унікальних природних комплексів від знищення,

* Науковий керівник – *Корецький М.Х., д.держ.упр., професор*

захарашення, необґрунтованого залучення в господарський оборот.

Для того щоб обґрунтувати нові методи, які можуть застосовуватися в господарському механізмі у сфері охорони природи, слід ретельно проаналізувати весь комплекс причин, що призвели до складної екологічної ситуації, особливо у великих промислових центрах.

Рівень забруднення навколишнього середовища залежить насамперед від досконалості технологічного процесу, його екологічної орієнтованості, від техніко-екологічних характеристик обладнання, рівня його зносу. Технологія очищення і стан очисного обладнання є вже чинниками вторинного характеру. Відомо, що фізичний знос обладнання сприяє постійному витoku шкідливих для людини речовин, котрі застосовуються в технологічному процесі, і є перманентним джерелом додаткового забруднення навколишнього середовища.

Морально застаріле обладнання навіть при цілковитій його справності не орієнтоване на вимоги екологічної безпеки і є великим джерелом накопичення додаткових відходів, що забруднюють навколишнє середовище. Важливіше, однак, те, що воно є бар'єром на шляху впровадження нового обладнання, котре має більш досконалі екологічні параметри. Думається, що критерій екологічності обладнання має бути одним із найважливіших під час оцінювання ступеня морального старіння і вирішення питань заміни одного його виду на інший. Зокрема тут не можна пропускати повз увагу ту обставину, що при старих, не орієнтованих на охорону навколишнього середовища технологіях виникає необхідність запровадження додаткових фондів, для створення яких потрібні особливо міцні і вкрай дефіцитні матеріали, котрі можуть протистояти підвищеній агресивності викидів. Виникає доволі поширена ситуація, коли поліпшення екологічної ситуації за місцем використання природоохоронних фондів досягається за рахунок збільшення навантаження на природу за місцем їх виробництва.

Екологізація – це процес неухильного і послідовного впровадження систем технологічних, управлінських, юридичних та інших рішень, які дозволяють підвищувати ефективність використання природних ресурсів та умов поряд із поліпшенням або хоча б збереженням якості довкілля.

Вихідною передумовою екологізації розвитку країни є вдосконалення технологій основних виробничих процесів і природоохоронних заходів для підвищення їх екологічної ефективності. Впровадження таких технологій цілком залежить від

успіхів в екологізації економічних інструментів управління і вдосконаленні їх інституціональної підтримки. До цих інструментів зараховують: розробку екологоорієнтованих національних рахунків; зв'язок екологізації зі структурною перебудовою економіки; створення інструментарію еколого-інноваційної діяльності; формування системи економічних впливів на екологізацію виробництва; стимулювання розвитку ринків екологічних послуг, екологічно чистої продукції, технологій тощо.

Досвід розвинених країн свідчить, що існують два основні важелі, які стимулюють екологізацію виробництва та енергозбереження. Це – плата за використання природних ресурсів і природоохоронні заходи. В Україні надзвичайно важливе значення має застосування нового економічного механізму природокористування та забезпечення природоохоронної діяльності. Сутність цього механізму полягає у впровадженні плати за користування надрами, земельними, водними та іншими природними ресурсами і насамперед за забруднення навколишнього середовища. Також слід економічно заохочувати підприємства, що застосовують маловідходні та ресурсозберігаючі технології. Забруднення довкілля повинно стати економічно не вигідним, а конкурентоспроможність національної економіки має зростати через мінімізацію як ресурсоспоживання, так і шкідливих викидів. У цілому національна економіка отримує синергетичний ефект збільшення тривалості життя та якості здоров'я населення, а також освоєння нових секторів світового ринку завдяки конкурентоспроможній пропозиції екологічно безпечної та чистої української продукції.

Разом з тим екологічний «ефект» постіндустріального суспільства досягається за рахунок зрушень у структурі національної економіки, коли наукомісткі виробництва замінюють енергоємні, поступово переміщуючи їх в інші країни. Крім цього, враховуючи те, що технології в середньому змінюються менше ніж за 10 років, курс на розвиток і впровадження у виробництво екологічно чистих технологій відповідає більшою мірою інтересам економічної ефективності і підвищенню конкурентоспроможності виробництва і лише частково – довготерміновому забезпеченню екологічної безпеки.

Прагнення максимально використовувати свої природні ресурси з метою прискореного промислового розвитку призвело до таких наслідків: виснаження природних ресурсів; підризу стійкості екосистем; порушення водного балансу; деградації ґрунтів; скорочення біологічного різноманіття; знеліснення; підвищення рівня забруднення довкілля.

ФАКТОРИ І ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ

*Приходько В.П., к.е.н., докторант,
Академія муніципального управління*

Проблеми формування та використання інвестиційного потенціалу держави та її регіонів належать до найактуальніших для вітчизняної науки. Це обумовлено: по-перше, інтеграцією України у світове співтовариство; по-друге, зміною моделі формуванням фінансової бази, головними елементами якої є процеси створення додаткового продукту, його заощадження, нагромадження та капіталізація; по-третє, стабілізацією ринкових перетворень та відновленням нормальної інвестиційної діяльності у всіх галузях регіональної економіки; по-четверте, формуванням сукупного та внутрішнього інвестиційного потенціалу регіональної господарської системи; по-п'яте, підвищенням інвестиційної привабливості національної економіки та регіонів України.

Ці обставини дають можливість стверджувати, що саме рівень розвитку інвестиційних процесів формує у сучасних умовах стратегічну основу сталого економічного розвитку регіонів України та держави в цілому.

Аналіз еволюції теорії інвестиційної діяльності свідчить про широкий спектр наявних у вітчизняній й іноземній літературі підходів до оцінки інвестиційного процесу на мего-, мезо- та мікрорівнях. Водночас, багато проблем, що стосуються формування і використання інвестиційного потенціалу, оптимальної структури інвестицій, аналізу механізму залучення інвестиційних ресурсів та визначення напрямків їх приросту з позиції організаційно-правового та інституціонального забезпечення, залишаються дискусійними.

На порозі третього тисячоліття інвестиційні ресурси визначають характер суспільного виробництва, охоплюють та поєднують в єдиний цілісний об'єкт з одного боку, запаси, різнопланові джерела, кошти, ресурси, робочу силу, а з іншого, - геоекономічні, політичні, правові, інформаційні, інтелектуальні, гуманітарні ресурси. Інвестиційні ресурси є ресурсами супроводу і за відповідних умов здатні підвищити (знизити) ефективність їх застосування [2, с. 48]. Така концепція дозволяє:

— провести моніторинг об'єктивних факторів, котрі впливають на

формування інвестиційних ресурсів;

— визначити їх реальну структуру, імовірність залучення;
— оцінити ризики, які можуть загальмувати процес їх накопичення та спрямування на економічний розвиток;

— розробити заходи, що є достатніми для мобілізації національних джерел інвестиційних ресурсів та залучення прямих іноземних інвестицій лише з метою отримання позитивних структурних зрушень в економіці;

— визначити інвестиційну складову процесу формування інтелектуально-інформаційних ресурсів.

Визначаючи інвестиційну привабливість окремої сфери діяльності регіональної соціально-економічної системи, потрібно враховувати комплекс факторів, що формують інвестиційний потенціал. Це насамперед:

— важливість сфери діяльності – значення продукції, її особливості, експортна спроможність та імпортозалежність, частка сфери діяльності або конкретної продукції у обсягах валового регіонального продукту;

— стан внутрішнього регіонального та національного ринків, рівень конкуренції чи логістичні особливості продукції;

— рівень державного втручання в розвиток визначеної сфери діяльності, включаючи державні капітальні інвестиції, податки, можливість прискореної амортизації, інші преференції;

— соціальна компонента, яка характеризується пом'якшенням напруги на регіональному ринку праці, зростанням купівельної спроможності населення, станом довкілля;

— обсяги надходження до бюджетів всіх рівнів, особливо місцевих.

На нашу думку, потенціал регіональної господарської системи повинен враховувати складові інвестиційного клімату, і тим самим формувати основні параметри інвестиційної привабливості регіону, а саме: насиченість території факторами виробництва (природними ресурсами, робочою силою, основними фондами), ринковою інфраструктурою, характеризувати соціологічні параметри та гео економічні особливості.

Розмаїття підходів до визначення критерію “інвестиційний потенціал” дозволяє узагальнити проблему методологічного характеру, розкрити сутність самої категорії як єдності процесів його формування та реалізації.

У наукових працях, присвячених дослідженню інвестиційного потенціалу та формуванню структури його джерел є суттєві

протиріччя. Так, в окремих із них зазначається, що інвестиційний потенціал – “міра спроможності національної економіки та її окремих суб’єктів без порушення господарських пропорцій і зниження інституціонально визнаного рівня споживання і попиту, забезпечити фінансування свого розширеного розвитку” [1, с. 6]. Джерела його формування не враховують регіональних особливостей, представлені як сукупність власного інвестиційного потенціалу держави та недержавного інвестиційного потенціалу [1, с. 11].

На думку автора, такий концептуальний підхід до інвестиційного потенціалу не враховує інтелектуально-інформаційних ресурсів з притаманними їм властивостями: критичності, відповідності, ефективності, цільової єдності, глобальності та обов’язково, відтворювання, а також ресурсів фондового ринку.

Інші наукові школи в інвестиційному потенціалі вбачають сукупність ресурсів, віднесених до інвестиційних за критерієм можливого їх вкладення в статутний капітал.

Література.

1. Єгоров А.І. Формування і реалізація інвестиційного потенціалу в перехідній економіці на основі фіскального регулювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук: спец. 08.04.01 / А.І. Єгоров. – Х, 2002. – 18 с.

2. Стеченко Д.М. Інноваційні форми регіонального розвитку: навч. посібник / Д.М. Стеченко – К.: Вища шк., 2002. – 254 с.

ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ РЕФОРМИ В ДЕРЖАВІ

*Рибачук В.А., к.держ.упр., докторант,
Чорноморський державний університет ім. П. Могили*

В Україні збудовано багато житла, проте майже в усіх регіонах житлова проблема продовжує залишатися гострою, а будівництво житла - пріоритетним. Колись принадна радянська ідея "Кожній сім'ї по окремій квартирі до 2000 року" не могла бути виконана у великих містах за об’єктивними законами міського розвитку. Неможливо виконати її і сьогодні, якщо не змінити сам підхід, усю методологію. Як показав попередній радянський досвід, масова забудова типовим

житлом зовсім не обов'язково веде до вирішення житлового питання. Будь-яке масове будівництво, пов'язане з полегшеним порядком надання житла, притягає в це місто ще більший приплив населення, тому дефіцит квартир неминуче, закономірно зберігається.

Абсолютно очевидно, що там, де реформи ЖКГ проводяться без урахування рівня добробуту основних мас населення і без аналізу громадської думки, вони породжують соціальну напруженість, йдуть з відставанням від термінів і параметрів, встановлених державною програмою.

До того ж, не в усіх регіонах України повною мірою використовуються наявні можливості по здійсненню контролю за дотриманням стандартів якості послуг ЖКГ, якісному проведенню фінансового і технологічного аудиту житлово-комунальних тарифів. Регіональні органи влади недостатньо впливають на формування ринкового середовища у сфері виробництва робіт з експлуатації і ремонту інженерних систем міст і населених пунктів.

Одним з найважливіших чинників неефективності житлово-комунальної реформи стало і залишається невміння організувати виконання її заходів. Спочатку реформування житлово-комунальної сфери у рамках Програм проведення житлово - комунальної реформи на 1999-2001, 2002-2005 роки і на період до 2010 року [1, с. 22], було спрямовано на реалізацію таких напрямів, як: демонополізація житлово-комунального господарства, розвиток конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг, удосконалення системи фінансування житлово-комунального господарства, сплати житла і комунальних послуг та системи соціального захисту населення, здійснення ефективної тарифної політики, що мало б забезпечити беззбиткове функціонування підприємств ЖКГ; удосконалення системи управління в галузі ЖКГ, забезпечення державного регулювання і контролю щодо використання та утримання житлового фонду і об'єктів комунального призначення, запровадження договірних відносин між замовниками, виробниками, виконавцями та споживачами житлово-комунальних послуг. У свою чергу Загальнодержавна програма реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 роки [2] була спрямована на рішення таких основних завдань, як: організація ефективного управління у сфері виробництва і надання житлово-комунальних

послуг; поглиблення демонополізації житлово-комунального господарства, створення конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг; забезпечення беззбиткового функціонування підприємств житлово-комунального господарства; технічне переоснащення житлово-комунального господарства, скорочення питомих показників використання енергетичних і матеріальних ресурсів на виробництво житлово-комунальних послуг; залучення інвестицій та співпраця з міжнародними фінансовими установами та донорськими організаціями; забезпечення широкої громадської підтримки державної політики реформування та розвитку житлово-комунального господарства.

Проте здійснення цієї Програми спочатку не було підкріплене ні організаційно, ні ресурсами. У Програмі не були врегульовані співпраця та взаємодія державних органів та органів місцевого самоврядування у здійсненні реформи та функціонуванні ЖКГ. Недостатньо обґрунтованими були положення щодо створення керуючих компаній - посередників між споживачами і постачальниками житлово-комунальних послуг, що обумовлювало виникнення проблем з управлінням житловим фондом, передачею (делегуванням) повноважень. При цьому споживач і власник житла, як основний суб'єкт комунальних послуг, залишався осторонь. Загалом програма не забезпечувала досягнення балансу у розподілі управлінських та регулюючих функцій між основними суб'єктами ЖКГ - населенням, приватними власниками, територіальними громадами, органами самоврядування та державною владою. Незважаючи на її позитивні установки, в результаті значного невиконання заходів, передбачених Програмою, а також не охопленням деяких проблем гострота житлової проблеми не лише не була знята, але навіть посилилася. Це частково пояснюється суттєвим недофінансуванням виконання завдань Програми з Державного бюджету України та декларативним характером Загальнодержавної програми в частині її фінансового забезпечення з інших джерел.

Так, за кошти Державного бюджету України очікувалося фінансування лише заходів з технічного переоснащення житлово-комунального господарства, нормативно-правове та науково-технічне забезпечення виконання Програми. Іншими джерелами фінансування заходів Програми визначалися кошти місцевих бюджетів, підприємств

житлово-комунального господарства, міжнародних фінансових інститутів на умовах кредиту чи технічної допомоги, іноземні інвестиції, кошти фізичних та юридичних осіб по схемі залучення приватного сектора в діяльність підприємств, а також кредити вітчизняних банків. Прогнозувалося залучити коштів на загальну суму 34813 млн. грн., з яких кошти Державного бюджету – 3513 млн. грн., кошти місцевих бюджетів – 12592 млн. грн., кошти підприємств – 10225 млн. грн. та з інших джерел планувалося залучити 8483 млн. грн. [3].

Проблемами щодо коштів місцевих бюджетів стали відсутність критеріїв залучення коштів місцевих бюджетів, коштів підприємств та відсутність механізмів залучення коштів із інших джерел (зокрема, таких як: гранти, кредити міжнародних організацій, благодійні внески; іноземні інвестиції та кошти фізичних і юридичних осіб, що залучаються шляхом приватизації підприємств житлово-комунального господарства, передачі об'єктів галузі в управління, оренду, концесію; кредити вітчизняних комерційних банків). Відсутнє також економічне обґрунтування очікуваних обсягів залучення коштів з інших джерел, оскільки не були визначені механізми залучення коштів із інших джерел. Програмою не було передбачено створення економічних стимулів до залучення коштів власників житлових та нежитлових приміщень у багатоквартирному житловому фонді на капітальні поліпшення житла на умовах співфінансування з попереднім власником та надання, відповідно, державної підтримки таким власникам.

Література.

1. Житло та комунальні послуги: законодавство і судова практика: бюлетень законодавства і юридичної практики України. – 2008. – №3. – 272 с.
2. Законодавчі аспекти регулювання відносин в житлово-комунальному господарстві / В.І. Сергієнко, В.І. Торкатюк, А.М. Шутенко, О.М. Олещенко. – Харків: ХНАМГ, 2007. – 262 с.
3. Оцінка техніко-економічного стану об'єктів інфраструктури та виробничих фондів України: [монографія] / Б.М. Данилишин, М.А. Хвесик, М.Х. Корецький, О.І. Дадій. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. – 375 с.

МІСЦЕ ТВАРИННИЦТВА В ГАЛУЗЕВІЙ СТРУКТУРІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ

*Сагачко Ю.М., ст. викладач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Перехід до ринкових відносин супроводжується спадом виробництва в аграрному секторі, деформуванням галузевої структури сільськогосподарських підприємств, зниженням ефективності авансованого у виробництво капіталу. Під впливом внутрішньої і зовнішньої конкуренції, зміни кон'юнктури ринку часто виникає необхідність у прискореному розвитку одних галузей і скороченні виробництва продукції інших. Проте за будь-яких обставин підприємства, як правило, мають певні альтернативи у виборі виробничої діяльності, а отже і у формуванні галузевої структури виробництва. Орієнтир на високоліквідні види продукції, що виробляються в розріз спеціалізації, не завжди є економічно виправданим і вигідним товаровиробнику з точки зору стратегічних перспектив.

Диспропорції у структурі сільськогосподарського виробництва – результат несприятливих для розвитку економічних умов. Виробнича структура не раціональна як з економічної, так і з соціальної позицій. Тому необхідною умовою стає вдосконалення структури сільськогосподарського виробництва.

Визначення найбільш ефективного посидання галузей в сільськогосподарських підприємствах є однією з найбільш важливих проблем аграрного сектору економіки. Суть поставленої проблеми полягає у тому, щоб підібрати такі галузі, на продукцію яких існує попит, і які забезпечують у даних умовах найвищу прибутковість виробництва. Основним показником, що характеризує прибутковість діяльності сільськогосподарських підприємств, є рівень рентабельності господарської діяльності.

За рівнем рентабельності у 2010 р. сільськогосподарські підприємства Краснокутського району були поділені на чотири групи: I група – рівень рентабельності нижче 0; II група – рівень рентабельності знаходиться в межах 10-20 %; III група – 50-40 %; і до IV групи увійшли підприємства, рівень рентабельності яких був понад 40 %.

Ефективність виробництва в сільськогосподарських підприємствах залежить не лише від розміру галузей, які в них є провідними, а й від того, як розвинуті інші галузі, що мають товарний характер. Щоб врахувати ступінь розвитку усіх товарних галузей у підприємстві, необхідно визначити і проаналізувати коефіцієнт зосередження товарного виробництва.

Так, результати дослідження показують, що зростання прибутковості сільськогосподарських підприємств супроводжується зменшенням питомої ваги продукції тваринництва у структурі товарної продукції, але з деякими коливаннями. Так, у підприємствах першої групи, в яких рівень рентабельності становив у середньому по групі - 20,9 % галузь тваринництва взагалі відсутня, тоді як у підприємств четвертої групи з рівнем рентабельності 67,5 % - лише 4,6 %, а це більше на 4,5 % ніж у підприємств третьої групи з рівнем рентабельності 31,04 %. Відповідно на ВРХ припадало 4,9 % у підприємствах четвертої групи і 4,58 % у підприємств третьої групи, на м'ясо свиней – 5,07 % і 20,25 % відповідно і на молоко – 14,7 % і 1,63 % відповідно.

У середньому за сукупністю частка тваринництва становить 2,9 %, з них на ВРХ припадає 3,1 %, на м'ясо свиней – 8,6 % і на молоко – 5,1 %. Середній рівень рентабельності по підприємствах становив 29,3 %.

З вищевикладеного слідує, що за відсутності галузі тваринництва підприємства несли збитки. З збільшенням питомої ваги галузі тваринництва і зменшення галузі рослинництва підприємства одержують прибутки і навпаки. Отже ми спостерігаємо диспропорцію галузевої структури, яку слід оптимізувати з врахуванням наступних чинників: найбільш ефективне використання землі; планомірний і пропорційний розвиток основних, супутніх і підсобних галузей; впровадження науково обґрунтованої системи ведення землеробства і тваринництва; найбільш повне і рівномірне протягом року використання робочої сили і засобів виробництва; зменшення сезонності сільськогосподарського виробництва; збільшення оборотності коштів і забезпечення рівномірного надходження їх протягом року.

Якщо за допомогою показника структури товарної продукції роблять висновок про рівень розвитку окремих галузей і ступінь спеціалізації сільськогосподарських підприємств на виробництві продукції головної з них, то за коефіцієнтом зосередження товарного виробництва судять про рівень спеціалізації сільськогосподарського

підприємства з урахуванням всіх його товарних галузей.

Прийнято вважати, що підприємства є багатогалузевим, коли цей коефіцієнт не перевищує 0,20, зі слабким рівнем спеціалізації – 0,21-0,30, із середнім – 0,31-0,40, вище середнього – 0,41-0,50, високим – 0,51-0,60, і з глибоким – понад 0,60.

Нашим дослідженням було встановлено, що у підприємств третьої та четвертої груп коефіцієнт товарного зосередження становив 0,40 і 0,33 відповідно. При цьому рівень рентабельності по групі підприємств у третьої групи склав 31,04 %, а в четвертої 67,5 %. Згідно із запропонованою вище шкалою, ці підприємства мають середній рівень спеціалізації. А підприємства першої групи, які відносяться до підприємств з глибоким рівнем спеціалізації, мають рівень рентабельності -20,9 %.

Отже, сільськогосподарські підприємства із широкою галузевою структурою, середнім рівнем спеціалізації та вищою часткою тваринницької продукції мають високі показники прибутковості. Це означає, що стабільного прибутку можливо досягти лише із середнім і вище середнього рівнями спеціалізації, оскільки широкий спектр діяльності дозволяє мінімізувати ризик втрати стійкості через можливе погіршення кон'юнктури ринку на окремі види сільськогосподарської продукції.

Соціалізація може розглядатися як ряд приватних пристосувань, що складаються в безперервний процес розвитку, реорганізації життєвого досвіду. Динамічність поведінки визначається багатством набору таких шаблонів, який, у свою чергу, детермінується "динамічністю суспільства", частотою зміни й різноманітністю соціальних ситуацій, відносною свободою вибору індивіда й ступенем директивності суспільних норм і цінностей. Кожне суспільство має свій, характерний тільки для нього погляд на минуле, сьогодення й майбутнє, що визначає готовність суспільства до розвитку. Цей погляд - одна з найменш помітних, але найбільш могутніх детермінант соціальної поведінки. Будучи закладеним в ідеології самої освітньої системи, він практично невизначений зсередини цієї системи, але чітко відбивається в способі підготовки суспільством своєї молоді до громадського життя [1, с. 158]. З визначальних характеристик цього погляду, конкретного світосприймання складаються безліч нормативів, що детермінують діяльність найважливіших соціальних інститутів, які, у свою чергу, підтримують дані нормативи в суспільній свідомості.

Література.

1. Державне управління: філософські, світоглядні та методологічні проблеми : [монографія] / [За ред. В.М.Князева]. – К.: Вид-во НАДУ: Міленіум, 2003. – 320 с.
2. Дюркгейм Э. Метод социологии / Дюркгейм Э. - М. : Наука, 1991. – С. 25.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

*Сиченко О.О., к.е.н., доцент,
Дніпропетровський державний аграрний університет*

Корінні зміни в соціальній політиці держави – на національному та регіональному рівнях – повинні спиратися на відповідну правову базу. За двадцятирічну історію незалежності в Україні було прийнято понад сто законів, які встановлюють і регулюють відносини, пов'язані з питаннями соціальної політики [1]. Певною мірою значна кількість законів зумовлена необхідністю вироблення власної політики держави у сфері соціальних відносин. При цьому така політика повинна бути зорієнтованою на сучасний стан розвитку соціально-економічного стану держави. До того ж відсутність цілісної науково обґрунтованої концепції соціальної політики держави стала причиною зростання кількості нормативно-правових актів, предметом правового регулювання яких іноді є одні й ті самі питання.

Є певні проблеми з якістю підготовки соціальних законопроектів, через що виникає потреба у внесенні численних змін до відповідних законів. Прийняття значної кількості нормативно-правових актів у сфері соціальних відносин, яке не завжди є передумовою повноцінного захисту соціальних прав та гарантій громадян у державі (і навіть ускладнює процедуру їх реалізації) зумовлене наступними чинниками: необхідність вироблення власної політики держави у сфері соціальних відносин, яка була б зорієнтована на сучасний стан розвитку економіки держави; низька якість підготовки соціальних законопроектів; політична нестабільність у державі; прийняття низки популістських передвиборчих законів соціально орієнтованого спрямування; створення прецеденту економічно необґрунтованого розширення юридичних гарантій соціального забезпечення.

На загальнодержавному рівні необхідний основний Закон „Про основи соціальної політики”, закони „Про державні соціальні стандарти”, „Про соціальне партнерство”; потрібна система взаємопов’язаних документів, що забезпечує чітко сформульовану державну Концепцію соціального розвитку України на середньо і довгострокову перспективу.

До переліку пріоритетів соціальної політики в сучасній Україні доцільно віднести наступні. По-перше – у сфері зайнятості: структурна перебудова економіки в інтересах України та її населення; підвищення економічної активності; забезпечення ефективної, продуктивної, повної зайнятості працездатного і такого, що бажає працювати, населення; створення сучасних виробництв і робочих місць за рівнем продуктивності праці та культури організації; захист трудових прав та інтересів працівників за допомогою колективних переговорів, укладення угод і колективних договорів; сприяння суспільно корисного підприємництва.

По-друге – у сфері політики доходів: створення ефективної системи оплати праці, що забезпечує відтворення робочої сили; встановлення мінімальної заробітної плати на рівні прожиткового мінімуму; нормалізація на принципах соціальної справедливості політики доходів та податкової політики.

По-третє – у сфері соціального захисту населення: створення багато профільної системи захисту населення від соціальних ризиків, визначивши їх коло, форми і види соціального захисту; здійснення соціального захисту дитинства, сім’ї, працездатного населення, непрацездатних громадян.

По-четверте – в сфері охорони здоров’я населення: збереження і поліпшення здоров’я нації та її генетики; персоніфікація страхового і не страхового фінансування служб охорони здоров’я; підвищення професійного рівня і культури медичного обслуговування населення; демонополізація лікувально-профілактичної мережі; формування активної мотивації громадян до здорового способу життя; розробка і реалізація державних стандартів медичного обслуговування і здоров’я населення.

По-п’яте – сфера охорони довкілля: створення умов раціонального природокористування з мінімізацією шкоди середовищу діяльністю людини; екологічна реабілітація.

По-шосте – у сфері формування соціально-культурного середовища: культивування в суспільстві творчих цінностей (справедливість, моральність у праці, у побуті, взаємодопомога); підвищення цивілізованості соціального облаштування адміністративно-територіальні місць проживання людей; підвищення

ролі і якості загальної та професійної освіти; збереження мови і культури; соціальна інтеграція у сфері культури і освіти.

По-сьоме – у сфері галузевого розвитку соціального обслуговування: розвиток комплексу галузей соціального обслуговування населення як складової частини виробничо-галузевої бази національної моделі споживання, оздоровлення соціальної структури шляхом державної та суспільної підтримки нових творчих класів і соціальних груп.

Для досягнення основних цілей соціальної політики держави на загальнодержавному і регіональному рівнях виконавчої влади повинні нами бути зроблені певні заходи у відповідних напрямку, а саме:

— відновлення ролі доходів трудової діяльності в якості основного джерела грошових доходів населення й найважливішого стимулу розвитку виробництва та підвищення трудової активності працівників;

— забезпечення справедливого розподілу доходів на основі вдосконалення системи індивідуального оподаткування доходів і власності громадян;

— стимулювання використання доходів від трудової та підприємницької діяльності, доходів від власності для інвестування і кредитування соціально значущих програм;

— посилення адресності соціальної підтримки громадян;

— забезпечення стабільного фінансування соціальної сфери і соціальних програм.

Література.

1. Карпенко В.Я. Основи соціального законодавства України / В.Я. Карпенко // Управління проектами та розвиток виробництва: збірник наукових праць – Луганськ: Східноукраїнський державний університет, 2004. – № 2 (10). – С. 48 – 55.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Сірий Ю.М., здобувач,
Академія муніципального управління*

Якщо збільшується потреба суспільного господарства в високоосвіченій робочій силі й вслід за цим росте її відносна

* Науковий керівник – *Корецький М.Х., д.держ.упр., професор*

чисельність, то приріст продуктивності праці відбувається не за рахунок підвищення рівня освіти населення, а за рахунок науково-технічного прогресу, яким і були породжені рухи в оптимальній і фактичній структурі освіти. У цьому випадку освіта виступає не як причина або джерело економічного росту, а лише як умова реалізації можливостей, що відкриваються в ході поступального розвитку науки й техніки. Роль освіти як прискорювача науково-технічного прогресу також, на думку С. Дреша, неабияк велика. Посилене субсидування освіти з боку держави веде до того, що не тільки наука, але й усі інші сектори економіки одержують можливість користуватися високоосвіченою робочою силою по не занадто високій ціні. Виникає надлишкова пропозиція утворених кадрів, внаслідок чого їх починають використовувати на тих робочих місцях, на яких раніше трудилися особи з набагато нижчим рівнем кваліфікації. У цьому випадку освіта виступає не каталізатором, а гальмом економічного росту через непродуктивне використання ресурсів у суспільстві. Наукова позиція С. Дреша досить цікава, але неабияк велика. Підтвердженням цьому служать інші численні теорії, що відстоюють найважливішу роль освіти і її значення для економічної сфери. Крім того, у країнах з високим рівнем розвитку освіта давно вже стала пріоритетною сферою, що виражається, насамперед, в обсягах інвестицій, що направляються в дану сферу, а також у збільшенні числа освічених людей в абсолютнім і відноснім вираженні.

Функція забезпечення культурного відтворення. Французький соціолог Еміль Дюркгейм, аналізуючи систему освіти, підкреслював, що її основна функція - передача цінностей пануючої культури [2, с. 25]. Навчання як суспільне явище має родову системну якість - засвоєння суб'єктом цінностей культури, або вироблення механізмів їх культурного оволодіння. Будь-яка культурна спільність самовідтворюється шляхом передачі від покоління до покоління своїх специфічних цінностей, а саме:

— відбитої в ментальності її представників культурної моделі, сприйняття себе як складового елемента спільності, що забезпечує наступність світоглядного компонента свідомості, відповіді на запитання "Що є світ і що є Я в цьому світі?"

— базової суми або системи теоретичних і практичних знань, що забезпечує наступність практики способів, що існують, мироосвоєння й подальшого розвитку, відповіді на запитання "Що я здатний робити в цьому світі?"

— сформованих попереднім культурним розвитком традицій, що забезпечує наступність соціальної цілісності, відповіді на запитання

"Яким образом я можу існувати в цьому світі?"

Особистість несе в своїй свідомості ментальну модель миру - суб'єктивний образ об'єктивного існування миру поза нами. Ця модель є продуктом діяльності внутрішніх сил особистості й зовнішніх сил і відбиває загальний рівень суспільної свідомості. У стабільному суспільстві образи, що становлять картину миру й визначають поведінку людини, змінюються повільно. Напроти, в мінливому суспільстві, що швидко розвивається, індивід повинен постійно перебудовувати свою сукупність вистав відповідно до цих змін, коректуючи власну ментальну модель. Якщо вистави запізнюються в порівнянні з зовнішніми змінами, реакції індивіда на світ стають неадекватні.

Забезпечуючи відтворення інтелектуального потенціалу й набору розповсюджених у суспільстві ментальних образів, на рівні освітніх установ характер такого відтворення диференціюється залежно від того, який саме рівень і спрямованість відтворення користується попитом у даній ситуації. Дослідження змісту, переданого в ході освіти, форм, які ухвалюють процес передачі знань і навичок у рамках тієї або іншої культурної спільності, методів передачі змісту, дозволяє з'ясувати, які культурні запозичення відбувалися в сфері освіти і які зміни в результаті перетерплювала національна ментальність.

Функція соціалізації. Соціалізація - це процес включення індивіда в суспільство через засвоєння їм поведінкових шаблонів реагування на різні соціальні ситуації й нагромадження соціального досвіду, засвоєння нормативних орієнтирів діяльності й основних культурних цінностей, розвиток здатностей і практики участі в погоджених діях на основі конвенціональних норм.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КОМПЛЕКСНОГО СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

*Сорока М.П., к.е.н.,
Рівненський гуманітарний університет*

Макроекономічна форма стратегічного планування окреслює цілі розвитку національної економіки на тривалій період, є невід'ємною складовою економічної політики на перспективу і передбачає оптимізацію макропроцесів для встановлення динамічної

рівноваги. З метою її досягнення плануються темпи науково-технічного прогресу, вдосконалення макроструктури економіки, крупні зрушення в територіальному розміщенні продуктивних сил і залучення в господарський оборот нових природних ресурсів, суттєві галузеві зрушення, зміни життєвого рівня населення.

На різних стадіях суспільного відтворення в довгостроковій перспективі проявляється неспроможність ринку підтримувати його збалансованість. Це зумовлює відмінні за видами діяльності форми стратегічного планування, які виконують репродуктивну функцію, спрямовуючись на підтримання встановлених темпів та пропорцій суспільного відтворення, охоплюючи всі його стадії, забезпечуючи їх взаємозв'язок і збалансований розвиток [2, с. 182].

На першій стадії виробнича форма стратегічного планування виявляє довгострокові цілі для виробництва необхідної суспільству продукції, шляхи підвищення його ефективності і вдосконалення структури. Така форма оптимізує довгострокові пропорції між галузями і секторами національної економіки. Це досягається за рахунок реалізації довгострокових науково-технічних програм, структурної перебудови народного господарства, вирішення крупних суспільних і економічних задач, комплексного освоєння нових регіонів.

Наступна, розподільча форма стратегічного планування окреслює цілі, розподілу і перерозподілу доходу в, тому числі: забезпечення сприятливих умов для розширеного відтворення, зростання рівня життя населення, посилення заінтересованості працівників у підвищенні ефективності суспільного виробництва. Досягненню зазначеного сприяють виявлення перспектив розподілу факторів виробництва, створених засобів і предметів праці, раціональне поєднання інтенсифікації суспільного виробництва з підвищенням його соціальної спрямованості, посилення мотивації економічної діяльності, вдосконалення системи розподілу.

Обмінна форма стратегічного планування визначає шляхи доведення стратегічно важливих продуктів праці, що вироблятимуться, до їх споживачів на основі державних замовлень, господарчих договорів між виробниками і споживачами при мінімумі трансакційних та інших витрат обміну. У виявлених напрямках балансуються пропорції обміну між підрозділами суспільного виробництва: виробництвом соціального продукту, виробництвом засобів виробництва, виробництвом предметів споживання, невиробничою сферою.

Споживча форма стратегічного планування націлена на підвищення життєвого рівня населення, задоволення його потреб на основі використання довгострокових тенденцій у споживанні виробничих ресурсів, життєвих благ, динаміки їх наявних запасів при визначенні напрямів їх найбільш економного використання. Відповідно такої спрямованості оптимізуються пропорції матеріально-речової структури предметів споживання, виробничих ресурсів. Зазначене досягається переважно за допомогою довгострокових заходів інноваційної, промислової, екологічної та соціальної політики.

Сучасні трансформаційні процеси породжують необхідність, погоджувати довгострокові економічні інтереси у різних соціально-економічних укладах зумовлює такі форми стратегічного планування як план, господарчі договори (контракти), держзамовлення, контрольні цифри, нормативи. Їх взаємодія сприяє гармонійному цілеспрямованому поєднанню різноманітних інтересів у довгостроковій перспективі [1, с. 29].

В стратегічному плані напрями ув'язки економічних інтересів відображаються через основні цілі, заходи, соціально-економічні стратегії, послідовність їх втілення, сукупність яких утворює в складі стратегічного плану цільову, зведену, організаційну частини. В першу з них (цільову) включаються положення (ціль, об'єкт та інше), загальні для всіх показників і завдань стратегічного плану. Зведена частина складається з орієнтирів розвитку, втілених у переліку заходів і відповідних показниках. Організаційна частина конкретизує суб'єктів, тривалість впровадження, виконавців та інші пояснення щодо втілення стратегічного плану. Останній також вміщує стратегію в повному обсязі у додатку, а її кінцеві, ресурсні показники, найважливіші завдання – у відповідних частинах.

В будь-яких соціально-економічних умовах стратегічне планування виконує певне призначення, адекватно якому використовуються його форми. Вирішення завдань перехідних процесів у вітчизняній економіці актуалізує, серед останніх, саме трансформаційні складові. Господарські перетворення впливають на узгодження довгострокових економічних інтересів власників, визначаючи сфери їх найповнішої реалізації. У кожній них стратегічна ув'язка інтересів обумовлює залучення необхідних факторів виробництва та способи їх поєднання, а адекватна реалізація цих інтересів передбачає відповідне навантаження трансформаційних елементів стратегічного планування. Їх різноманітність функціонально поєднується на рівні складових системи, а адекватна її компонентам

форма ефективності конкретизується в показниках. Останні, характеризуючи кожну складову системи трансформаційних форм, утворюють відповідну систему показників ефективності. Сутність трансформаційних форм стратегічного планування та оцінка їх ефективності визначаються генезою перехідних економічних процесів формальними засобами.

Фактично приватизувалися лише доходи від функціонування цих об'єктів господарювання. З них через “штучні схеми” вилучалися “приватизовані” обігові кошти, що негативно позначалося на швидкості обороту виробничих фондів, витратах виробництва, його доходності, цінності акціонерного капіталу. Невисока вартість цінних паперів на приватизовані об'єкти і низька їх ліквідність, а також нерозвиненість фондового ринку для перепродажу сприяли тимчасовому “консервуванню” власності серед населення. Його формальний статус власника не сприяв реалізації відповідних економічних інтересів і, таким чином, в процесі формальної приватизації ефективний власник не сформувався.

Література.

1. Варналій З.С., Мокій А.І., Новикова О.Ф., Романюк О.Ф., Романюк С.А. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / Національний ін-т стратегічних досліджень / З.С. Варналій (ред.). — К. : Знання України, 2005. — 498с.

2. Кузьменко Л.М. Управление функционированием и развитием экономики региона: монография/ НАН Украины. Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 2004. – 284с.

ПРОБЛЕМИ БЕНЧМАРКІНГУ В УКРАЇНІ

***Сухомлин Д.О., студент*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Бенчмаркінг — безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Дієвий інструмент для визначення становища

* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач

компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та/або сферою діяльності, організаціями.

Його можна розглядати як один з напрямків стратегічно зорієнтованих маркетингових досліджень.

У центрі уваги бенчмаркінгу — запитання: чому інші працюють успішніше, ніж ми? Основний зміст та мета бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу.

Бенчмаркінг в тому вигляді, в якому він відомий нам сьогодні, був розроблений в США в сімдесятих роках, але його основні концепції були відомі значно раніше. Дослідження наукових методів організації праці проводив ще Фредерік Тейлор в кінці дев'ятого століття. Вони також можуть вважатися основами концепції бенчмаркінга.

Методика бенчмаркінгового дослідження досить добре розроблена, має під собою серйозне теоретичне обґрунтування та неодноразово успішно випробувалась на практиці. Чому ж ми практично не маємо прикладів застосування методики бенчмаркінгу вітчизняними фірмами?

Можна виділити дві основні проблеми, що створюють такий стан речей:

— дає про себе знати брак досвідчених фахівців відповідної спеціалізації;

— сьогодні небагато вітчизняних підприємств бажають розкривати секрети свого успіху. Тут спрацьовує наша національна звичка у всьому бачити так звану «комерційну таємницю».

Відповідно до першої проблеми, можна сказати, що система вищої освіти України реагуючи на потреби ринку почала випускати відповідних фахівців. Проте керівництво більшості підприємств не спішить давати «зелене світло» молодим фахівцям і продовжує використовувати традиційні методи дослідження зовнішнього середовища, посилаючись на те, що молодь немає досвіду. Не спішать «управлінці зі стажем» залучати і досвідчених зарубіжних фахівців, говорять: - «...дорого, та й не наш це метод!». Отже, бачимо, що ця «проблема» штучна, і при бажанні її можна вирішити.

Щодо другої проблеми, то дійсно вітчизняні підприємства не спішать ділитися технологіями свого успіху. В цьому разі в пригоді стане досвід деяких російських компаній, що зіткнулися з аналогічними труднощами та змогли їх подолати. Цікавим є досвід

проведення бенчмаркінгу Ірбітським мотоциклетним заводом, фахівці якого шукали інформацію не на вітчизняних підприємствах-конкурентах, а вивчали та втілювали досягнення аналогічних зарубіжних компаній. Адже керівництво зарубіжних фірм вважає, що навчаючи кого-небудь - зростаєш і навчаєшся сам.

Не можна нехтувати також нагодами отримати інформації через особисті зв'язки, знайомства на показах, семінарах, конференціях. В пригоді стане й більш тісне спілкування з партнерами, дистриб'юторами та постачальниками, оскільки вони реально зацікавлені в успіху всього бізнесу.

Отже, можна сказати, що можливості для застосування зарубіжного досвіду стратегічного аналізу конкурентного середовища в Україні реально існують. А досягнення позитивного результату від його застосування залежить тільки від власного бажання і зусиль.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА (МСБ)

***Цымбал Б.М., студент*,
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства им. П. Василенка***

Малые и средние предприятия - основа ускоренного перехода к рыночным отношениям, активатор структурной перестройки экономики. Развитие малого и среднего бизнеса - важное условие трансформации экономики Украины. Расширение сети малых и средних предприятий способно ослабить монополизм, создать необходимые условия конкуренции, заполнить ниши в потребительской сфере. МСБ создает рабочие места, является основным источником формирования среднего класса, тем самым способствуя проведению социальных реформ. Они являются фундаментом национальной экономики. Наличие большого числа малых предприятий в экономике придает экономической системе гибкость, маневренность, приспособляемость к быстро изменяющейся обстановке и конъюнктуре рынка.

Успешное ведение МСБ приводит к его развитию и зависит от многих факторов:

* *Научный руководитель – Лагода Т.А., ст. преподаватель*

1. Государственная поддержка финансового характера:

— снижение процентных ставок по займам, предназначенным для новых технологий, имеющим цель сэкономить энергетические и материальные ресурсы, внести инвестиции в создание новых рабочих мест, развитие экспорта;

— развитая система целевых кредитов со скидками, включая приобретение оборудования;

— доверительные кредиты для фирм, испытывающих острое финансовое затруднение;

— льготный налоговый режим на инвестиции и оборудование и т. д.

Последний вид поддержки малого бизнеса - практически единственный из действующих в нашей стране.

2. Социальная ответственность, МСБ несёт ответственность перед обществом и обязан жертвовать частью своих ресурсов и усилий на благо усовершенствование общества.

3. Соблюдение культурных, этических и правовых норм, особенно честности и порядочности в деловых отношениях.

4. Слаженная работа специалистов в области маркетинга, которые должны следить за внешней маркетинговой средой, координировать стратегию, оценивать деятельность фирмы и её конкурентов, получать поддержку решений, подкреплять видение и интуицию, правильно планировать и осуществлять рекламную кампанию, повышать эффективность деятельности и доверие к рекламе, формировать благоприятный имидж фирмы, снижать финансовый риск вследствие прогнозирования ситуации на рынке.

5. Разработка бизнес-планов с использованием внешней и внутренней информации. На этапах создания предприятий, перспективного планирования, заключения договоров, получения кредитов важным является правильная разработка бизнес-плана. Она даёт возможность предпринимателю чётко сформулировать свои цели и задачи, определить возможные пути их решения, улучшить организацию своей работы на начальном периоде становления бизнеса, а также является необходимым и важным подготовительным этапом деловых переговоров предпринимателя с его потенциальными спонсорами - банкирами, инвесторами венчурного капитала. Разработка бизнес-плана является убедительным аргументом при контактах с потенциальными инвесторами. Ценность бизнес-плана заключается в следующем:

— даёт возможность определить степень жизнеспособности

будущего бизнеса (предприятия, проекта) в условиях конкуренции на рынке;

— содержит ориентиры, согласно которым будет осуществлять свою деятельность начинающий предприниматель;

— является важным инструментом получения финансовых кредитов от внешних венчурных инвесторов;

— способствует проведению экспертизы разработок в области высоких технологий с целью оценки их рыночной стоимости и спроса на них.

Правильно разработанный бизнес-план, даёт возможность предпринимателю избежать большого количества ошибок. Разработанный инвестиционный бизнес-проект оценивается по таким принципам:

— моделирование потоков продукции, ресурсов и денежных средств;

— учёт результатов в анализе рынка, финансового состояния предприятия (фирмы), претендующего на реализацию бизнес-проекта, степени доверия к руководителям проекта, влияния реализации инвестиционного проекта на окружающую среду и т. д.;

— оценка эффективности проекта посредством сопоставления потенциальных результатов и затрат с ориентацией на достижение требуемой нормы дохода на капитал или иных показателей;

— приведение предстоящих разновременных расходов и доходов к условиям их соизмеримости по экономической ценности в начальном периоде;

— учёт влияния инфляции, задержек платежей и других факторов, влияющих на ценность используемых денежных средств;

— учёт неопределенности и рисков, связанных с осуществлением инвестиционного бизнес-проекта.

6. Гибкая ценовая политика обеспечивает выживаемость, максимизацию текущей прибыли, экспансию на рынке, завоевание лидерства по показателям качества товара, стабилизацию цен, уменьшение запросов поставщиков и др.

7. Качество товара - это один из главных показателей конкурентоспособности. Более качественный товар, несмотря на высокую цену, значительно эффективнее в применении.

8. Предприниматель должен обладать деловыми качествами, быть сильной личностью, самосовершенствоваться, т. е. стараться овладеть

минимально необходимыми знаниями в области экономики и организации бизнеса, повышать квалификацию и переучиваться в соответствующих учебных центрах и зарубежных специализированных стажировках.

9. Здоровая конкуренция и нормальная экономическая ситуация на отечественном и зарубежном рынках.

10. Внедрение инноваций для реализации бизнес идеи.

11. Выход МСБ на международные рынки сбыта. При этом экспортная деятельность требует:

— более значительных усилий для понимания специфики зарубежного рынка, его политической, социально-экономической, правовой и культурной сред;

— глубокого знания конъюнктуры рынка;

— понимание мотивов покупательского поведения потребителей за рубежом;

— умение максимально удовлетворить потребителя своим товаром (услугой);

— учёта острой конкуренции на внешнем рынке, более высоких требований к товарам, их качеству, сервису, рекламе и др.;

— более гибкого и творческого использования маркетинговых принципов и методов, проведения предварительных маркетинговых исследований;

— учёта имеющихся таможенных тарифов и барьеров, квот, валютного контроля, экологических требований и др.;

— правовой защиты экспортируемых товаров — наличие патентов, лицензий, сертификатов и других охранных документов;

— соответствия продукции требованиям международных стандартов;

— учёта существующих языковых различий;

— знания международного и иностранного законодательства;

— умения правильно оформить сделку и выгодно продать товар за пределами своей страны;

— учёта особенностей финансовых расчётов и т.д.

Таким образом, успешное развитие МСБ возможно при условии выполнения приведенных выше факторов, что приведёт к развитию экономики и росту доходов государства.

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИЙНЯТТЯ ЦІНОВИХ РІШЕНЬ У ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ТОРГІВЛІ

***Черкашина М.В., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка,
Мілаш І.В., к.е.н., доцент, Мазепа Т.С., к.е.н.,
Харківський державний університет харчування та торгівлі***

Продовольчі товари завжди будуть користуватися попитом, адже вони задовольняють базову потребу людей – харчування. Власники продовольчих магазинів почувають себе впевнено як під час економічного підйому, так і в період спаду. При цьому вони стикаються з проблемою встановлення цін на пропоновані товари і послуги.

Предметом цінової політики торговельного підприємства виступає не ціна товару в цілому, а один її елемент – торговельна надбавка, яка характеризує ціну торговельної послуги, що пропонується покупцеві при реалізації товарів. Торговельна надбавка виступає як ціна торговельної послуги і формується у відповідності із загальним механізмом ціноутворення. Її розмір повинен не лише покрити обсяг витрат обігу підприємств торгівлі, але й забезпечувати отримання прибутку.

Переважно більшість роздрібною ціни реалізації товарів складає виробнича складова, тобто ціна виробника. Хоча торговельне підприємство і може впливати на рівень цієї ціни, рівень цього впливу незначний. Значною мірою рівень ціни виробника визначається чинниками виробничого характеру та його маркетинговою стратегією.

На відміну від торговельного підприємства, виробниче підприємство повністю самостійне в питанні встановлення рівня ціни на власну продукцію. Торговельне ж підприємство самостійне лише у межах встановленні розміру торговельної надбавки, який складає визначений відсоток від ціни роздрібною реалізації товару. У зв'язку з цим цінова політика роздрібною торговельного підприємства значною мірою орієнтується на цінову політику виробника товарів.

Основна частина роздрібною ціни товару формується виробником або постачальником, предметом же цінової політики роздрібною торговельного підприємства є торговельна надбавка.

При обґрунтуванні розміру торговельної надбавки роздрібною продовольчим торговельним підприємствам необхідно виходити з вільної відпускної ціни підприємства-виробника або ціни оптового

посередника, враховувати як кон'юнктуру ринку конкретного товару, так і витрати й потреби самого підприємства. Від величини надбавки залежить розмір і рівень валового доходу торговельного підприємства.

Роздрібні продовольчі торговельні підприємства здійснюють реалізацію великої кількості товарів. Широта і глибина товарного асортименту обумовлює використання політоварної цінової політики, за якої рівень торговельної надбавки диференціюється не за товарами, а за асортиментними групами та комплексами споживчих товарів.

Диференціюючи рівні торговельної надбавки, що й становить суть цінової політики в торговельному підприємстві, власник намагається віднайти оптимальне співвідношення між споживчими вимогами та фактичним рівнем торговельного обслуговування.

Ступінь гнучкості цінової політики підприємства торгівлі обмежена, має більш стандартний характер щодо окремих груп покупців, часу реалізації, цінової ситуації. Встановлення ціни відбувається не в ході контакту з покупцем, а перед початком робочого дня. У зв'язку з цим продавець не має можливості гнучкої зміни роздрібною ціни.

Встановлювати фіксований рівень торговельної надбавки на тривалий термін є недоцільним, оскільки зміна кон'юнктури споживчого ринку і конкурентного оточення призводить до коливання ринкових цін, що неодмінно повинно знайти відображення і бути врахованим при встановленні рівня торговельної надбавки в роздрібній торгівлі. Рівень надбавки залежить від виду і особливостей товару, місця реалізації, і навіть в межах одного підприємства на різні товари встановлюються різні рівні надбавки. Зрештою її обґрунтування зводиться до встановлення диференційованих надбавок і їх ув'язки з обсягом реалізації з метою отримання максимального розміру доходу від реалізації.

На сучасному етапі збільшується кількість чинників, що впливають на процес прийняття цінових рішень у роздрібному торговельному підприємстві. Це обумовлює розширення кола проблем, пов'язаних з їх виявленням та оцінкою у підприємстві.

До основних зовнішніх чинників, що впливають на величину торговельної надбавки підприємства роздрібною торгівлі відносяться: споживачі, державні установи, виробники і оптовики, конкуренти.

Перелічені чинники впливають на розмір торговельної надбавки і політику ціноутворення роздрібного торговельного підприємства. При чому, в одних випадках вони надають лише незначного впливу, а в інших – жорстко обмежують можливості встановлення цін.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ ВІД СТАРОДАВНЬОГО ЄГИПТУ І ДО СУЧАСНОСТІ

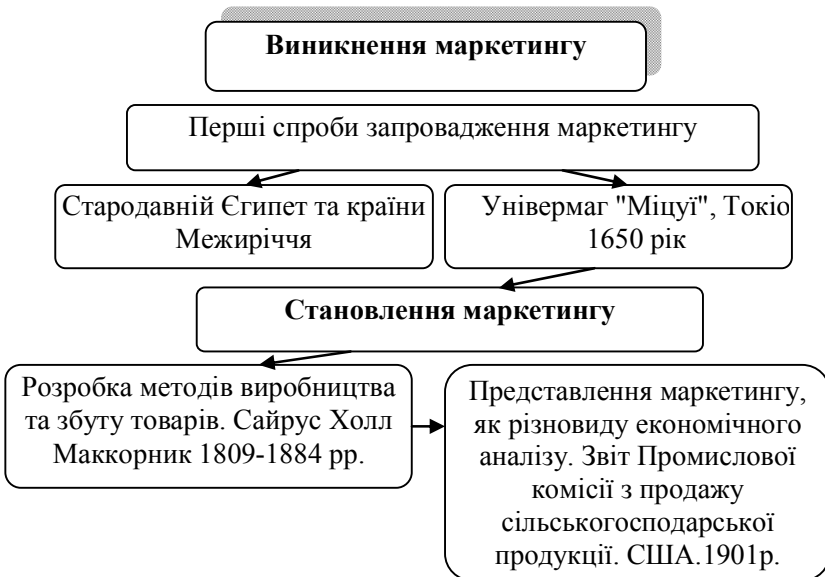
Шебанова О.О., ст. викладач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Започаткування та розвиток маркетингу в наукових джерелах представлено різними інтерпретаціями. Це необхідно вимагає з'ясування дійсних реалій динаміки маркетингових досліджень.

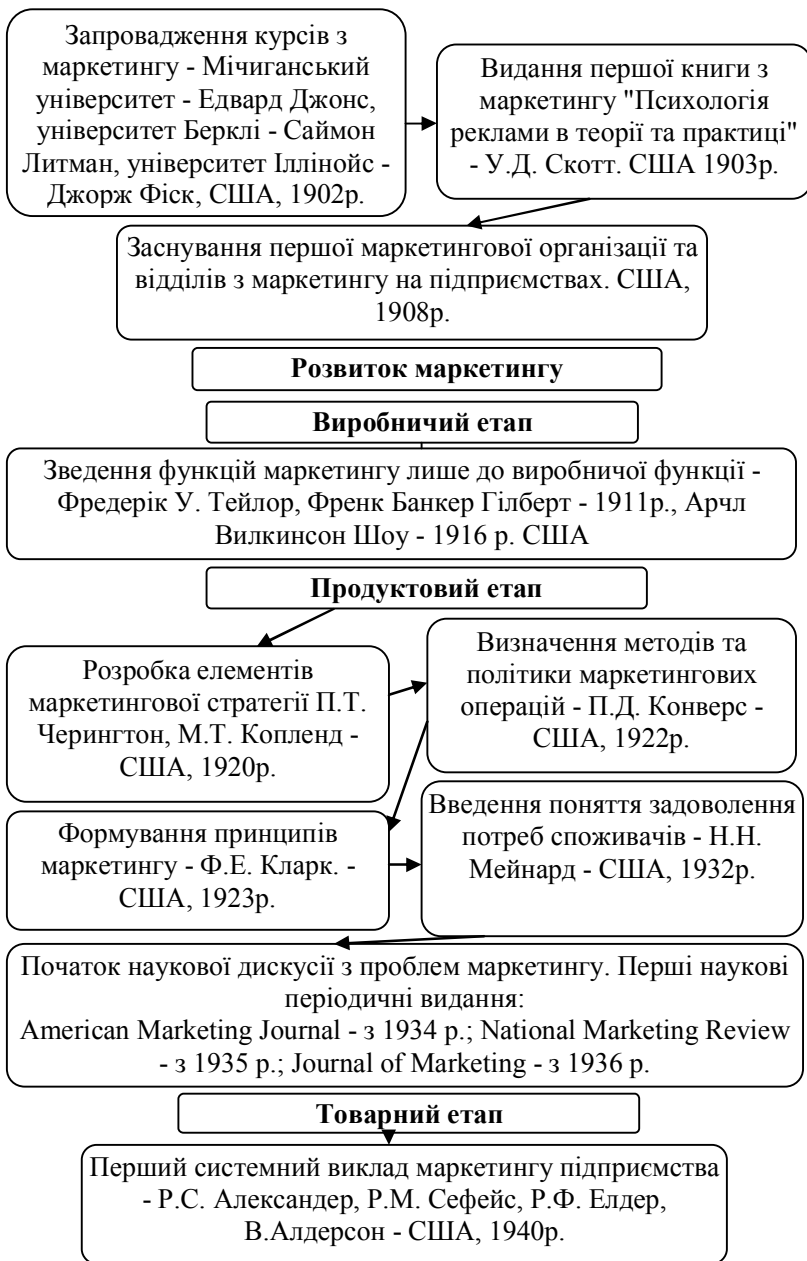
Незважаючи на великий обсяг робіт, в яких порушено дане питання, зостається не висвітленим взаємозв'язок економічних процесів з становленням маркетингу як науки.

Розвиток маркетингу від Стародавнього Єгипту до сучасності можна представити у вигляді схеми:

Схема1.



* Науковий керівник – Онегіна В.М., д.е.н., професор







Висновки. Аналіз становлення та динаміки розвитку маркетингу дозволяє дослідити еволюцію маркетингу від виробничого до маркетингового етапу, визначає тенденцію його подальшого вдосконалення, в площині цілковитої орієнтації на споживача, запровадження новітніх методів формування маркетингової стратегії, з використанням ефективного математичного апарату і його сучасного програмного забезпечення.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Шевченко Ю.В., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Переорієнтація виробництва на споживача, його інтереси й переваги можлива лише за умов насичення ринку та здорової конкуренції. Тому нині підприємствам необхідно налаштуватися на маркетингову філософію бізнесу, на активну економічну й господарську діяльність з чітко сформованими цілями та адекватно обраними засобами для досягнення цих цілей.. Жодна організація не може існувати заради самої себе. її головне завдання — задоволення потреб тих груп населення, для обслуговування яких вона й була створена. Методи та інструменти маркетингу найкраще підходять для вирішення цього завдання.

Головна мета маркетингу — забезпечення рентабельності операцій, отримання високих комерційних результатів, певного прибутку в заданих межах часу, наявних ресурсів і виробничих можливостей, завоювання запланованої частки ринку та інше. За П. Дойлем, концепція маркетингу на сьогодні є "...серцем системи підприємництва. В економіці, побудованій на принципах конкурентної боротьби, покупці мають можливість вибору між товарами різних компаній. Споживачі бажають придбати товари, пропозиції яких мають найвищу цінність. А цінність товару — функція сприйняття цінності й ціни пропозиції компанії. Відповідно, для того, щоб досягти успіху, компанія повинна запропонувати товар найвищої цінності і якості за нижчою ціною, порівняно з конкурентами. Мислення категоріями маркетингу відкритих систем стосовно бізнесу означає:

— система маркетингу може започатковуватись лише на нашому ставленні до того, що собою являє здійснення ділової угоди;

— здійснення кожної нової ділової угоди приносить добробут суспільству, а конкретному бізнесу — прибуток;

— ідея конкуренції, сприйнятлива для закритих і стабільно діючих систем, де вона — головне джерело саморозвитку, в сучасному господарському житті стає вже перешкодою до розвитку.

* Науковий керівник – Бобловський О.Ю., доцент

Поняття маркетинг, що застосовується в галузі управління економікою, утворене від англійського слова market (ринок), суфікс -ing означає дію, яку роботу, що виконується на ринку. Новий підхід до підприємницької діяльності з'явився на початку 60-х років ХХ століття після публікації Т. Левіттом у наукових працях Гарвардської школи бізнесу статті "Короткозорість маркетингу", в якій стверджувалося, що найбільш надійною гарантією досягнення цілей підприємства є визначення потреб і побажань обраних груп споживачів цільових ринків і забезпечення необхідного рівня задоволення потреб, ефективнішими, ніж у конкурентів, засобами. Цей новий підхід до підприємництва, заперечував стару концепцію бізнесу — прагнення до максимізації прибутку за рахунок масового виробництва та інтенсифікації зусиль щодо збуту виробленої продукції [1]. Концепція сучасного маркетингу як нова філософія бізнесу відображає дотримання підприємством теорії і практики суверенітету споживача: виробляти те, що потрібно споживачеві, й отримувати прибуток за рахунок найповнішого задоволення його потреб. Виконання цих вимог можливе лише за умови, якщо підприємство досить самостійне в господарському відношенні, а управління його започатковано на гуманних засадах. Впровадження в практику підприємництва концепції маркетингу дає змогу вирішити комплекс питань:

- відтворити двосторонні відносини між продавцем і покупцем через вивчення ринку, розподіл, просування товару та реклами;
- розвивати рекламу та інші форми стимулювання збуту;
- здійснювати координацію всієї роботи з задоволення інтересів споживача як головної мети підприємництва.

Особливої уваги заслуговує реалізація маркетингу відносно нових напрямів бізнесу. В цьому разі маркетинг повинен відіграти дві ключові ролі:

— виявлення нових можливостей. Маркетинг є тією самою функціональною сферою, яка несе відповідальність за виявлення нових можливостей, збір і аналіз відповідної інформації та привернення уваги вищого керівництва компанії до цих нових можливостей.

— рекомендації щодо пропонованих стратегічних дій. Рішення про придбання чи поглинання, про стратегічні альянси, про розподіл та вихід з ринку мають пряме відношення до маркетингу. Важливим фактором незадоволеності і провалу таких дій, як правило, буває відсутність серйозного маркетингового опрацювання подібних

рішення.

Впровадження маркетингу в практику бізнесу передбачає, що бізнес має ставити перед собою такі завдання і проводити таку політику, яка передусім відповідала б потребам споживачів, а вже потім виходила із наявних ресурсів і можливостей.

Література.

1. Федуллова Л.І. Роль маркетингу в управлінні організацією / Л.І. Федуллова // Менеджмент організацій – 2006.- С. 135-142.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ПЛАНУВАННЯ ВНУТРІШНЬОВИРОБНИЧИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДРОЗДІЛІВ ПІДПРИЄМСТВА

Явдак М.Ю., аспірантка,
Харківський національний економічний університет*

Трансформації ринкових відносин, перетворення споживчих запитів і вимог покупців, стрімкий розвиток техніко-технологічної бази виробництва вимагають від підприємства надзвичайної активізації в сфері підготовки та впровадження заходів щодо пристосування до нових умов господарювання. Процес планування та оцінки ефективності господарської діяльності має бути насамперед тісно пов'язаним з економічними умовами господарювання, відображенням яких у відповідних системах показників стає утворення збалансованого набору індикаторів, що характеризує стан протікання усіх стадій відтворювального циклу, маркетингово-збутові та фінансові аспекти прийняття та реалізації управлінських рішень, а також закономірності циклічності динаміки розвитку підприємства. Отже, до складу основних завдань, які вирішуються в ході формування системи показників планування та оцінки ефективності, слід віднести такі: орієнтація і адаптація до умов господарського середовища; кількісне вираження цілей підприємства й індикаторів досягнення їхнього досягнення; реалізація порівняльного (бенчмаркетингового) підходу до визначення пріоритетів розвитку з урахуванням параметрів діяльності провідних конкурентів.

* Науковий керівник – Грицьова В.М., д.е.н., професор

Необхідними передумовами для забезпечення дієвості системи показників планування та оцінки діяльності підприємства є дотримання таких основних вимог, пов'язаних із збалансованим поєднанням при цьому принципів самоорганізації та контролю: стимулювання виробничо-технічного і соціально-економічного розвитку усіх підрозділів на основі точного і адекватного визначення результатів діяльності; високу матеріальну зацікавленість персоналу підприємства в досягненні необхідних кінцевих результатів трудової, виробничо-збутової й фінансової діяльності; повна відповідальність вищого керівництва і фахівців підприємства за загальні результати діяльності, виконання усіх договірних зобов'язань із замовниками продукції, податковими службами, кредитними організаціями та ін.; отримання планованих прибутків або доходу як необхідної фінансової основи виконання річної виробничої програми підприємства і подальшого розвитку його потенціалу; встановлення прямої залежності між планами виробництва і продажу продукції та загальними прибутками, рівнем ефективності виробництва і особистим винагородженням працівників.

Реалізація зазначених вимог в ході формування системи планування та оцінки виробничо-збутової діяльності є невід'ємною складовою утворення адаптивного механізму управління підприємством, що, з одного боку, сприятиме гнучкому пристосуванню підприємства до різких непередбачених змін господарського середовища, а з іншого, буде перешкоджати можливому зростанню непродуктивних витрат (особливо – в сфері внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів підприємства). Суб'єктами внутрішньовиробничих зв'язків виступають структурні підрозділи, що безпосередньо беруть участь в основному виробничому процесі, допоміжні підрозділи (служби), функціональні відділи (служби), пов'язані з постачанням виробництва сировиною (напівфабрикатами) і реалізацією готової продукції споживачам.

Послідовність планування та оцінки ефективності внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів підприємства складається з таких основних етапів: формування стратегії розвитку та визначення принципів упорядкування виробничої структури підприємства; поточне планування діяльності підприємства у цілому і за структурними підрозділами; облік результатів діяльності та оцінка ефективності функціонування підрозділів та підприємства в цілому; коригування стратегії розвитку, структури і поточних планів.

Кожній базовій операції відповідає показник або набір

показників нижнього рівня, визначених при прив'язці базової операції до конкретного робочого місця підрозділу підприємства або окремого виконавця. Показники повинні формуватися при закритті операції і фіксуватися в таблицях, що відповідають виду інформації, що характеризує зміст показника по групах: бюджетні показники, кількісні показники, планові показники, облікові показники, розрахункові показники.

Кількісні показники відбивають рух предметів обліку в натуральному вираженні. Планові показники формуються в базових операціях, використовуваних в процесах планування руху матеріальних засобів (як у натуральному, так і у вартісному вираженні). Бюджетні показники формуються при складанні кошторисів і фінансових планів підприємства.

В результаті агрегації бухгалтерських записів виконується перехід від аналітичного до синтетичного обліку, єдність яких забезпечується при виконанні наступних умов: суми сальдо і оборотів усіх записів аналітичного обліку конкретного синтетичного рахунку при агрегації мають дорівнювати сумам сальдо і оборотів по цьому синтетичному рахунку. Агреговані показники описують не конкретну господарську операцію, а характеризують окремий економічний об'єкт, завершений процес управління, виконану функцію, вирішене завдання. Результатом виконання певної функції в системі є сукупність показників, використовуваних для конкретної мети управління або для складання форм оперативної звітності. Кожне завдання визначає формування узагальнених показників конкретної форми бухгалтерської або статистичної звітності.

На рівні процесів управління, функцій і завдань можуть також здійснюватися вибірка заданої інформації з масиву даних з угрупованням її за встановленими ознаками, підсумовування даних в різних аспектах, розрахунок відхилень (сальдирування) або визначення відносних величин. Виконання операцій над отриманими раніше показниками нижчого рівня (зіставлення показників за певні періоди, порівняння нормативно-планових і фактичних величин, розрахунок показників економічного аналізу та ін.) призводить до формування нових показників більше високого рівня. Порівняння показників окремих підрозділів з «середніми» показниками на рівні усього підприємства є додатковим джерелом інформації про ефективність внутрішньовиробничих зв'язків.

ПЛАНУВАННЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВНУТРІШНЬОВИРОБНИЧИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДРОЗДІЛІВ В ПРОЦЕСІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Явдак М.Ю., аспірантка,
Харківський національний економічний університет*

Трансформації ринкових відносин, перетворення споживчих запитів і вимог покупців, стрімкий розвиток техніко-технологічної бази виробництва вимагають від підприємства надзвичайної активізації в сфері підготовки та впровадження заходів щодо пристосування до нових умов господарювання. Процес планування та оцінки ефективності господарської діяльності має бути насамперед тісно пов'язаним з економічними умовами господарювання, відображенням яких у відповідних системах показників стає утворення збалансованого набору індикаторів, що характеризує стан протікання усіх стадій відтворювального циклу, маркетингово-збутові та фінансові аспекти прийняття та реалізації управлінських рішень, а також закономірності циклічності динаміки розвитку підприємства. Отже, до складу основних завдань, які вирішуються в ході формування системи показників планування та оцінки ефективності, слід віднести такі: орієнтація і адаптація до умов господарського середовища; кількісне вираження цілей підприємства й індикаторів досягнення їхнього досягнення; реалізація порівняльного (бенчмаркінгового) підходу до визначення пріоритетів розвитку з урахуванням параметрів діяльності провідних конкурентів.

Необхідними передумовами для забезпечення дієвості системи показників планування та оцінки діяльності підприємства є дотримання таких основних вимог, пов'язаних із збалансованим поєднанням при цьому принципів самоорганізації та контролю: стимулювання виробничо-технічного і соціально-економічного розвитку усіх підрозділів на основі точного і адекватного визначення результатів діяльності; високу матеріальну зацікавленість персоналу підприємства в досягненні необхідних кінцевих результатів трудової, виробничо-збутової й фінансової діяльності; повна відповідальність вищого керівництва і фахівців підприємства за загальні результати діяльності, виконання усіх договірних зобов'язань із замовниками продукції, податковими службами, кредитними організаціями та ін.;

* Науковий керівник – Грицьова В.М., д.е.н., професор

отримання планованих прибутків або доходу як необхідної фінансової основи виконання річної виробничої програми підприємства і подальшого розвитку його потенціалу; встановлення прямої залежності між планами виробництва і продажу продукції та загальними прибутками, рівнем ефективності виробництва і особистим винагородженням працівників.

Реалізація зазначених вимог в ході формування системи планування та оцінки виробничо-збутової діяльності є невід'ємною складовою утворення адаптивного механізму управління підприємством, що, з одного боку, сприятиме гнучкому пристосуванню підприємства до різких непередбачених змін господарського середовища, а з іншого, буде перешкоджати можливому зростанню непродуктивних витрат (особливо – в сфері внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів підприємства). Суб'єктами внутрішньовиробничих зв'язків виступають структурні підрозділи, що безпосередньо беруть участь в основному виробничому процесі, допоміжні підрозділи (служби), функціональні відділи (служби), пов'язані з постачанням виробництва сировиною (напівфабрикатами) і реалізацією готової продукції споживачам.

Послідовність планування та оцінки ефективності внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів підприємства складається з таких основних етапів: формування стратегії розвитку та визначення принципів упорядкування виробничої структури підприємства; поточне планування діяльності підприємства у цілому і за структурними підрозділами; облік результатів діяльності та оцінка ефективності функціонування підрозділів та підприємства в цілому; коригування стратегії розвитку, структури і поточних планів.

Кожній базовій операції відповідає показник або набір показників нижнього рівня, визначених при прив'язці базової операції до конкретного робочого місця підрозділу підприємства або окремого виконавця. Показники повинні формуватися при закритті операції і фіксуватися в таблицях, що відповідають виду інформації, що характеризує зміст показника по групах: бюджетні показники, кількісні показники, планові показники, облікові показники, розрахункові показники.

Кількісні показники відбивають рух предметів обліку в натуральному вираженні. Планові показники формуються в базових операціях, використовуваних в процесах планування руху матеріальних засобів (як у натуральному, так і у вартісному вираженні). Бюджетні показники формуються при складанні кошторисів і фінансових планів підприємства.

В результаті агрегації бухгалтерських записів виконується перехід від аналітичного до синтетичного обліку, єдність яких забезпечується при виконанні наступних умов: суми сальдо і оборотів усіх записів аналітичного обліку конкретного синтетичного рахунку при агрегації мають дорівнювати сумам сальдо і оборотів по цьому синтетичному рахунку. Агреговані показники описують не конкретну господарську операцію, а характеризують окремих економічний об'єкт, завершений процес управління, виконану функцію, вирішене завдання. Результатом виконання певної функції в системі є сукупність показників, використовуваних для конкретної мети управління або для складання форм оперативної звітності. Кожне завдання визначає формування узагальнених показників конкретної форми бухгалтерської або статистичної звітності.

На рівні процесів управління, функцій і завдань можуть також здійснюватися вибірка заданої інформації з масиву даних з угрупованням її за встановленими ознаками, підсумовування даних в різних аспектах, розрахунок відхилень (сальдирування) або визначення відносних величин. Виконання операцій над отриманими раніше показниками нижчого рівня (зіставлення показників за певні періоди, порівняння нормативно-планових і фактичних величин, розрахунок показників економічного аналізу та ін.) призводить до формування нових показників більше високого рівня. Порівняння показників окремих підрозділів з «середніми» показниками на рівні усього підприємства є додатковим джерелом інформації про ефективність внутрішньовиробничих зв'язків.

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ

***Яценко С.В., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Актуальність проблеми ефективності сільськогосподарського виробництва, зокрема галузі рослинництва, за сучасних умов виходить на перше місце серед інших важливих проблем. Вирішення та

* Науковий керівник – Островерх О.В., ст. викладач

реалізація проблеми – це формування реального добробуту населення країни, підвищення її продовольчої безпеки.

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.

Заходами, за допомогою яких вирішується проблема економічної ефективності вирощування озимої пшениці, є економічна оцінка організації виробничих чинників, визначення ефективності виробництва, недоліків, невирішених проблем, пошук резервів, і на цій підставі опрацювання конкретних пропозицій щодо усунення виявлених недоліків та вирішення проблем.

Економічна ефективність виробництва пшениці озимої означає одержання максимальної кількості продукції з 1 га земельної площі. В ній, як в економічній категорії, відображається дія об'єктивних економічних законів, що проявляються в подальшому зростанні результативності виробництва. Економічна ефективність показує кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також сукупних її вкладень на одиницю корисного ефекту.

Економічна ефективність показує кінцевий результат від застосування всіх виробничих ресурсів й визначається порівнянням одержаних результатів й витрат виробничих ресурсів. Підвищення ефективності виробництва означає, що на кожен одиницю витрат і застосованих ресурсів одержують більше продукції і доходу. Оцінкою сільськогосподарського виробництва є критерій економічної ефективності. Ця ознака пов'язана із збільшенням виробництва споживних вартостей на основі раціонального використання виробничих ресурсів і підвищення продуктивності праці. Для обґрунтування напрямів та виявлення резервів підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва необхідно здійснити оцінку різних явищ, що відбуваються в цій галузі. Але на основі одного критерію цього зробити не можна. Тому потрібні конкретні показники, що відображують вплив різних факторів на процес виробництва. Оцінюючи ефективність галузі, слід враховувати її особливості, які значно впливають на кінцеві результати. До них відносять такі особливості:

1. Головним засобом виробництва в сільському господарстві є

земля, тоді як у промисловості - це обладнання, механізми, будівлі тощо.

2. Економічний процес відтворення переплітається з природними процесами. Засобами виробництва тут виступають живі організми, тварини й рослини, що розвиваються за біологічними законами.

3. Сільське господарство, як жодна інша галузь народного господарства, залежить від кліматичних умов, що безпосередньо впливають на організацію виробництва та формування виробничих витрат.

4. Частина виробленої продукції використовується у подальшому виробництві. Тому не вся вироблена продукція в цій галузі є товарною.

5. На відміну від промисловості в сільському господарстві робочий період не збігається з періодом виробництва.

6. Особливістю сільського господарства є сезонність виробництва в рослинництві, коли виробничий процес має найвищу й найнижчу інтенсивність. При цьому виробництво здійснюється за певними циклами: підготовка ґрунту до посіву, догляд за посівами, збирання врожаю.

Для досягнення максимального збільшення виробництва такої культури як озима пшениця потрібно визначити раціональні нормативи витрат відповідних виробничих ресурсів, необхідні витрати на підвищення якості і одержання екологічно чистої продукції, а також на охорону навколишнього середовища. Відповідно, економічну ефективність сільськогосподарського виробництва вивчають до вимог економічних законів, які його регулюють, і виробничими відносинами, в межах яких розвиваються різноманітні форми власності і види господарювання.

Визначення економічної ефективності виробництва озимої пшениці здійснюють на основі системи показників, які враховують відповідні особливості галузі. Для порівняння економічної ефективності виробництва цієї культури використовують такі показники: виробництво валової продукції рослинництва (грн.) з розрахунку на 1 га посіву на одного середньорічного працівника, на 1 люд.-год, на 1 грн. виробничих витрат; валовий та чистий дохід і прибуток на 1 га посіву, на 1 люд.-год, на 1 грн. виробничих витрат; рівень рентабельності виробництва, норма прибутку, рівень оплати праці на 1 люд.-год., на 1 середньорічного працівника.

Економічну ефективність виробництва продукції одного виду визначають за допомогою таких показників, як урожайність

сіськогосподарської культури, затрати праці на 1 ц продукції, собівартість 1 ц продукції, прибуток з розрахунку на 1 га посіву, рівень рентабельності.

Також для покращення економічної ефективності вирощування озимої пшениці треба впроваджувати нові технології по вирощуванню, збору та зберіганню врожаю, переглянути умови оплати праці працівників.

Тому, економічна ефективність виробництва озимої пшениці буде тоді, коли буде забезпечуватися максимальний вихід продукції землеробства з 1 га ріллі при найменших затратах праці і коштів на одиницю продукції.

СЕКЦІЯ

**ФОРМУВАННЯ,
ФУНКЦІОНУВАННЯ
ТА РОЗВИТОК
РИНКІВ ТОВАРІВ
ТА ПОСЛУГ**

OPERATION OF FARM TRACTOR MARKET IN POLAND

Waldemar Izdebski, Warsaw University of Technology, Jacek Skudlarski, Agricultural University, Stanislaw Zajac, State Higher Vocational School in Krosno

Introduction. In terms of quantity Polish agriculture is relatively well-equipped with tractors and farm machinery. The quality of the machinery is for the most part bad. What prevails is old equipment, highly exploited, with a high failure rate. The average age of the tractor in Poland is 23 years. This condition results from unfavorable price relationships and the difficult situation of small-scale farms. Polish agriculture is dominated by low-power tractors (up to 40 kW). It is dominated by models of tractors: C 330 and C 360 of Polish producer Ursus (which currently does not operate independently on the Polish market) and the production of Soviet T25 tractors (Fig. 1).

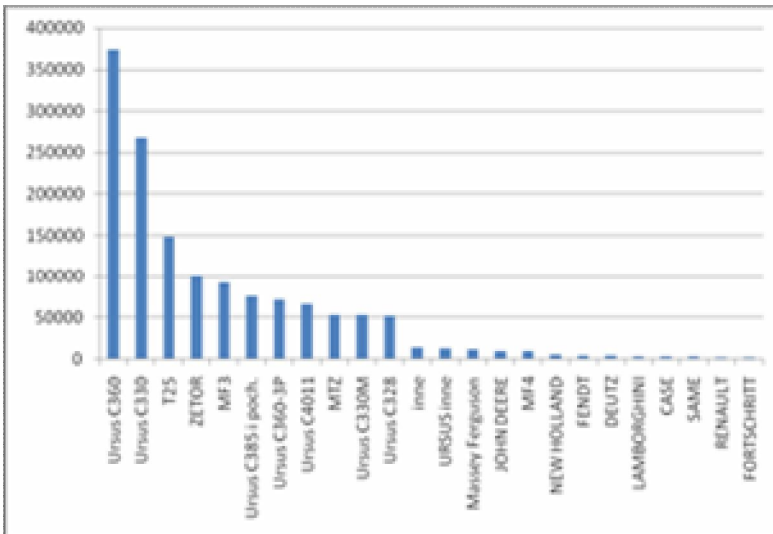


Figure 1. The number of tractors registered in Poland (2009)
Source: Own calculations based on the Central Register of Vehicles and Drivers

The changes in equipment of Polish agriculture with farm tractors in 2002-2010

Changes to equipment with farm tractors and farm machinery are a picture of changes in the mechanization of agriculture. As Common Agricultural censuses carried out between 2002 and 2010 show, Polish farm structure remains fragmented which is considered as a negative phenomenon. However, due to efforts to bring the Polish agricultural holdings to EU standards one can perceive intensification in the process of specialization and modernization of agriculture [1, 2]. In the year 2010 under the Agricultural Census (PSR) in Polish agriculture, there were 1471 thousand tractors, i.e. 9.9% more than in 2002. The farms were recorded with 1448 thousand pcs, i.e., more by 10.1%. Most of the tractors (1394 thousand units, i.e. 94.8% of total) was in farms with an area of over 1 ha of agricultural land. Most tractors occurred in the group of farms of 10-15 ha - 220 thousand units, 14.9% of the total number of tractors [CSO 2011]. Based on the PSR 2010, it was found that the average area per 1 tractor decreased as compared to the results of the previous census, and was 10.6 ha of agricultural land compared to 12.6 ha in 2002 over 8 years between the censuses (PSR) also reported small changes in the structure of power tractors. Just as in 2002 tractors with power ranging from 15 to 25 KW and 25 to 40 KW dominated. Together they accounted for the total number of tractors by 65.3% (in 2002 - 59.1%). The share of tractors of 40-60 kW average power decreased from 27.6% in 2002 to 19.6% in 2010. The farm equipment with high-power tractors, above 60 kW rose slightly, which represented 11.9% of the total number of tractors, versus 9.1% in 2002 [1,2].

Supply of tractors in Poland in years 2003-2010

In the period of 2003-2010, 48.2 thousand agricultural tractors were produced in Poland, (average of 6 024 units per year). Its imports amounted to 117.1 thousand pieces (approximately 14 643 per year) and exports to 25.3 thousand pieces (avg. 3 161 per year). The total supply for the domestic market amounted to 140.0 thousand units, an average of 17 506 units per year. Annual production of tractors decreased by 38% and exports by 28%. What increased was: imports (67%) and the supply of tractors for the domestic market (46%). The share of new tractors in the supply increased from 54 to 87% [3].

Functioning of the agricultural tractor market in Poland The transition from a centrally planned system to a market economy meant that the market for new and used tractors in Poland since the end of the last century, has become very different. The domestic production tractors available are

Pronar, Farmer, Crystal and from Western Europe, USA, with the former USSR and from countries in Asia such as Japan, Korea, China and India. Since last year, an independently known Polish tractors producer, Ursus does not function on the Polish market (founded in 1897, who since 1947 has produced 1.5 million tractors). The manufacturer has been sold to POL-MOT Warfama SA, which started production with the logo of URSUS tractors.

The Polish market is dominated by foreign manufacturers with a large share in the global market such as, New Holland, John Deere, Case IH, Deutz Fahr, Massey Ferguson, Valtra. In terms of registration of new tractors, which reflects their sale in Poland in 2009-2010 Poland was dominated by New Holland and the Czech company Zetor, producing tractors also on the Polish territory.

Table

Registrations of new tractors by selected brands

Company name	2009	2010
New Holland	2902	2465
Zetor	2578	2179
John Deere	1218	1992
Case IH	1360	1071
Deutz-Fahr	790	1060
Ursus	651	400
Massey Ferguson	412	447
Valtra	300	371
Total	13 886	14 380

Source: Martin-Jacob AgriTracReport

After a period of stagnation in 2001-2003, when sales of new tractors was less than 8000 units per year there has been an increase to around 15 000 units per year. The year 2011 has seen the highest purchase of tractors. Farmers in Poland, bought more than 17 thousand new tractors for 2.5 billion PLN. New Holland was the most popular brand . The second place was taken by- John Deere, and the third by Belarus. The Polish production of best selling tractors was: Pronar - 371 pieces, Pol-Mot - 290, and the most recognizable Polish brand Ursus - 267 [4]. The increase in sales of tractors in Poland was due to subsidies area and European Union aid funds. In addition, farmers purchase used tractors abroad, which roughly doubles the number of registrations of these vehicles.

References.

1. Ciągniki, maszyny i inne środki transportu w gospodarstwach rolnych 2002, GUS, Warszawa
2. Raport z wyników. Powszechny Spis Rolny 2010. GUS, Warszawa
3. Pawlak J., 2011: Podaż ciągników i kombajnów zbożowych w Polsce w latach 2003-2010. Problemy Inżynierii Rolniczej 3: 6-12
4. <http://www.tvr24.pl/wiadomosc-rekordowa-sprzedaz-ciagnikow-w-2011-roku-2025.html>

ПРОДАЖ ЗЕМЛІ В УМОВАХ АГРАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*Бага А.Г., к.е.н., доцент, Гуртова М.Ю., студентка,
Харківський національний аграрний
університет ім. В.В. Докучаєва*

Аграрний сектор економіки відіграє найважливішу роль в системі матеріального виробництва, у зміцненні економіки країни, підвищенні життєвого рівня і добробуту населення. Людство існує насамперед тому, що розвиває сільське господарство, основна функція якого – забезпечити людей продуктами харчування, без яких вони не можуть жити, творити і працювати. В умовах розвитку аграрного ринку в національній економіці України створення відкритого і прозорого ринку землі – це одна з важливих складових економічного процесу, яка є обов'язком елементом економіки. Прийняття в першому читанні, з умовою доопрацювання, 9 лютого 2012 року Верховною Радою законопроект (№ 9001-Д) «Про ринок земель». Послужило своєрідним каталізатором до нового витку дискусій між противниками та прихильниками продажу землі. З урахуванням того, що процеси реформування майнових відносин, в тому числі і реформування майнових відносин щодо земель сільськогосподарського призначення, відбуваються вже не протязі понад 20 років – з часу проголошення незалежності України, питання відкритого ринку землі – це питання лише часу. Адже за цей період в Україні розпайовані 27 млн. га землі. Проблемою залишається незавершеність розподілу паїв, адже з розпайованих площ офіційно зареєстровано договорів оренди на сьогоднішній день всього-на-всього 17 млн. га., але в оренді знаходиться 92% земель. Значна частина землі – за офіційними даними, від 3 до 5 млн. га, в загалі не мають визначеного майнового статусу[6]. Проблему продажу земель з позиції кому, скільки, коли і як потрібно підходити дуже зважено і розгляда її слід в світлі останніх подій в національній економіці та світових тенденцій.

Питанням формування та розвитку земельних відносин в Україні присвячено роботи відомих вчених-аграрників: В.П. Галушки, А.С. Даниленка, Д.С. Добряка, Л.Я. Новаковського, В. Я. Мессель-Веселяка, П.Т. Саблука, А.Я. Сохничка, А.Г. Тихонова, А.М. Третяка, А.Г. Тихонова, О. Г. Шпикуляка, М.М. Федорова та інших [1- 9].

Теоретичною та методологічною основою дослідження стали фундаментальні положення економічної науки, роботи провідних вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем використання земельних ресурсів. У процесі дослідження застосовувалися загальноприйняті методи системного і комплексного дослідження: метод логічного узагальнення, діалектичний метод, а також методи статистичного синтезу і аналізу.

Аграрна реформа в Україні спрямована насамперед на перехід до ринкової економіки. у зв'язку із цим реальне значення ринку і розширення товарно-грошових відносин у розвитку агропромислового комплексу непомірно зростає. Ринок, як система товарно-грошових відносин виробників і споживачів матеріальних благ стає все більшим стимулюючим чинником розвитку товарного виробництва в умовах приватної власності на землю, основні засоби і вироблену продукцію. Ринкові відносини характеризують ступінь розвитку кожної країни, обміну, стан і співвідношення попиту і пропозиції, як на окремі товари або якийсь один із них в масштабі однієї країни, або світової економічної системи. У більш вузькому розумінні ринок – це місце продажу товарів. В залежності від територіального і суспільного поділу праці, масштабів суспільного виробництва, його спеціалізації і концентрації формуються ринки місцеві, національні і світові. Ринок виникає на основі суспільного і територіального поділу праці тобто на основі розміщення і спеціалізації агропромислового виробництва, спеціалізація на виробництві певних видів продукції, які обходяться господарствам найдешевше дає можливість постійно розширювати сферу товарного виробництва.

Ринок землі та іншого нерухомого майна - це фрагмент економічного простору, сфера дії економічних відносин, що складаються в процесі купівлі-продажу, оренди, застави, дарування і успадкування цих ресурсів. В силу семантичних асоціацій ринок названих факторів виробництва звужується до акту їх купівлі-продажу. Тому методично важливо ринок землі та іншої нерухомо розглядати у взаємозв'язку всіх його форм.

Ми згодні з позицією більшості українських вчених що сучасний ринок землі - це сфера товарного обміну, в якій земля

виступає товаром. Він є регулятором перерозподілу земель і переходу прав власності від одного землевласника до іншого. Виходячи з конкретних економічних умов, що склалися в нашій країні, під ринком землі, насамперед, розуміють визначення її вартості та визнання капіталом нарівні з іншими засобами виробництва й обіговими коштами [2].

Основними елементами повноцінного функціонування земельного ринку є: наявність землі як об'єкта купівлі-продажу; соціально-економічна мотивація виходу на земельний ринок продавців земельних ділянок; наявність платоспроможних покупців земельних ділянок; створення необхідної інфраструктури земельного ринку; встановлення параметрів рівноважного ціноутворення на різні категорії земель, їх диференціація; організаційно-правовий механізм оформлення угод і цивільного функціонування земельного ринку; державне регулювання земельного ринку на національному рівні. Прийняття закону «Про ринок земель» передували формування цілого ряду нормативно-правових актів, таких як, насамперед, Конституція України, Земельний Кодекс, Цивільний кодекс. Значним поштовхом до створення земельного ринку стало прийняття Закону «Про державний земельний кадастр», який визначає нову кадастрово-регістраційну систему. Повне завершення роботи з формування в Україні Державного земельного кадастру в 2012 році вимагає продовження Світовим банком терміну дії Проекту "Видача державних актів на право власності на землю в сільській місцевості та розвиток системи кадастру".

Без ринку землі не може бути ринкової економіки у державі. Без такого ринку навряд чи можна вважати цілісним і логічно завершеним перетворення земельних відносин на зразок європейських країн. В усьому світі (крім окремих пострадянських країн) переважна частина землі, передусім оброблюваної, знаходиться у недержавній власності, що є основою (ринку землі та інших природних ресурсів, для якого характерні рухливість, різноманітність функціонування.

Важливою проблемою для ринку землі в Україні залишається її оцінка. На даний момент коефіцієнт нормативно-грошової оцінки сільськогосподарських земель змінено в 1,75 разу, що дає можливість з нового року власникам паїв мають отримувати від оренди не 300-400 грн. з га, а близько 700 грн. З відкриттям ринку земля дорожчатиме і, відповідно, за оренду люди отримуватимуть більше. За новим Законом землею в Україні володітиме виключно український народ. Землю дозволяється купувати лише громадянам України - фізичним особам, державі і місцевим радам. Юридичні особи та іноземці не зможуть

володіти українськими чорноземами, але оренда їм не забороняється. Крім того, передбачається ввести обмеження на володіння землею. В останній редакції законопроекту це - не більше 100 гектарів. Щоб уникнути скуповування на підставних осіб, потенційний покупець проходитиме різні перевірки (податкова, антимонопольний комітет тощо). Спекулювати землею буде не вигідно через високі ставки державного мита на повторний продаж земель. Землю зможуть придбати лише ті, хто дійсно на ній працюватиме.

Основними факторами ціни на землю залишаються на 2012р. розмір ділянки, наявність розвинутої інфраструктури і безпосередня якість землі. Так як після початку функціонування земельний ринок в Україні буде розвивається у двох основних напрямках: ринок сільськогосподарських земель і ринок земель несільськогосподарського призначення, приводу формування земельних відносин в даному контексті існує багато дискусійних питань за і проти. Серед можливих небезпек, зокрема, вказують на: зміну цільового призначення сільськогосподарських угідь; неконтрольоване зростання ціни землі, або навпаки - штучне її заниження; відчуження земельних ділянок Селянами через земельний ринок за низькими цінами; купівля землі олігархами й спекуляція нею; перетворення банків великих власників у разі переходу закладеної землі у власність заставоутримувача. Ринкова ціна на землю на основі узгодження попиту і пропозиції поки що не сформована, тому ціна на землю в Україні поки що значно нижча, ніж у європейських країнах і на даний момент складає близько 300 євро за га. Для порівняння: у Польщі та Угорщині вона становить від 3 тис. євро, у Франції, Великій Британії - від 10 до 30 тис. євро.

Аграрна реформа в Україні спрямована насамперед на розвиненість ринкової економіки. у зв'язку із цим реальне значення ринку і розширення товарно-грошових відносин у розвитку агропромислового комплексу непомірно зростає. Ринок, як система товарно-грошових відносин виробників і споживачів матеріальних благ стає все більшим стимулюючим чинником розвитку товарного виробництва в умовах приватної власності на землю, основні засоби і вироблену продукцію. Ринкові відносини характеризують ступінь розвитку кожної країни, обміну, стан і співвідношення попиту і пропозиції, як на окремі товари або якийсь один із них в масштабі однієї країни, або світової економічної системи. У більш вузькому розумінні ринок – це місце продажу товарів. В залежності від територіального і суспільного поділу праці, масштабів суспільного виробництва, його спеціалізації і концентрації формуються ринки

місцеві, національні і світові. Ринок виникає на основі суспільного і територіального поділу праці тобто на основі розміщення і спеціалізації агропромислового виробництва, спеціалізація на виробництві певних видів продукції, які обходяться господарствам найдешевше дає можливість постійно розширювати сферу товарного виробництва.

Висновки. В процесі формування сучасного аграрного ринку продаж землі – об'єктивна його необхідна складова. Але з урахуванням суспільно-економічних протиріч, уряду необхідно в такій непростій ситуації створювати належні умови, щоб сільськогосподарська галузь сама пристосовувалася до ринкових умов. Специфікою сучасного державного регулювання є необхідність її орієнтації на усунення протиріччя між бізнесом та інтересами жителів сільської місцевості. Ми вважаємо що в формуванні стратегії використання земель слід орієнтуватись не на програми розвитку виробництва, а на концепцію розвитку територіальних громад, починаючи з соціальних проблем, а не з виробничих факторів.

Література.

1 Добряк Д.С., Мартин А.Г., Паламарчук Л.В. Актуальні проблеми законодавчого забезпечення розвитку ринку земель в Україні // Землеустрій і кадастр. – 2006. – № 2. – С. 3-7.

2 Добряк Д.С., Тихонов А.Г., Паламарчук Л.В. Економічні обороти землі в Україні: теорії, методології і практика. – К.: Урожай, 2004. – 136 с.

3 Земельний кодекс України: Прийнятий 25.10.2001 № 2768-III // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 3-4. – Ст. 27.

4 Конституція України: Прийнята 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України від 23.07.1996 – 1996 р., № 30, стаття 141.

5 Мессель–Веселяк В. Я. Аграрна реформа і організаційно-економічні трансформації в сільському господарстві / В. Я. Мессель–Веселяк // Економіка АПК. – 2010. - № 4. – С. 3-18.

6 Тимченко С.: Ціна землі стрімко зростатиме" Журнал "Weekly.ua" від 1 березня 2012 року № 9 http://dazru.gov.ua/terra/control/uk/publish/article?art_id=132525&cat_id=37596

7 Формування ринку землі в Україні. – 2-ге видання, переробл. та доповн. / В.П. Галушко, Ю.Д. Білик, А.С. Даниленко та ін. За ред. А.С. Даниленка, Ю.Д. Білика. – К.: Урожай, 2006. – 280 с.

8 Цивільний кодекс України: Прийнятий 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України від 03.10.2003 – 2003 р., № 40, стаття 356.

9 Шпикуляк О. Г. Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2009. - № 7. – С. 120-127.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

Балаш А.Я. к.е.н., ст. викладач, Пархуць М.Р., здобувач,
Львівський національний аграрний університет*

Ринок сільгосптехніки є важливою складовою частиною ринкової економіки України, оскільки від його стану, в першу чергу, залежить робота сільського господарства, що постачає країну продовольством. Загалом же, в агропромисловому виробництві цей ринок охоплює взаємовідносини галузей АПК, що постачають матеріально-технічні ресурси, з безпосередньо сільським господарством і галузями переробної промисловості, які ці ресурси споживають. Найменші порушення, збої на ринку агропостачання негативно позначаються на АПК в цілому, і, зокрема, на сільському господарстві.

Одним з ключових важелів розвитку АПК є ринок сільськогосподарської техніки. Його можна трактувати як сукупність юридичних і фізичних осіб, які взаємодіють між собою за допомогою відповідних правил. Ці правила стосуються купівлі і продажу нової, вживаної і відновленої сільгосптехніки, їх складових і запасних частин, а також послуг ремонту і технічного її обслуговування. Ефективність функціонування ринку аграрних технічних засобів в значній мірі визначає стан сільськогосподарського виробництва. Тому державне регулювання цього ринку є надзвичайно актуальним питанням, що потребує подальшого розвитку.

У 2002 р. було прийнято Закон України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу», який передбачав часткові компенсації вартості техніки вітчизняного виробництва і здешевлення кредитів, а також виділення бюджетних асигнувань на пріоритетний його розвиток [1, с. 167]. Іншим напрямком державної підтримки і регулювання стала часткова компенсація вартості складної сільськогосподарської техніки, яка здійснюється згідно з порядком, встановленим постановами Кабінету Міністрів України.

При цьому основним фактором у збільшенні закупівлі техніки стали часткова компенсація вартості складної сільськогосподарської

* Науковий керівник – Галанець В.Г., д.е.н., професор

техніки (до 30%) і фінансовий лізинг. Порядок використання бюджетних коштів на 30% компенсацію застосовується лише за умови передоплати (70% вартості техніки).

У 2007 році було затверджено Державну цільову програму реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі на період до 2011 року. Обсяг фінансування Програми на 2007-2011 роки становив 62814,4 млн. гривень, з них кошти державного бюджету 4790,31 млн. гривень, що передбачалися для формування та розвитку ринку матеріально-технічних і енергетичних ресурсів, розроблення та впровадження ресурсозберігаючих технологій і технічних засобів для інноваційного розвитку агропромислового комплексу. Метою цієї Програми стало формування та підтримка функціонування системи інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу для збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, зниження матеріало- і енергоємності технологічних процесів, підвищення продуктивності праці, поліпшення матеріального стану сільськогосподарських товаровиробників [2].

Закон України «Про захист прав покупців сільськогосподарських машин» регулює відносини між покупцями сільськогосподарських машин та їх виробниками, продавцями, виконавцями робіт і послуг з технічного сервісу, встановлює права та обов'язки покупців, визначає механізм реалізації державного захисту покупців, обов'язки та відповідальність виробників, продавців, виконавців робіт та послуг.

Для нормативно-правового забезпечення і регулювання ринків техніки та інших матеріальних ресурсів було розроблено Закон України «Про систему інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу України». Цей Закон встановлює правові, економічні та організаційні засади формування і функціонування системи інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу, регулює відносини у сфері технічного і технологічного обслуговування агропромислового комплексу, сприяє розвитку економічних умов для створення, випробування, виробництва, реалізації, використання і обслуговування технічних засобів для галузей агропромислового виробництва [3].

Регулювання ринку сільськогосподарських технічних засобів має ґрунтуватися на науково-обґрунтованих методах. Державне регулювання не повинне зводитися до заходів адміністративного характеру; слід дотримуватися рівноваги між застосуванням адміністративних і економічних методів. Державна політика

регулювання ринку технічних засобів АПК повинна бути спрямована на удосконалення податкової і кредитної системи, підтримки вітчизняних виробників сільгосптехніки, розвитку сільськогосподарського виробництва. Ефективність функціонування ринку технічних засобів аграрного виробництва має значний вплив на фінансовий стан сільськогосподарських виробників, тому й надалі актуальним залишається державне регулювання у сфері розвитку ринкових відносин.

Література.

1. Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу: Закон України // Відомості Верховної Ради. - 2002. – № 24 – С.167.

2. Про затвердження Державної цільової політики в агропромисловому комплексі на період до 2011 року: Постанова КМУ № 785 від 30.05.2007 [Режим доступу]: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/785-2007-п>.

3. Про систему інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу України: Закон України № 229-V від 05.10.2006 № 229-V [Режим доступу]: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/229-16>.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕРНОВОГО РИНКУ

***Бурлака А.В., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Зерновий ринок — це складний механізм відносин між покупцями і продавцями зерна, що передбачає формування оптимальних виробничо-господарських зв'язків між окремими зонами й регіонами. Ці відносини розвиваються під впливом багатьох зовнішніх чинників, які і в нинішніх умовах господарювання також потребують поглибленого вивчення.

Незважаючи на свою важливість, зерновий ринок є найбільш проблематичним, що пов'язано із необхідністю поєднання важелів вільного ринку та державного регулювання. А це вимагає додаткових

* Науковий керівник – Бобловський О.Ю., доцент

вивчень і розробок механізмів його функціонування, особливо на регіональному рівні.

Ринок характеризують чотири основні змінні: попит, пропозиція, ціна та конкуренція. При визначенні ринкового попиту на зерно слід враховувати, що дана структура включає в себе ринок продовольчого зерна, насінневого, фуражного й ринок зерна для промислової переробки та вважається похідним від попиту на кінцеву продукцію споживання. Ринкова пропозиція зерна - це сумарний обсяг індивідуальних пропозицій виробників зерна: сільськогосподарських підприємств і господарств населення. Також треба брати до уваги обсяг імпорту, який надходить в Україну з інших країн. Взаємодія попиту та пропозиції визначає рівновагу на зерновому ринку, в результаті якої формується рівноважна ціна на зерно, яка задовольняє й покупців, і продавців.

Крім ціни на попит зерна значно впливають нецінові фактори, а саме — зміни: в грошових доходах населення, у його структурі, у споживчих перевагах; інфляційні очікування й економічна політика уряду.

Другою важливою характеристикою зернового ринку є пропозиція зерна, або та кількість зерна в країні, яку виробники й продавці бажають і можуть продати. Ринкова пропозиція зерна - це сумарний обсяг індивідуальних пропозицій його виробників. Основними виробниками зерна в Україні за останній період є сільськогосподарські підприємства, які виробляють близько 79 % зерна, та господарства населення, на частку яких припадає близько 21%.

Враховуючи те, що галузь зернового господарства залежить від природно - кліматичних умов, важко спрогнозувати обсяги виробництва зерна (пропозицію) й обсяги споживання (попиту), що призводить до порушення рівноваги на ринку зерна. Якщо ціна відхиляється вгору від рівноважної, то з'являється надлишок зерна у продавців, загострення конкуренції змушує їх знижувати рівень ціни до рівноважного, а якщо ціна опустилася нижче за рівноважну, то виникає дефіцит зерна, і користуючись конкуренцією серед покупців, продавці підвищують ціну.

Вагомим детермінантом пропозиції зерна є витрати на його виробництво, які визначаються цінами на ресурси і технічним прогресом. Сучасні реалії аграрного виробництва України

демонструють стійку тенденцію до зростання цін на ресурси, що збільшує витрати на виробництво зерна і, як наслідок, скорочує його пропозицію.

Дослідження вітчизняних вчених С.І. Дем'яненка, О.Г. Шпикуляка, Ю.П. Воскобійника, І.В. Охріменка, В.М. Сучкової та інших виявили, що в сільському господарстві України, та в її зерновому секторі зокрема, склалася парадоксальна ситуація, коли зростання витрат на виробництво продукції не призводить до підвищення продуктивності її виробництва. Так, останніми роками темпи зростання врожайності зернових культур майже в п'ять разів нижчі за темпи збільшення витрат.

Якщо у 1990 році частка України у загальному обсязі світового виробництва становила 3,11%, то, починаючи з 1995-го по 2000 рік, відбувся найбільш небезпечний спад виробництва зерна з 33,9 до 24,5 млн. т. Хоча переломним роком став 2001-й, в якому виробництво зерна становило 39,7 млн. т, що дало можливість Україні разом із Росією і Казахстаном увійти в п'ятірку лідерів з експорту зерна й повністю забезпечити потреби держави.

Інтеграційний процес зернових ринків провідних країн СНД та їхня взаємозалежність із світовим ринком останніми роками стають дедалі тіснішими. Це пов'язано з відновленням позицій Росії, України й Казахстану як потужних світових виробників та експортерів зерна, що можуть впливати на глобальну ринкову ситуацію. На даному етапі зусилля товаровиробників цієї трійки передусім повинні спрямовуватися на поліпшення якості та здешевлення зерна. Останні роки функціонування світового ринку зерна засвідчують про вагомий вплив України, Росії й Казахстану, але ще залишається проблемною сфера реструктуризації агропідприємств, системи обробки і збуту зерна, формування дієвої аграрної політики, що певним чином гальмує зміцнення позиції цієї трійки на світовому ринку зерна. Виробництво й торгівля зерном для Росії, України та Казахстану є стратегічно важливим питанням як в економічному, так і політичному відношенні. В цілому їхній стан можна охарактеризувати як стабільно розвинутий. Зернова галузь цих країн має великий ресурсний потенціал для подальшого збільшення обсягів виробництва зерна, що дає змогу не лише задовольняти внутрішні потреби країн у продукції, а й виступати як конкурентні учасники на світовому ринку зерна.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО КОШИКУ УКРАЇНИ

*Вітюк М.О., студентка, Феняк Л.А., ст. викладач,
Вінницький національний аграрний університет*

На сьогоднішній день показник прожиткового мінімуму залишається одним з ключових при характеристиці рівня життя населення. Він є державним нормативом, що використовується при визначенні більшості показників соціального блоку бюджету, саме тому привертає до себе найбільшу увагу.

Діюче законодавство передбачає формування прожиткового мінімуму на основі набору продуктів харчування, непродовольчих товарів та послуг (далі – споживчий кошик), що затверджується Кабінетом Міністрів України. Незважаючи на те, що законодавством передбачений перегляд цього набору не рідше одного разу на 5 років, станом на лютий 2012 року діє постанова КМУ № 656 від 2000 року "Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення". Таким чином, прожитковий мінімум продовжує обчислюватись без урахування соціально-економічної ситуації в країні, змін у потребах населення, загального технологічного та інтелектуального розвитку суспільства. Саме тому ця тема є досить актуальною в сучасному суспільстві.

Проблематика теоретичних аспектів та певної практики визначення соціальних стандартів, зокрема формування споживчого кошика, в економічній літературі представлена науковими працями О. Пищуліної, С. Бурлуцького, С. Мірошніченко, А. Загороднього, Г. Вознюка, А. Азріліяна та інших. Попри значний обсяг наукових досліджень, проблема використання науково обґрунтованої методики розрахунку споживчого кошика залишається досі не вирішеною.

Прожитковий мінімум — вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості [1].

Прожитковий мінімум як державний соціальний стандарт застосовується з метою [2]:

— загальної оцінки рівня життя в Україні, визначення критеріїв

бідності та стратифікаційного розподілу суспільства, що є основою для реалізації соціальної політики та розроблення окремих державних соціальних програм;

— встановлення розмірів мінімальної заробітної плати та мінімальної пенсії за віком, визначення розмірів соціальної допомоги, допомоги сім'ям з дітьми, допомоги по безробіттю, а також стипендій та інших соціальних виплат виходячи з вимог Конституції України та законів України;

— визначення права на призначення соціальної допомоги;

— визначення державних соціальних гарантій і стандартів обслуговування та забезпечення у сферах охорони здоров'я, освіти, соціального обслуговування та інших;

— встановлення розміру неоподаткованого мінімуму доходів громадян.

Обсяг прожиткового мінімуму містить два елементи — фізіологічний та соціальний. Фізіологічний мінімум — це вартісне вираження матеріальних цінностей, конче необхідних для її існування. В світовій практиці він становить 85-87 % загального прожиткового мінімуму, а решта припадає на соціальну частину — певний набір духовних цінностей мінімально прийнятого рівня життя.

В Україні прожитковий мінімум визначається нормативним методом у розрахунку на місяць на одну особу. Крім того, прожитковий мінімум визначається диференційовано залежно від вікового критерію або ж залежно від соціальної та демографічної групи осіб: для дітей віком до 6 років; для дітей віком від 6 до 18 років; для працездатних осіб; для осіб, які втратили працездатність [2].

Основою розрахунку прожиткового мінімуму для основних соціальних і демографічних груп населення є мінімальний споживчий кошук, головну частину якого складає набір продуктів харчування в розрахунку на одну особу на місяць. Цей набір розрахований на основі норм споживання продуктів харчування для різних категорій населення, розроблених науково-дослідним інститутом харчування Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) України на підґрунті методичних розробок щодо фізіологічних потреб, здійснених Ленінградським інститутом гігієни праці ще 1990 року [3].

Як вже зазначалось в світі прийнято визначати два види прожиткового мінімуму: соціальний, що враховує культурні потреби населення, і фізіологічний, необхідний для фізичного виживання людини, тобто споживчий кошук. Останній розроблено на випадок війни.

Такий поділ зумовлений особливостями людського організму у його потребах в залежності від віку та фізичних можливостей.

Прожитковий мінімум встановлюється Кабінетом Міністрів України після проведення науково-громадської експертизи сформованих наборів продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг. Прожитковий мінімум на одну особу щорічно затверджується Верховною Радою України до початку розгляду Державного бюджету України і періодично переглядається відповідно до зростання індексу споживчих цін разом з уточненням показників Державного бюджету України та публікується в офіційних виданнях.

Набір продуктів харчування формується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я з використанням нормативів фізіологічної потреби організму людини в продуктах харчування, виходячи з їх хімічного складу та енергетичної цінності, з урахуванням рекомендацій Всесвітньої організації охорони здоров'я.

Набір непродовольчих товарів формується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в сфері економіки з використанням нормативів забезпечення засобами гігієни, медикаментозними засобами, засобами захисту організму людини від впливу навколишнього середовища, а також засобами влаштування побуту.

Набір послуг формується спеціально уповноваженими центральними органами виконавчої влади у сферах надання відповідних послуг [3].

Мінімальний споживчий кошик (прожитковий мінімум) визначається як вартість набору товарів та послуг, мінімально необхідних для задоволення потреб у харчуванні на рівні фізіологічно мінімальних норм споживання (окремо для дорослих, дітей, людей похилого віку), а також мінімальних потреб в одязі, взутті, предметах домашнього житку, медикаментах, комунальних і побутових послугах, транспорті, культурі.

На основі даних по споживчому кошику та споживчому бюджеті розраховуються такі показники, як мінімальна зарплата і мінімальні пенсії.

Ціна споживчого кошика залежить від рівня роздрібних цін на товари і тарифів на платні послуги (наприклад, комунальні платежі). Ця практика відома у всьому цивілізованому світі. З кожного виду потреб до розрахунку включають придбання відносно дешевих товарів, як правило, за державними фіксованими цінами. Якщо,

наприклад, на ринку даний продукт або послуга продається за більш низькими цінами, за основу береться найнижчий рівень.

Поняття споживчого кошика існує у багатьох країнах світу. Ціна і національні особливості споживчого кошика в кожній країні свої: споживчий кошик американця нараховує 300 продуктів і послуг, француза - 250, англійця - 350, німця - 475. Українська споживчий кошик нещодавно був розширений до 297 найменувань продуктів [4].

У США особливе місце серед споживчих бюджетів займає бюджет Геллера, що характеризує "загальноприйнятий рівень життя", заснований на наборі тих товарів та послуг, які громадська думка вважає в даний час необхідними для здорової і досить комфортного життя. Тому розміри цього бюджету істотно перевищують середній рівень споживання країни.

Раціональний споживчий бюджет відображає споживання товарів і послуг, забезпеченість предметами культурно-побутового та господарського призначення у відповідності з науково обґрунтованими нормами та нормативами задоволення раціональних (розумних) потреб людини. Такою може бути наступна структура: продукти харчування не повинні перевищувати 30%, непродовольчі товари 47% (із них тканини, одяг, взуття 20%; меблі, предмети культури і побуту 18%; інші товари 9%) і всі послуги 23%. Фактична структура споживання населення далека від раціональної. За даними Міністерства Економіки України, в споживчому кошику зразка 2006 року продукти займають 64,3%, послуги - 20,2% (в т.ч. житлово-комунальні послуги - 8,1%, зв'язок - 1,6%, міський - транспорт - 1,8%, залізничний - менше 0,5%), непродовольчі товари - 15,5%.

Рекомендований державою, так званий, споживчий кошик для українця складається з 106 грамів хліба, 5 грамів сала і 25 грамів ковбаси, півтори склянки молока та 250 грамів картоплі на день, а також пари шкарпеток і колготок на рік, однієї пари білизни на 5 років [5].

Між тим, наприклад, в Англії в кошик закладено шампанське і пиво, а ще MP3-плеєр з музичними записами. Крім того, акустична гітара і великий перелік товарів для дому, включаючи дверні ручки і витрати на садівника. Кошик США передбачає витрати на тютюнові та алкогольні вироби, витрати на освіту, мобільний і комп'ютерний зв'язок.

Французи заклали в свій споживчий кошик також витрати на відвідування перукарні, купівлю лаків для волосся, гелів для душу та

інших численних косметичних засобів, без яких сучасне життя неможливе. Крім цього передбачено кошти на няню для дитини, апарати для виправлення зубів, оренду автомобілів, проїзд на таксі, а також їжу для котів і собак.

В свою чергу, в Україні, на недостатньому рівні закладені такі витрати, як оплата комунальних послуг, платне лікування, платна освіта, і ніяк не згадані потреби в особистому розвитку та відпочинку. Для порівняння, до споживчого кошику Великобританії нещодавно включили котлети по - київськи та i-phone.

У світовій практиці вміст корзини переглядають раз в 4-5 років, у нас же, хоча формально мають діяти так само, проміжки затягуються до восьми років.

Нещодавно Кабінет Міністрів України обговорював внесення в асортимент споживчого кошика пілососів і мобільних телефонів. Причому одноголосне рішення так і не було прийняте. З точки зору заступника міністра праці, якщо пілосос є допустимим, то мобільні телефони - вже надлишковими. Прожитковий мінімум це мінімально прийнятний рівень життя, який гарантує держава. Якщо людина хоче розвиватися, мати накопичення, то вона має досягати цього своїми зусиллями.

Повертаючись до порівняння, у США місячний прожитковий мінімум становить близько 700 доларів, а мінімальна зарплата - 1230 доларів на місяць. При цьому в країнах Європи найнижча мінімальна зарплата - в Болгарії (92 євро), а найвища - в Люксембурзі (1570 євро). Тож не дивно, що згідно з даними експертів Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), 46% населення колишніх радянських республік та інших східноєвропейських країн живуть за межею бідності.

Висновки. Практика формування проектів споживчого кошика в Україні виявила низку питань, що потребують вирішення у найближчій перспективі. Структура споживання, яка переглядається один раз на 5 років, не встигає за реальними змінами в споживанні громадян. Тобто, необхідно актуалізувати набори продуктів харчування, змінити співвідношення продовольчих та непродовольчих витрат відповідно до фактичних витрат населення.

Норми, закладені до прожиткового мінімуму українців, суттєво нижчі за фізіологічні, а набір непродовольчих товарів взагалі не забезпечує багатьох потреб сучасної людини, тому необхідно негайно переглянути склад споживчого кошика середньостатистичного українця. Особливу значущість набувають зміни в складі споживчого

кошика у зв'язку зі змінами в сфері житлово-комунального господарства.

Принциповим є врахування комерціалізації та платності послуг, зокрема освіти та охорони здоров'я, що не передбачено при розрахунках споживчого кошика.

Література.

1. Методологічні пояснення [Електронний ресурс]/Державний комітет статистики – Режим доступу:

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/dvdg_met2007.html

2. Писаревська А.К. Основні аспекти формування споживчого кошика в Україні [Електронний ресурс] / А.К. Писаревська // Вісник ДДФА: Економічні науки. – 2010. - №1. – С 33. Режим доступу до журн.:

http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2010_1/Pisarev.pdf

3. Пищуліна О. М. Зміна методики розрахунку прожиткового мінімуму – крок до реформування соціальної політики/О. М. Пищуліна// Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 1(10). – С. 106–114.

4. Полова А.І. Аналіз споживчого кошика та реальних витратів населення України / А.І. Полова // Управління розвитком. – 2011 – №16 (113) – С. 83 – 85.

5. Попівняк Р.Б. Аналіз співвідношення мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму / Р.Б. Попівняк // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. Інноваційна економіка. – 2010. – №3. – С. 266 – 269.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА В СОТ

***Вороний І.В., к.е.н., доцент, Гринишин Г.М., ст. викладач,
Львівський національний аграрний університет***

Вступ України до СОТ створює значні можливості для українських товаровиробників, які принесуть Україні кращий доступ до світових ринків, розширять споживчий асортимент та полегшать доступ до іноземних технологій. Водночас, рівень конкуренції на внутрішньому ринку суттєво зростає, а оскільки до України прийдуть нові міжнародні гравці. То необхідно бути до цього підготовленим. Тож пріоритетним має бути забезпечення конкурентоспроможності українського бізнесу, як на теренах нашої держави, так і на світовій

арені. Членство України в СОТ має дуже велике значення для розвитку економіки держави, особливо для агропромислового комплексу, оскільки останній має величезний експортний потенціал. Україна взяла на себе зобов'язання щодо зменшення обмежень на імпорту продукції. Таке зобов'язання, звичайно, не в інтересах українських товаровиробників, оскільки вони відчують жорстку конкуренцію з боку іноземних товаровиробників. Проте така ситуація стимулює вітчизняного товаровиробника, і відповідно потребує для збереження їх стійкого розвитку підвищувати конкурентоспроможність продукції.

Членство України в міжнародному економічному клубі вимагає дотримання правил і положень цього клубу.

Основними базовим принципом ГАТТ/СОТ є недискримінація в зовнішній торгівлі, її лібералізація шляхом зниження тарифних бар'єрів на шляху руху товарів і послуг і поступова відміна нетарифних заходів регулювання. За період більш ніж 50 – річного існування організація домоглася значного зниження тарифів у багатьох галузях зовнішньої торгівлі [1].

Тривалий час ГАТТ/СОТ основну увагу приділяла регулюванню торгівельних відносин на міждержавному рівні. При цьому поза увагою лишається питання регулювання конкуренції на рівні компаній. І лише на початку 90 років ХХ століття були здійснені реальні спроби розробити реальні спроби розробити основи конкурентної політики ГАТТ/СОТ. У 1993 році незалежна група експертів запропонувала ГАТТ проект Міжнародного анти - пресового кодексу, який передбачає передбачав мінімум стандартів для випадків міжнародних спорів. Він базується на таких основних принципах: заборона горизонтального і вертикального обмеження конкуренції (картелі і ексклюзивні права), контроль за поглинанням та зловживанням домінуючою ринковою позицією. Ці принципи дозволять країнам вводити більш суворі і різноманітні норми регулювання з метою запобігання недобросовісної конкуренції як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Вступ України до СОТ зумовить певні зміни в її регуляторній, у тому числі й конкурентній політиці.

Доброякісна « здорова » конкуренція – фундаментальна основа успішного розвитку ринку .У ринковій системі господарювання категорія «конкурентоспроможність» - одна з головних, бо в ній знаходять своє відображення економічні, науково – технічні, виробничі, організаційно – управлінські, маркетингові та інші можливості окремого підприємства, галузі чи країни в цілому.

Конкурентоспроможність агропромислового сектору є багатограним поняттям, яке характеризує його здатність конкурувати як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Перетворення агропромислового комплексу на високоефективний, конкурентоспроможний сектор економіки держави – це питання здатності агропромислового комплексу країни інтегруватися у світовий аграрний ринок.

Україна має достатні умови (сприятливі ґрунтово – кліматичні умови, потужний ресурсний потенціал, вигідне економіко – географічне розташування) для успішного розвитку аграрного сектора і перетворення його у ефективну галузь економіки.

Основним важелем забезпечення конкурентоспроможності є ефективність господарської діяльності.

З метою реальної оцінки стану аграрного сектору економіки та його готовності до вищезазначеної інтеграції міністерство спільно з науковцями здійснено оцінку конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Результати досліджень показують наявність трьох груп продукції за рівнем конкурентоспроможності:

— група конкурентоспроможності продукції (насіння соняшнику і продукти його переробки, продовольче і фуражне зерно й продукти його переробки, насіння ріпаку і сої та продукти їх переробки)

— група продуктів перспективної конкурентоспроможності (м'ясо птиці, овочі, яйця, молоко та молокопродукти, свинина, картопля, мед);

— група продукції з низькою перспективою створення конкурентоспроможності (яловичина, цукор, фрукти, виноград)[2].

Наявність конкуренції в агропромисловому виробництві можлива при наявності існування потужних ринків, збільшенні обсягів сільськогосподарської продукції в підприємствах різних форм господарювання. Наявність достатніх обсягів продукції забезпечать необхідне співвідношення між попитом і пропозицією. Конкуренції має вимушений характер, змушуючи виробників під загрозою тиснення ринку займатися підвищенням конкурентоспроможності своїх товарів. Продукція, запропонована на ринку, має відповідати потребам споживачів, відрізнитися від продукції конкурента і мати свої специфічні особливості, що супроводжується поліпшенням її якості.

Ще одним із основних факторів підвищення конкурентоспроможності повинна бути структурна політика, яка утворює умови для зниження собівартості, поліпшення якості

продукції, використання виробничих ресурсів, прискорення оборотності капіталу в економіці в цілому.

Впровадження нових технологій у виробництво, в тому числі й ресурсозберігаючі - розширювати випуск інноваційної продукції, яка має кращі споживні властивості спроможна успішно конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках із зарубіжними аналогами має вагомий вплив на підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств.

Література.

1. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ: монографія/ А.А.Мазаракі, В.В.Юхименко, О.П.Гребельник, Т.М.Мельник; за ред. А.А.Мазаракі К.: Київ,2008. – 309с.

2 Б.К.Суліханов Про підвищення конкурентоздатності аграрного виробництва в сучасних умовах // Економіка АПК -2008.- № 5-с.11-15

ОЦІНКА ПЕРЕВАГ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИБОРУ БОРОШНА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ

Ганжа І.В., студент,*

Чернігівський державний технологічний університет

Актуальність вивчення поведінки споживачів на ринку борошна обумовлена постійним попитом на даний вид продукції, оскільки борошно є основною сировиною для вироблення продукції високого та постійного попиту: хлібобулочних, кондитерських, макаронних виробів та інших. Вивчення поведінки споживачів дозволяє оцінити переваги споживачів щодо вибору даної продукції й на чому вони ґрунтуються.

Метою нашої роботи було встановлення недоліків товару та його збуту, а також переваг якості борошна, аналізування основного сегменту збуту продукції, визначення потреби споживачів.

Маркетингові дослідження передбачають систематизований збір, накопичення, обробку та аналіз результатної інформації для прийняття обґрунтованих рішень у маркетинговій діяльності. Метод анкетного опитування поширений у світовій практиці дослідження

* Науковий керівник – Денисенко Т.М., к.т.н., доцент

ринку. Його використовують при дослідженні попиту, споживних якостей товарів, тенденцій у ставленні покупців до цих якостей і товару взагалі, при аналізі покупців (за віком, рівнем доходів, соціальним становищем), ефективності реклами, реакції на нові товари і т.д.

При вивченні попиту на товари широкого вжитку найчастіше використовують анкетування, особливо у роздрібній торгівлі. Анкети можуть бути розраховані на покупця і споживача, на продавця товару, на експертів.

Анкетні дані відображають суб'єктивні оцінки опитуваних щодо товарів, їх якості, можливості придбання, а також характеристики самих покупців. Але, правильно використовуючи дані, математичні закони великих чисел і спеціальні вибіркові методи, можна отримати вірогідну інформацію щодо досліджуваних об'єктів.

Нами було проведено опитування 50 споживачів борошна серед жителів міста Чернігова.

Метою нашої роботи було встановлення недоліків товару та його збуту, а також переваг якості борошна, аналізування основного сегменту збуту продукції, визначення потреби споживачів.

Купують борошно переважно жінки (95% опитуваних), у віці переважно від 36 років і старші.

Загальний дохід респондентів відповідно до даних анкетних опитувань складає: до 500 грн. – 20%; 500-1000 грн. – 36%; більше 1000 грн. – 44%.

При опитуванні респондентів було визначено, що 75% вживають пшеничне борошно, 10% житнє борошно і 15% вживають різні види борошна (рис. 1).

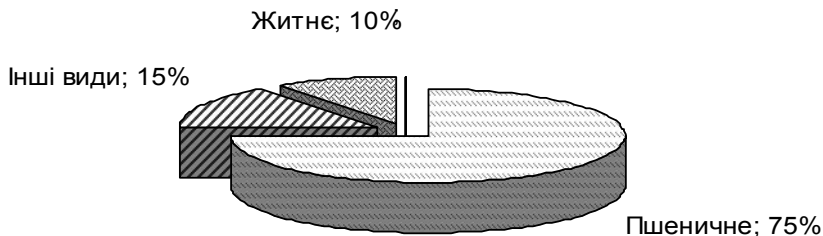


Рис. 1. Структура споживання борошна

Як бачимо з рис. 1 найбільш поширеним видом є пшеничне. Його виготовляють із зерна м'якої пшениці або м'якої з домішками твердої (до 20%) і використовують для виробництва хлібобулочних виробів, борошняних кондитерських і макаронних виробів, для реалізації у торговельній мережі та інших цілей.

Ці дані були виявлені на початку дослідження і дали змогу формувати подальшу стратегію опитування, а саме, виявлення факторів вибору та купівлі пшеничного борошна.

Встановлено, що більшість респондентів надають перевагу борошну вищого ґатунку 70% і 30% відзначили що не завжди купують вищий ґатунок борошна.

28% споживачів віддали перевагу розфасованому та упакованому споживчу тару борошну, причому перевага надається пакетам масою по 2 кг (85% опитаних).

Якість борошна споживачі визначають за допомогою органолептичних методів оцінки – 80%. Респонденти відповіли, на що в першу чергу звертають увагу: на колір – 55%; смак і запах – 25% і наявність домішок – 20%.

Вирішальним фактором при купівлі борошна для респондентів є: країна виробник – 62%; упаковка – 28%, а от ціна є головною лише для 10% опитаних споживачів.

Нами визначено місце купівлі борошна споживачами: в магазинах - 61%, на ринку - 35%; в продуктових кіосках - 4%.

Отже, в результаті аналізу проведеного дослідження, можемо зробити висновок, що більшість споживачів – жінки, перевагу вони надають роздрібним торговельним підприємствам. Найкраще купують пшеничне борошно.

Найбільшим попитом користується борошно вищого ґатунку. Основні показники якості, на які звертають увагу споживачі – це органолептичні (колір, смак та запах). Вагоме значення має виробник борошна та розфасовка і упаковка. Також слід відзначити, що на ціну борошна споживачі звертають увагу в останню чергу, це можна пояснити тим, що ціна на нього є достатньо невисокою (3-4 грн. /кг).

МІСЦЕ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ЛІСОВОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

Гойчук Д.А., здобувач,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

В міжнародній торгівлі лісом беруть участь практично всі країни світу. Сучасна світова торгівля лісом характеризується пануванням розвинених країн, обсяги експорту і імпорту яких за вартісними показниками складають близько двох третіх від сукупного світового експорту і імпорту (в 1970 – 87%). Основними учасниками ринку є країни Північної Америки та Європи, а також Японія, Індонезія та Росія; провідні експортери лісоматеріалів – США, Канада, Швеція, Фінляндія і Німеччина. Основні обсяги торгівлі припадають на країни, що або мають значні лісові ресурси (Російська Федерація, Індонезія), або на країни, що мають розвинені галузі вторинної і більш глибокої переробки деревини (Японія), а найчастіше – на країни, що мають обидва перераховані чинники (США, Канада, Скандинавські країни, Німеччина тощо).

Ліси на території України розташовані дуже нерівномірно, їх площа складає 9,4 млн. га. У грошовому виразі ресурси деревини на корені за внутрішніми цінами оцінюються приблизно в 3,4 млрд. дол. США, за світовими – 27 млрд. дол. США. На одного жителя країни припадає всього 0,18 гектара лісів і 33 м³ загального запасу деревини.

За обсягами експорту Україна займає 34 місце в світі за Уругваєм та Латвією (в Європі – 20 місце). Частка України у світовому експорті становить 0,4%, в європейському – 0,9%. Загальний обсяг експорту в 2010 році склав біля 1 млрд. доларів. Головними імпортерами української лісової продукції є Росія, Туреччина, Польща, Німеччина, Угорщина, Італія та Румунія.

За обсягами імпорту Україна займає 38 місце в світі за Словаччиною та Грецією (в Європі – 20 місце). Частка України у світовому експорті – 0,5%, в європейському – 1%. Загальний обсяг імпорту в 2010 році склав близько 1,2 млрд. доларів. Сальдо (перевищення імпорту над експортом) становить 16%. Головними експортерами лісопродуктів в Україну є Польща, Німеччина, Швеція, Австрія, Словаччина, Росія та Фінляндія

* Науковий керівник – Кваша С.М., д.е.н., професор, член-кор. НААН України

За період з 2000 по 2010 рр. обсяг імпорту лісопродукції в Україну збільшився в 5 разів, експорту – у 8 разів. В Європі та світі темпи зростання були набагато меншими – на 49% та 67% та на 48% та 55% відповідно.

Прибутковість здійснення міжнародної торгівлі лісовими товарами в значній мірі визначається глибиною їх переробки і номенклатурою. Реалізація на зовнішніх ринках товарів глибокої переробки, що виготовляються із ефективним залученням додаткових трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, призводить до зростання прибутковості зовнішньоторговельних операцій.

У порівнянні із провідними країнами - експортерами лісопродукції, в структурі експорту з України значно меншу частку займає папір та картон - близько 32%. В Британії, наприклад цей показник, складає 84%, в Німеччині - 69%, США - 48%. Лише у Росії показник гірший – 23%. Цікаво, що Україна є другим в світі експортером за обсягами продаж деревного палива, поступаючись за цим показником лише Литві. Очевидно, що у порівнянні із розвиненими країнами експорт в Україні має чітко виражений сировинний характер.

У вартісній структурі імпорту України на папір та картон припадає понад 79%, на деревні плити – близько 14%. Таким чином, частка продуктів глибокої переробки складає близько 93%, що зумовлено перш за все відсутністю лісопереробних потужностей в країні. В Китаї, наприклад, цей показник, складає 20%, в Німеччині - 68%, в США - 63%.

Для України, як одного з учасників європейської торгівлі лісом, важливим наслідком європейської інтеграції стає формування балтійської групи країн з високорозвинутою лісовою промисловістю, ресурсною базою та спільними екологічними характеристиками. До даної групи входять не лише Фінляндія, Швеція, Естонія, Латвія та Литва, але і Польща, Данія і північно-східна частина Німеччини. Одним з наслідків цього процесу може стати поступове витіснення української продукції зі східноєвропейського регіонального ринку лісовими товарами.

Важливою особливістю ведення світової торгівлі лісовими товарами є застосування біржового ринку. В Україні торгівлею лісоматеріалами займаються Українська спеціалізована лісова біржа та інші біржі.

За останні десятиліття у світовій торгівлі лісоматеріалами мали місце ряд особливостей, що їх необхідно враховувати для успішного ведення зовнішньоторговельної діяльності. Серед них доцільно

виділити такі:

1. Роль світового лісопромислового комплексу в майбутньому буде ставати все більш вагомим, оскільки галузі даного комплексу спеціалізуються на переробці природного ресурсу, який має здатність відновлюватися, що є особливо актуальним у контексті існуючої енергетичної кризи в світі.

2. Міжнародна торгівля лісовими матеріалами протягом останнього періоду розвивається динамічно. Стартовою передумовою для збільшення обсягів торгівлі основними видами лісоматеріалів, а також для досягнення більш високого технічного рівня лісопромислового виробництва є стійкий попит на лісову продукцію на світовому ринках.

3. У більшості країн світу за останні роки збільшилася торгівля лісовими товарами. Основні обсяги лісової торгівлі припадають на країни, що або мають значні лісові ресурси, або на країни, що мають розвинені галузі вторинної і більш глибокої переробки деревини, а найчастіше – на країни, що мають обидва перераховані чинники.

4. Особливістю провідних країн-експортерів є орієнтація на удосконалення структури лісопромислового виробництва, насамперед, на постійне збільшення виробництва з глибокої переробки деревини і деревних відходів, що забезпечує випуск конкурентноздатної продукції і розширення її асортименту.

5. В багатьох країнах запроваджуються квоти на вирубку й експорт лісу, що прямо впливає на стан та структуру світового ринку лісових товарів.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА РІПАКУ

Горват В.Ю., студентка,
Харківський національний технічний університет
сізького господарства ім. П. Василенка*

Ріпак – найпоширеніша і перспективна олійна культура з родини капустяних. На практиці існує дві форми ріпаку: ріпак озимий та ріпак ярий. Насіння озимого ріпаку містить 43 – 50% олії, 16 – 29% білка і понад 17% вуглеводів. По визначенню вчених: ріпак – культура

* Науковий керівник – Мазнев Г.Є., професор

XXI сторіччя з широким використанням на продовольчі, кормові та енергетичні цілі. Основна продукція ріпаку – олія, щорічне світове валове виробництво якої складає більше 25млн.т.

Ріпакову олію використовують, як продукт харчування і для різних галузей промисловості. Вона споживається у натуральному вигляді в кулінарії та при виготовленні салатів, є найкращою сировиною для виробництва бутербродного масла, маргаринів, майонезів, приправ, кондитерських жирів. Олія з ріпаку надзвичайно корисна для здоров'я. Вона зменшує вміст холестерину в крові людини і цим запобігає серцево – судинним захворюванням. Харчову олію виробляють лише з тих сортів ріпаку, що містять не більше 5% ерукової кислоти від загальної кількості жирних кислот. У більшості європейських країн цей показник знижений навіть до 2%.

Для промислової переробки (пальне, пластмаси, лаки, фарби) ціннішим є сорти з високим вмістом ерукової кислоти. В останні роки розробляються ефективні технології виробництва з ріпаку біопалива для двигунів. З однієї тони насіння ріпаку можна одержати близько 300 кг ріпакової олії, а з неї 270 кг біодизельного пального, в якому в 35 разів менше сірки, а в 2 рази – сажі, ніж в дизельному паливі. Гектар ріпаку спроможний дати 1,5 тони біодизельного пального, крім того, у господарстві залишається шрот, який є цінним кормом для тварин.

Насіння ріпаку – цінне джерело концентрованих білкових кормів вищої якості. Макуха і шрот з насіння ріпаку за фізіологічною дією майже не поступаються перед макухою і шротом з сої і соняшника. Так, основним білковим компонентом концентрованих кормів в країнах Західної Європи є дешевий і високоякісний ріпаковий шрот. Урожайність ріпаку сягає 30 ц/га і більше, тобто перевищує середню врожайність сої і дає змогу мати високоякісний корм з мінімальними втратами, що сприяє зниженню собівартості тваринницької продукції.

Відповідно до «Програми розвитку виробництва біодизельного палива на період до 2015 року», Україна повинна виробляти і споживати в 2015 році понад 520 тис. т біодизельного палива, для цього треба буде забезпечити валовий збір насіння ріпаку на рівні 1,7 – 1,8 млн. т., тобто за врожайності ріпаку в середньому 20 ц /га потрібно засіяти 0,85 – 0,9 млн. га ріллі, що становить близько 3 % загальної площі (33,8 млн. га) орних земель України.

Тому основними шляхами інтенсифікації насінництва будуть: результативний маркетинг в насінництві; розміщення ріпаку по кращих попередниках; виробництво сортів і гібридів ріпаку з

високоврожайними та якісними показниками; забезпечення виробництва висококондиційного насіння із збереженням сортових ознак і властивостей; впровадження сучасних технологій вирощування насіннєвого ріпаку з відповідним технічним забезпеченням; дотримання технологічних вимог доведення насіння до посівних кондицій; здешевлення насіння з одноразовим збільшенням його виробництва і реалізації.

Підвищення ефективності ріпаку можливе при застосуванні як інтенсивних, так і раціональних технологій його вирощування, залученні необхідних фінансових та матеріальних ресурсів. Це сприятиме як підвищенню продуктивності культури, так і зниженню собівартості одиниці продукції.

Галузь ріпаківництва в Україні характеризується низькими урожайностями ріпаку. Так урожайність озимого ріпаку становить всього 30 % від потенційної і 40 % - від середньоевропейської, ярого – відповідно 20 – 25 та 25 – 35 %. Основний фактор, який зумовлює низьку врожайність даної культури в країні – недотримання комплексу елементів технологій вирощування, в основі якого лежить незадовільне матеріально – технічне забезпечення виробників. Це, звичайно, не сприяє зростанню як площ посівів, так і об'ємів виробництва ріпакового насіння.

Резервом радикального збільшення посівних площ під ріпаком, а отже і збільшення його виробництва є зменшення площ під зерновими з одночасним підвищенням їх врожайності, а також і під основною олійною культурою в Україні – соняшником, оскільки площі культивування останнього значно перевищують науково – обґрунтовані норми. Перед останнім ріпак має значну перевагу в технологічному плані (вища потенційна врожайність, кращий попередник в сівозміні і ін.).

Отже, необхідно зробити ріпак джерелом підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, збільшення обігових коштів сільськогосподарських підприємств, збільшення прибутку сільгоспвиробників шляхом визначення оптимальних каналів реалізації ріпаку та продуктів його переробки. З метою пошуку шляхів підвищення ефективності ріпаківництва щорічно потрібно проводити всебічний економічний аналіз ведення галузі в цілому і її складових зокрема, починаючи від спеціалізації господарств, місця ріпаку в сівозміні і завершуючи ринком реалізації продукції ріпаку.

РИНОК ЗЕРНА: ЗАГАЛЬНОСВІТОВІ ТА УКРАЇНСЬКІ ТЕНДЕНЦІЇ

*Грідін О.В., ст. викладач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Зерновиробництво – це стратегічна галузь народного господарства України, яка визначає обсяги пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, стан і тенденції розвитку сільських територій, формує валютні доходи держави тощо [4]. Беззаперечним є той факт, що від стану зернового господарства, тенденцій, а також динаміки його розвитку, в Україні, суттєвим чином, залежить ефективність функціонування всіх галузей АПК та рівень добробуту населення. Саме високорозвинене зернове господарство є запорукою відродження м'ясного і молочного скотарства, свинарства та птахівництва. Постійно зростаючі обсяги виробництва в поєднанні з високою якістю зерна значним чином впливають на забезпечення продовольчої безпеки країни [5].

Вітчизняний ринок зерна тісно пов'язаний зі світовим, який, особливо в останні роки, відзначається нестабільністю, як в питаннях попиту та пропозиції, так і, що найголовніше, в питаннях ціноутворення. Світові ціни на зерно формуються, головним чином, на ринку США – найбільшого постачальника зерна в світі та центрального гравця біржової торгівлі зерном. Проте, найголовнішим чинником, що визначає кон'юнктуру ринку зерна в усі часи й в усіх країнах-виробниках були, є і залишаються природнокліматичні умови [2].

За даними Міжнародної Ради по зерну основними експортерами зерна в світі на даний час є: США, Аргентина, Австралія, Канада, ЄС, Казахстан, Російська Федерація та Україна [7]. За підсумками 2011 року Україна зайняла третє місце за обсягами експорту ячменю, четверте з експорту кукурудзи на зерно, шосте, з показником 5,4 % світового ринку, за обсягами експорту пшениці. При цьому, найбільшими імпортерами зерна є країни півночі Африки і Близького Сходу. [2].

За даними останніх прогнозів, які цілком виправдані і

обумовлені сприятливими кліматичними умовами, зростання світового виробництва зерна в 2011/2012 МР (маркетинговому році) очікується на рівні рекордних 1 841 млн. тонн, що більше минулорічного показника на 88 млн. тонн або на 4,78 %. Відповідно, зростання рівня виробництва обумовить підвищення рівня кормового використання, за оцінками, приблизно на 55 млн. тонн. Враховуючи, що світове споживання, внаслідок постійного збільшення чисельності населення Землі, зростатиме, приблизно, такими ж темпами як і виробництво, рівень міжрічних перехідних запасів, в порівнянні з 2010/2011 МР, зміниться не суттєво і становитиме орієнтовно 374 млн. тонн. Світова торгівля зерновими в 2011/2012 МР (липень/червень), обумовлена суттєвим підвищенням обсягів торгівлі пшеницею та ячменем, прогнозується на рівні 260 млн. тонн [7].

Пшениця, в структурі світового зерновиробництва, разом з кукурудзою на зерно, займає чільне місце. Так, на частку пшениці в 2010/2011 МР в загальній структурі виробництва припадало близько 37,25 %, споживання – 36,75 %, торгівлі – 51,85 %. За прогнозами на 2011/2012 МР ці показники становитимуть відповідно – 37,81 %, 37,01 %, 53,46 %. На основі проведених досліджень очікується, що в 2012/2013 МР, внаслідок зниження рівня урожайності в Австралії, Марокко та Україні, світові обсяги виробництва пшениці скоротяться на 15 млн. тонн. Такий розвиток подій спричинить певний спад кормового, в поєднанні з певним уповільненням продовольчого та промислового попиту на пшеницю, що відзначиться на скороченні торгівлі пшеницею, переважно, як вже відзначалось, внаслідок зниження рівня закупівель кормових сортів пшениці та на загальному фоні росту торгівлі кукурудзою на зерно та ячменю. При цьому, в 2012/2013 МР, загальна площа під посівами пшениці та кормового зерна має розширитись на 1,9 % до позначки 540 млн. тонн в основному за рахунок приросту в США та Північній Америці, що за останні 15 років має стати найбільшим показником [7].

За підсумками 2011 року обсяг виробництва зерна в Україні становив 57,9 млн. тонн в бункерній вазі або більш ніж 55 млн. тонн у вазі після доробки, що є найбільшим результатом за всю історію України, який перевершив рекорд 53,29 млн. тонн 2008-го року більш ніж на півтора мільйона тонн [3]. Однак все ще залишаються невирішені проблеми, розв'язання яких є необхідною та безумовною

умовою подальшого розвитку вітчизняного зерновиробництва та забезпечення його конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а саме:

- покращення матеріально-технічного стану виробництва;
- забезпечення виробників якісним насіннєвим фондом;
- створення належних умов зберігання виробленої продукції;
- забезпечення прозорого ціноутворення;
- удосконалення державного регулювання та зменшення рівня адміністративного втручання тощо.

Отже, комплексне та всебічне вирішення проблем, пов'язаних з покращенням стану зерновиробництва в країні в цілому та в кожному окремому господарстві, сприятиме скорішому виведенню галузі з кризи, забезпеченню її конкурентоспроможності на світовому ринку та зміцненню позицій держави в світі.

Література.

1. Бондарь А. Обзор украинского рынка зерновых [Электронный ресурс] / А. Бондарь // Аграрная неделя. – 2003. – № 40. Режим доступа: www.agroperspectiva.com
2. Голик С.І. Кон'юнктура світового ринку зернових культур / С.І. Голик // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 156-158.
3. Итоги года: обзор рынка зерна в Украине [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://zernovoi.livejournal.com/>
4. Концепція державної цільової програми «зерно України – 2008-2015» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://uga-port.org.ua>
5. Лобас М.Г. Развитие зернового хозяйства Украины / М.Г. Лобас. – К.: НВАТ «Агроинком», 1997. – 448 с.
6. Месель-Веселяк В.Я. Прогноз ринку зернового виробництва в Україні в 2012 році / В.Я. Месель-Веселяк, О.Ю. Грищенко, М.П. Душко // Економіка АПК. – 2012. – № 3. – С. 33-36.
7. Обзор рынка зерновых [Электронный ресурс]: Международный Совет по зерну / Режим доступа: www.igc.int
8. Ришков О. Экспорт зерновых: потенциал чи імпотенціал? / О. Ришков // Пропозиція. – 2012. – № 2. – С. 14-15.
9. Скришник А.В. Тенденції світового ринку пшениці та ризики розвитку експортного потенціалу країни / А.В. Скришник, Т.Ю. Зінчук // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 139-145.
10. Формування і розвиток ринку зерна в Україні / [Шпикуляк О.Г., Воскобійник Ю.П., Саблук Р.П., Овсянніков О.В.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 190 с.

ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОКОПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

*Гуцул Т.А., к.е.н., доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

В агропромисловому комплексі України одною з пріоритетних галузей сільськогосподарського виробництва являється молочне скотарство та молокопереробна промисловість. Значимість молока і молочних продуктів в забезпеченні продовольчої безпеки країни вимагає практичних кроків щодо реалізації стратегії формування ринку молочних продуктів з урахуванням світового досвіду.

Нестабільність на продовольчому ринку України, значне зростання цін на продукти харчування і матеріальні ресурси для сільського господарства, нестабільність у виробництві сільськогосподарської продукції свідчать про вплив наслідків економічної кризи. Рівень споживання молока та молокопродукції населенням за останні роки істотно зменшився. Виробництво молока на 1 особу населення скоротилось протягом 1990-2010 рр. на 227 кг, а споживання – на 167 кг і становили у 2010р. відповідно 245 кг та 206 кг (табл.).

Показники виробництва і споживання молока з розрахунку на одну особу значно коливаються в окремих регіонах. У Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій, Одеській, Луганській, Харківській, Херсонській областях та в Автономній Республіці Крим рівень виробництва і споживання молока та молокопродуктів на одну особу населення нижчий від середнього по країні.

Наявні відмінності у рівнях споживання молокопродуктів в регіонах пов'язані з специфікою формування ринку молока та молокопродукції. Таким видам молочної продукції, як масло, тверді сири, сухе та згущене молоко властива добра транспортабельність і тому вони мають широкий ринок збуту. А незбиране молоко, сметана, кефір, вершки та деяка інша продукція, не можуть зберігатись тривалий час. Тому їх ринок збуту тяжіє до зон виробництва і носить локалізований характер.

Потенційними експортерами транспортабельних молочних продуктів на внутрішній, а також зовнішній ринки є підприємства Кіровоградської, Вінницької, Львівської, Хмельницької, Житомирської, Чернігівської, Сумської та Полтавської областей. Це основні сировинні зони молока і молокопродуктів в Україні.

**Виробництво і споживання молока
на одну особу населення в Україні, кг**

Роки	Виробництво		Споживання	
	кг	% до попереднього року	кг	% до попереднього року
1990	472	-	373	-
1995	335	71,0	244	65,4
2000	276	82,4	199	81,6
2005	291	105,4	226	113,6
2006	284	97,6	235	104,0
2007	264	93,0	225	95,7
2008	254	96,2	214	95,1
2009	252	99,2	212	99,1
2010	245	97,2	206	97,2

Визначення попиту та пропозиції на ринку молока та молокопродукції в існуючих умовах має певні складності. Через низьку купівельну спроможність споживачів попит на молочну продукцію обмежений і має тенденцію до скорочення. В основному, попит забезпечується пропозицією молока господарствами населення, експорт незначний і суттєвого впливу не має. В сільськогосподарських підприємствах в останні двадцять років катастрофічно знижувалося поголів'я корів та зменшувалася продуктивність молочної худоби. В 2010 році в аграрних підприємствах надоїли лише 2,2 млн. тонн молока, що майже у 8,5 рази нижче показника 1990 року. Процес зниження виробництва молока в Україні припинився за рахунок господарств населення, у яких обсяг його виробництва за аналогічний період зріс майже у два рази.

Сільськогосподарські товаровиробники неспроможні змінити ситуацію й удосконалити виробництво без залучення інвестицій. Крім того, якість виробленого молока дуже низька, що утруднює виробництво конкурентоспроможної продукції, а внаслідок низької ефективності виробництва суттєво зменшився рівень завантаження потужностей переробних підприємств. Згідно з даним Держкомстату, в Україні в останні роки лише близько 40% від усього виробленого в сільськогосподарських підприємствах молока підлягало промисловій переробці.

Ефективність виробництва молока характеризується тісним зв'язком з ефективністю переробки цього продукту. Молочна

промисловість України налічує більше 400 підприємств й є однією з провідних галузей агропромислового комплексу. Раніше майже в кожному районному центрі країни був молокопереробний завод. Українська молочна промисловість працює у трьох основних напрямках діяльності: виробництво цільномолочної продукції, виробництво сирів та виробництво масла (а також сухого молока й казеїну). Найбільш емним в сировинному вимірі є виробництво сиру і масла, але найважливішим вважається виробництво цільномолочної продукції, оскільки це є продукти першої необхідності в споживчому кошику. Вироблена вітчизняна цільномолочна продукція майже повністю використовується для внутрішніх продажів. Істотна частина сирів, масла й сухого молока йде на експорт.

За останні роки в Україні спостерігається зниження обсягів виробництва практично всіх основних молокопродуктів. У 2010 році жирних сирів було випущено 207 тис. т, що на 70 тис. т менше виробничого показника 2005 року. На 63 тис. т зменшився промисловий випуск цільномолочної продукції, на 40,5 тис. т – масла, на 20 тис. т – кисломолочної продукції. Варто зазначити, що в 2006 році виробництво більшості молокопродуктів знизилося через введення Росією заборони на імпорт української продукції тваринництва.

Імпорт молокопродуктів в Україну незначний. Завозяться в країну окремі види високоякісних сирів та десертно-йогуртної продукції.

ОЦІНКА ПЕРЕВАГ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИБОРУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ

Дмитрук І.М., студент,
Чернігівський державний технологічний університет*

Актуальність вивчення поведінки споживачів на ринку ковбасних виробів обумовлена постійним розвитком цієї сфери, оскільки ковбасні вироби є одним з основних продуктів харчування.

* Науковий керівник – Дудла А.А., к. е. н., доцент

Вивчення поведінки споживачів дозволяє оцінити переваги споживачів щодо вибору даної продукції й на чому вони ґрунтуються.

З метою визначення переваг споживачів щодо вибору ковбасних виробів було проведено опитування. В анкетуванні брали участь як чоловіки так і жінки, здебільшого споживачі віком від 17 до 53 років. Це було зроблено для того щоб дізнатися думки людей різних за статтю та різних за віком. В процесі анкетування було опитано 50 споживачів, з них 64% — жінки, 32 % — чоловіки. Переважання жіночої статі пояснюється тим, що саме жінки найчастіше купують продукти.

За результатами анкетування у структурі споживання ковбасних виробів найбільшу питому вагу займають варені ковбаси, на які припадає 40-45% ринку. Сосиски і сардельки складають 20-25%, напівкопчені ковбаси – 10-15%, копченості – близько 10%, варенокопчені та сирокпчені ковбаси – кожна з категорій - до 5% ринку. Структура споживання ковбасних виробів представлена на рисунку 1.

Згідно даних анкетування, ковбасні вироби споживає практично все населення міста Чернігова. Частка тих, хто не вживає ковбасних виробів не перевищує 5 - 10%. Частка тих, хто купує ці вироби частіше ніж раз на тиждень коливається від 70 до 75%. Зазвичай ковбасні вироби купують жінки (70% випадків).

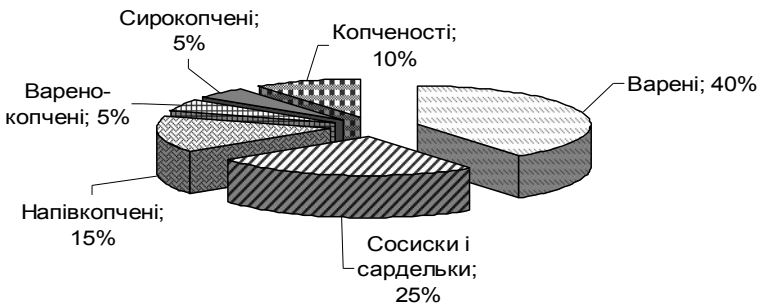


Рис. 1. Структура споживання ковбасних виробів в Україні, %

Визначено, що основним критерієм вибору ковбасних виробів в 2011 році споживачі вважали ціну, а також для більшості споживачів важливими критеріями були смакові якості і зовнішній вигляд

продукції. На торгіву марку або найменування виробника ковбасних виробів, інформацію на маркуванні і рекомендації знайомих звертають увагу відносно невелика кількість покупців. На жаль, такий важливий фактор, як консультація продавця, опинився в рейтингу останнім. Це можна пояснити некомпетентною роботою багатьох торгових працівників.

Під час опитування споживачів було поставлене запитання про їхнє відношення до вмісту соєвих добавок у ковбасних виробках. Переважна більшість респондентів - 80%, сприймають ці добавки негативно і намагаються не купувати продукцію, яка їх містить. При цьому інформація про склад ковбасного виробу як критерій вибору важлива для 11% споживачів, тобто більшість учасників опитування негативно ставляться до соєвих добавок, але лише невелика частина покупців акцентують на даному факторі свою увагу. Частина споживачів (38% від числа опитаних) звертають увагу на те, зроблений виріб згідно з вимогами ГОСТу або ТУ. Даний чинник не має значення для 21% респондентів, не замислювалися про значимість цього аспекту 41% споживачів.

Важливою ознакою є потреба в товарі (слабка, середня, сильна) і рівень вжитку товару (що не потребують товару, потребують в невеликих кількостях, потребують в значних кількостях). Визначено, що 64 % з опитаних купують ковбасні вироби 1-2 рази в тиждень; 24% — 1-2 рази в місяць; майже щодня купують — 6% опитуваних.

З опитування видно, що споживачі купують ковбасні вироби в діапазоні 300-500 гр.(64%). Люди, що купують товар в значних кількостях складають, як правило, відносно невелику частину ринку (14%), не вживають ковбасу — 6% опитуваних. Слід зауважити, що люди купують ковбасні вироби в звичайних продуктових магазинах (58%), які розташовані поряд з будинком або роботою, в спеціалізованих магазинах - 6%.

Виробникові не варто нехтувати упаковкою виробу, оскільки люди, купуючи ковбасні вироби, звертають на неї увагу: 72% віддають перевагу звичайній упаковці, 12% — вакуумну. Інформацією на упаковці цікавляться 58% покупців, з них 34% задоволені, а 24% — ні.

Відношення до дегустацій сортів ковбасних виробів розділилося таким чином: 36% — ніколи не стали б в ній брати участь, а 64% — взяли б в ній участь (хоча 36% з них — залежно від настрою і вільного часу).

За підсумками дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Популярними видами ковбасних виробів є варені ковбаси сосиски і сирокоччені ковбаси. Необхідно орієнтуватися на покупців з різним рівнем доходу, тому доцільно урізноманітнити асортимент.

2. Визначено, що покупці надають перевагу купівлі продукції у продуктових магазинах традиційним методом продажу через прилавок.

3. Визначено, що при купівлі люди звертають увагу на зовнішній вигляд і запах ковбасних виробів.

Негативно відносяться до продукції з вмістом соєвих добавок 80% споживачів. Необхідно маркування ковбасних виробів робити більшими літерами з наданням повної і достовірної інформації.

Таким чином, за результатами дослідження, фірма має можливість формувати свій асортимент відповідно до переваг споживачів і проводити максимально ефективну політику продажів.

ТИПОВІ УМОВИ ДОГОВОРУ ПЕРЕРОБКИ ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ НА ДАВАЛЬНИЦЬКИХ УМОВАХ

*Ковальова О.В., к.е.н.,
Харківський національний аграрний
університет ім. В.В. Докучаєва*

Узгодження інтересів учасників галузі бурякоцукрового виробництва здійснюється через договірні відносини. Договори на переробку цукрових буряків на давальницьких умовах, що укладається між виробниками цукрових буряків та їх переробниками різняться залежно від умов, що визначені сторонами. Типовою умовою формування договорів є дотримання таких положень: предмета договору, порядку передачі сировини та готової продукції, порядку розрахунків, відповідальності кожної зі сторін, строку дії договору, обставин «форс-мажору» та інших умов.

Предметом договору переробки цукрових буряків на давальницьких умовах є переробка цукрового буряку на цукровому заводі для отримання готової продукції: основної – цукру-піску квоти «А» (виробництва цукру для внутрішнього споживання країни) та побічної продукції – меляси і жому.

На вимогу цукрового заводу сільськогосподарські підприємства зобов'язуються надавати інформацію про площі посіву цукрових буряків та задіяні технології їх вирощування. Вирощені цукрові буряки мають відповідати вимогам ДСТУ 4327:2004 «Коренеплоди цукрових буряків для промислового перероблення. Технічні умови» з обов'язковою наявністю свідоцтва про вміст токсикантів. Важливим є використання сертифікованого насіння сортів і гібридів цукрових буряків. Крім того, обов'язковою умовою є зобов'язання буряковиробників не використовувати при вирощуванні коренеплодів аміачні добрива пізніше 15 червня.

Сільськогосподарські підприємства мають виробляти цукрові буряки з рівнем цукристості понад 13 %, оскільки коренеплоди з нижчим рівнем цукристості переробним підприємством не приймаються. У деяких випадках переробка цукрових буряків, вміст цукру яких в межах від 13 % до 14 % переробляється за окремими договором з іншими умовами переробки.

Для підвищення якості цукрових буряків, забезпечення їх ефективної переробки з мінімально можливими втратами, постачання коренеплодів заводові здійснюється згідно взаємоузгодженого графіка поставок, що має бути уточнений до початку сезону заготівлі цукросировини. У разі порушення узгодженого графіку доставки цукрових буряків, на користь заводу сплачується штраф та відшкодувати збитки понесені з цього приводу. Рівень відсотку може становити 0,5 від вартості недопоставленої кількості цукрових буряків за кожен день прострочення поставки. При заці сільгоспвиробниками некондиційних буряків, застосовується знижка у розмірі певного відсотку нарахованої продукції у заліковій вазі з тієї транспортної одиниці, у якій вони містяться.

Співвідношення розподілу цукру між господарствами і цукровим заводом на давальницьких умовах взаєморозрахунку в сезон переробки 2011 р. у Харківській області у середньому становив 55:45 % із незначним коливанням за окремими переробниками. Так, в оплату за технічну переробку сировини сільгоспвиробники передають заводові у власність 45 % цукрових буряків у заліковій вазі. Вироблені з решти 55 % давальницької сировини цукор, меляса і жом є власністю буряковиробників. Вихід цукру для нарахування і видачі його сільгоспвиробникам здійснюється по середньому виходу за сезон переробки буряків з урахуванням фактичної цукристості сировини та фактичних втрат цукру за час зберігання буряків та їх переробки.

Переробне підприємство зобов'язується додержуватись технологій зберігання та переробки цукрових буряків, направлених на мінімальні втрати цукросировини та цукру.

У разі надходження на бурякоприймальні пункти некондиційних цукрових буряків, може бути застосована знижка на рівні певного відсотку нарахованої продукції з залікової маси буряків із тієї транспортної одиниці, у якій вони містились. Розмір такої знижки переробними підприємствами може бути встановлено на рівні 20 %.

З метою зацікавлення сільськогосподарських підприємств вирощувати цукрові буряки, цукровий завод може надавати кредит під майбутній урожай фінансовими ресурсами, засобами виробництва. Проте, при наявності заборгованості сільськогосподарських підприємств перед цукровим заводом за всі види наданих послуг та поставлені товарно-матеріальні цінності (оплата за які повинна бути здійснена буряковиробниками до початку сезону цукроваріння), виробники цукрових буряків, з метою погашення боргу, мають поставляти цукровому заводу коренеплоди по ціні, що є нижчою за закупівельну для умов купівлі-продажу при базисній цукристості 16 %.

Умови транспортування цукрових буряків достатньо різняться. Так покриття транспортних витрат по транспортуванню цукрових буряків з поля сільгоспвиробників на бурякоприймальні пункти може здійснюватись на 45 % частки сировини за рахунок заводу виходячи з залікової ваги коренеплодів без урахування забрудненості. Витрати пов'язані з транспортуванням 55 % частки давальницької сировини, що належить буряковиробнику, у такому разі здійснюється за його рахунок.

Перевезення цукросировини може здійснюватись у цілому за рахунок переробника за встановленою вартістю, рівень якої залежить від відстані. Сільгоспідприємства самостійно можуть транспортувати коренеплоди і отримати відшкодування переробником вартості перевезення, але за ціною, що не є вищою за встановлений ним рівень.

Умови забирання виготовленого цукру також мають свої особливості. В окремих випадках виробники цукрових буряків мають відшкодовувати переробному підприємству вартість мішка, у який затарено цукор, вартість навантаження цукру і наливу меляси.

Отже, критерієм ефективних договірних відносин є повне виконання взаємних договірних зобов'язань кожною зі сторін-учасників.

ОСТАННІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПОДАЛЬШІ ПЕРСПЕКТИВИ СВІТОВОГО Й ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКІВ СОНЯШНИКУ ТА ПРОДУКТІВ ЙОГО ПЕРЕРОБКИ

Кушніренко Ю.В., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

На сьогоднішній день значна увага сільськогосподарських товаровиробників прикута до вирішення проблеми підвищення економічної ефективності вирощування насіння соняшнику. Оскільки саме ця культура є в Україні основною для виробництва рослинної олії та високобілкових кормів, а її експорт приносить значний валютний прибуток, то вирішення цієї проблеми сприятиме підвищенню конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, підвищенню дохідності підприємств, а також зміцненню та стабільному розвитку АПК.

У світовому сільському господарстві соняшник не є основною олійною культурою, хоча і є однією з найвагоміших культур в олійному балансі, поступаючись першій соєвим бобам та ріпаку. Так, у 2009 році найбільшу питому вагу в структурі загального врожаю займали соєві боби – 56,4 %, на другому місці ріпак – 12,4 %, на третьому соняшник – 7,0 %. У 2011 році суттєвих змін не відбулось: боби займали 57,0 %, ріпак – 13,0 %, соняшник – 8,0% загального врожаю.

З 2008 року і дотепер найбільшим світовим виробником соняшнику залишається Російська Федерація. У 2008 році на її частку припадало 21,0 % усього світового виробництва, а у 2011 році валове виробництво збільшилось на 8,3 млн. т насіння, що на 55,0 % більше показника 2008 року.

За прогнозами, у 2011/2012 маркетинговому році (МР) в світі очікується виробництво 34,8 млн. т насіння соняшнику, що більше попереднього сезону на 12,0%. Це стане можливим завдяки підвищенню урожайності на 2,0 % до 1,4 т/га та розширенню посівних площ до 24,6 млн. га, що на 2,2 млн. га, або на 10,0 % більше попереднього показника. До того ж вона перевищить площі посіву за всі періоди його вирощування у світі, що свідчить про високий рівень привабливості культури у провідних країнах-виробниках.

* Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач

Очікується, що у 2011/2012 МР Україна разом з ЄС ділитиме другу сходинку світового рейтингу виробників соняшнику. Так, на думку аналітиків, Україна виростить його 7,5 млн. т. Загалом прогнозних обсягів виробництва та перехідних залишків минулого року буде достатньо для покриття існуючого попиту. Світове споживання збільшиться та знаходитиметься на доволі високому рівні. В новому сезоні попит на цю олійну культуру досягне 34,3 млн. т, що більше в порівнянні з минулим сезоном на 11,0 %. Це буде рекордним показником за весь час споживання та перевищить середньорічний рівень за останні 10 років на 23,0 %. Проте, на відміну від 2009/2010 МР, обсяги споживання соняшнику будуть меншими за його виробництво. Це вплине на зростання світових кінцевих запасів і наприкінці нового сезону вони очікуються в межах 1,85 млн. т, що на 23,0 % перевищить попередній рівень.

Зростання виробництва сприятиме активізації світової торгівлі. Обсяги експорту прогноуються на рівні понад 2 млн. т, що на 33,0 % більше в порівнянні з минулим роком. Структура світового експорту розподілятиметься наступним чином: ЄС – 22,0 %, Україна – 42,0 %, Росія – 1,0 %, Аргентина – 3,0 %. Частка інших країн складе 32,0 % світового продажу. Загальна частка експорту соняшнику, щодо обсягів його споживання, становитиме лише 6,0 %, що пояснюється задоволенням потреб світових споживачів не сировиною, а в першу чергу продуктами переробки, якими здебільшого є харчова олія та шрот.

Україна є одним з лідерів світового експорту продуктів переробки соняшнику. Світовий ринок сподівається отримати від України в новому маркетинговому році 2,8 млн. т олії, що на 3,0 % більше від попереднього. Частка України у світовій торгівлі соняшnikовою олією оцінюється на рівні 22,0 %. При цьому експорт олії з Росії становитиме 2,9 млн. т, або 23,0 % світового експорту, ЄС – 2,8 млн. т (22,0 %), Аргентини – 1,3 млн. т (10,0 %).

У середньому за останні 5 років в Україні під вирощуванням соняшнику було зайнято близько 15,0 % усіх посівних площ. Частка культури у виробництві олійних, за цей період, становила понад 70,0 %. Проте, наразі, ситуація змінюється. У 2010 році питома вага соняшнику у структурі площі посіву технічних культур не перевищувала 63,0 % та має тенденцію до зменшення.

Незважаючи на структурні зміни валове виробництво у 2010 році перевищило показник попереднього року на 408 тис. т. Це відбулось через розширення площі порівняно з 2009 роком на 8,0 %. Збільшенню врожаю не завадило навіть зниження урожайності. Так, у

2010 році зібрали з гектару 15 ц/га, що на 2 ц/га менше попереднього року.

За підсумками 2010 року, вирощування соняшнику виявилось найбільш прибутковою діяльністю у сільському господарстві України. Доходи сільськогосподарських підприємств від реалізації цієї олійної культури досягли майже 15 млрд. грн., що забезпечило покриття понесених виробничих витрат та отримання 5,9 млрд. грн. прибутку. При цьому, рівень рентабельності становив 64,5%. Переважна більшість вирощеного насіння перероблялась на вітчизняних олійно-жирових комбінатах із подальшою реалізацією на зовнішніх ринках. Було вироблено 3,1 млн. т олії, з яких соняшникової – 3 млн. т. Експорт її становив 2,7 млн. т, або 90,0 % від загального виробництва. Проте, незважаючи на розвинену промислову інфраструктуру, щорічно до 10,0 % врожаю соняшнику експортується без попередньої переробки, в наслідок чого світовий ринок здійснює значний вплив на вітчизняну галузь.

За ряд останніх років цінова ситуація складалась наступним чином. У 2008 році відмічались різкі коливання, якщо в лютому ціни становили 4300 грн./т, то до грудня вони знизились до 1100-1150 грн./т. На той період доходи від продажу перевищували в декілька разів виробничі витрати. Але за цінами, що склались, виробництво соняшнику стало збитковим. На сьогодні спостерігається сприятлива цінова ситуація, адже на кінець серпня 2011 року насіння соняшнику закупували по 4,9-5,0 тис. грн./т, що більше впововину за минулорічні ціни.

Європейські аналітики прогнозують, що світове виробництво соняшнику в періоді 2012/2013 МР складе 36,0 млн. т, що більше попереднього періоду на 8,4 %. Площа в новому сезоні теж збільшиться на 25,7 млн. га, тобто на 4,9 %. Україна збільшить виробництво на 8,3 млн. т або на 3,8 %, на відміну від попереднього періоду, а Росія – на 42,9 %. На період 2012/2013 МР світовий експорт соняшнику збільшиться майже на 40,0 % або до 2,38 млн. т.

Для підвищення ефективності вирощування соняшнику, серед основних напрямів можна виділити: удосконалення регіонального розміщення посівів соняшнику виходячи з ботанічних і біологічних особливостей культури, технології вирощування, підбору ефективних засобів захисту; дотримання чергування соняшнику в полях сівозмін; застосування інтенсивних технологій вирощування і збирання, що сприятиме зниженню витрат на одиницю продукції; впровадження високоврожайних гібридів з високим вмістом олії, залучення необхідних для розвитку галузі коштів та матеріальних ресурсів через

пошук потенційних інвесторів та кредиторів; інтегрування в агропромислові та кооперативні формування для вирішення проблем виробництва і раціонального використання врожаю. Все це, в комплексі, сприятиме ефективному функціонуванню внутрішніх і зовнішніх ринків соняшнику та продуктів його переробки, а також попередить можливі подальші руйнівні процеси в галузі.

ВИОКРЕМЛЕННЯ СЕЗОННИХ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ РУХУ ЦІНИ НАСІННЯ СОНЯШНИКА В УКРАЇНІ

*Лобас В.С., к.е.н.,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Розвиток аграрних підприємств в сучасних умовах потребує прогнозованого середовища та передбачуваних умов ведення бізнесу. Однією з перешкод розвитку аграрного бізнесу є висока волатильність ціни продукції, що виробляють сільгоспідприємства. Непередбачувані коливання ціни створюють середовище в якому неможливо точно прогнозувати фінансовий результат діяльності підприємств, суттєво збільшують ризики неповернення інвестиції. Короткострокові збільшення ціни на продукцію сільгоспідприємств не сприяють збільшенню вкладень у сільське господарство, однак спричиняють збільшення цін на продовольство, негативно впливаючи на рівень життя споживачів [1]. Короткострокові зменшення цін на продукцію навпаки значним негативним чином впливають на роботу підприємств, змушують продавати основні засоби, поголів'я тварин, навіть можуть спричинити до банкрутств у зв'язку з нездатністю підприємств отримати виручку у запланованому обсязі та розрахуватися з боргами в повному обсязі. Тому набуває актуальності необхідність визначення закономірностей змін цін, побудова моделей прогнозування цін.

Проблемам ціноутворення та волатильності цін на ринках аграрної продукції приділяється чимало уваги як вітчизняними так і закордонними науковцями, отже існує чимала наукова база. Серед провідних розробників цієї теми можна виділити П.Т. Саблука, С.М. Квапу, В.П. Кодацького, М.Х. Кассіді, Й. фон Брауна та Г. Таддеса. Однак ґрунтовному аналізу волатильності цін на внутрішньому ринку насіння соняшнику України приділено недостатньо уваги

Підприємець при вкладенні коштів у бізнес орієнтується на

очікувану прибутковість вкладення. У випадку із сільським господарством у час вкладення коштів, у березні-квітні під час посівної, потрібно спрогнозувати ціни реалізації продукції та оцінити ефективність вкладень, здатність підприємства за рахунок вирощеної продукції розраховуватися з кредиторами по залученим коштам в жовтні. Оцінимо рівень непередбачуваності порівнявши максимальні і мінімальні ціни на насіння соняшнику протягом року. Так в 2008 році максимальна ціна була вища за мінімальну в 1,68 рази. Що відображає неможливість точного прогнозування і свідчить про високий ризик бізнесу. Протягом останніх двох років у 2010 році та 2011 році максимальна ціна протягом року перевищувала мінімальну лише на 19% та 18%. Що ми пов'язуємо зі значними обсягами врожаю насіння соняшнику в ці роки 6,8 млн. т. у 2010 та 8,7 млн. т. у 2011 р.

У зв'язку з тим що пропозиція насіння соняшника на ринку різко збільшується під час збору врожаю та є мінімальною під час літніх місяців є відчутні сезонні коливання, що є звичайним у сільському господарстві і сезонний чинник потрібно враховувати. На підставі даних про ціни на насіння соняшнику по місяцях року за період з 2004 по 2011 роки побудуємо криву що відображає середній рух ціни протягом року. Аналізувати пікові збільшення або падіння цін є доцільним відносно цієї лінії тренду, щоб виключити з аналізу вплив сезонних факторів.

Власні розрахунки на підставі даних Державної служби статистики України [2].

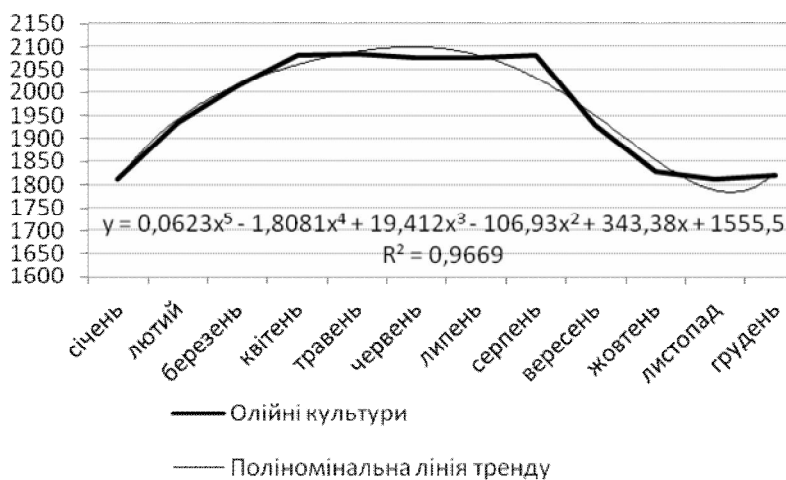


Рис. 1. Середня ціна протягом року на насіння соняшнику протягом 2004-2011р.

Як бачимо даний тренд відповідає і теоретичним міркуванням. Так ціни є мінімальними в листопаді, в час коли пропозиція є максимальною, та максимальними в липні-серпні коли врожай минулого року вже використано на переробку, експорт та споживання. Максимальна ціна лише на 17% переважає мінімальну.

Кожен рік уряд дає рекомендацію не продавати продукцію одразу і дочекатись вищих цін, розглянемо доцільність для виробника зберігання продукції на елеваторі для подальшої реалізації. Зберігання насіння соняшника на елеваторі коштує 30 грн. за тону на місяць. Також аграрні підприємства мають кредити, які можуть погасити достроково і економити на відсотках за кредит, або в результаті реалізації продукції з'являться вільні кошти, які можна буде розмістити в інший бізнес або на депозит, приймемо для розрахунків відсоткову ставку на ці кошти 20%, що складе в місяць 29,87 грн. з тони. Таким чином реалізувавши продукцію за мінімальною річною ціною в листопаді підприємство отримає 1792 грн. з тони, не понесе додаткових витрат на зберігання та кредит. Протримавши до лютого виручка складе 1943 грн./т. мінус 90 грн./т. зберігання, 89,63 грн./т. відсотки за кредит, що складе чистими надходженнями 1763 грн./т., або на 29 грн./т. менше ніж в листопаді. В червні реалізуючи продукцію за максимальною річною ціною 2100 грн./т. з урахуванням витрат на зберігання та кредит надходження коштів буде меншим ніж при реалізації в листопаді на 111 грн./т.

Виходячи з результату наведеного вище аналізу можна рекомендувати виробникам реалізувати насіння соняшнику одразу під час збору врожаю, або по короткостроковим форвардним контрактам ще до збору врожаю в серпні, як пропонують провідні переробними олії та трейдери. Також виявлено, що збільшення обсягів виробництва в Україні позитивно впливає на стабільність цін. Однак інші фактори можуть значним чином спричинити різке коливання цін, як біло в 2008 р., при непоганому врожаї в 6,5 млн. т. у зв'язку з фінансово-економічною кризою були зафіксовані максимальні перепади цін протягом року.

Література.

1. Положение дел в связи с отсутствием продовольственной безопасности в мире. Официальный сайт ФАО. <http://www.fao.org/publications/sofi/ru/>.

2. Державний служба статистики України. Офіційний сайт. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ВІДРОДЖЕННЯ І ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЦУКРОБУРЯКОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Лубенець Ю.Є., студентка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Україна, як відомо, належить до числа перших Європейських держав, які започаткували ще з 20-х років XIX ст. виробництво цукру з цукрових буряків. Це зумовлювалося досить сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами для виробництва цукрової сировини, наявністю значних запасів дешевої кріпосної праці селян, стрімким нарощуванням попиту на цукор у Російській імперії та на експортні поставки зарубіжних країн. Цей процес супроводжувався бурхливим розвитком бурякопереробних промислових підприємств. У 90-х роках XIX ст. в Україні вже функціонувало 187 цукрових заводів. За цей період посівні площі під цукровими буряками збільшилась у кілька разів і перевищили 500 тис. га., а виробництво цукру за сезон цукроваріння зросло до 590-600 тис. тонн. У 1990 році перед створенням демократичної незалежної держави в Україні функціонувало 192 цукрових заводи, які переробили за сезон 44,2 млн. тонн цукрових буряків і виробили 5383 тис. тонн цукру. Вихід цукру до ваги переробленої сировини становив 11,97%. Україна посіла п'яте місце після США, Бразилії, Індії і Китаю серед країн світу за обсягом виробництва бурякового цукру. Річний обсяг експорту цукру країни становив 3663 тис. т., або майже 54% загального виробленого обсягу цієї продукції.

У період здійснення аграрної реформи в Україні з швидкоплинним породженням деструктивних процесів цукрове виробництво зазнало глибокої економічної кризи, яка призвела до різкого занепаду галузі, зменшення більш як у чотири рази посівних площ цукрових буряків, зниження урожайності та значного зменшення валових зборів цукрової сировини. Як наслідок, істотно зменшились кількість промислових підприємств цукрового виробництва та обсяги валового випуску цукру.

* Науковий керівник – Мазнев Г.Є., професор

Однією з основних причин руйнації цукрового виробництва стала втрата економічного інтересу, насамперед сільськогосподарських товаровиробників, до розвитку буряківництва, зниження ефективності галузі. За період з 1990 по 2011 рік посівні площі цукрових буряків у країні скоротилися з 1607 тис. до 540 тис. га. У 2010 році в Україні працювало тільки 73 промислових підприємств. У 2012 році розпочали сезон переробки цукросировини 77 цукрових заводів.

Висока собівартість виробництва цукрової сировини й низькі її реалізації переробним підприємствам перетворили раніше ефективну галузь у збиткову.

Основна мета Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року – це забезпечення життєдіяльності сільського господарства, його конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках і гарантування продовольчої безпеки країни, збереження селянства як носія української ідентичності, культури й духовності.

Таке завдання є багатоплановим і залежить також від політичної стабільності, розвитку суспільства та багатьох інших факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Як відомо, у харчовій промисловості в надзвичайно тяжкому становищі знаходиться цукрова промисловість. Галузь практично повністю приватизована й розвалена.

В Україні зменшення посівів цукрових буряків призвело до зниження виходу жому як кормів для тваринництва, а це 90% до кількості переробленого цукрового буряку; зменшення одержання меляси, що використовується для годівлі сільськогосподарських тварин як засіб для здобування грубих і концентрованих кормів.

Для подолання кризових явищ у цукровій промисловості та сільському господарстві необхідно розробити заходи щодо розв'язання проблеми, які виникли. Потрібен детальний аналіз собівартості виробництва цукру, але ці реальні дані приховуються виробниками, тому можна лише здогадуватися про дійсні витрати на виробництво цукру із цукрового буряку. Дуже важливим чинником є виробничий сезон цукроваріння, який триває 2-3 місяці у році (або міг би тривати). Увесь інший період завод практично не працює, а звідси дуже низькі показники цукрового виробництва.

Щоб поліпшити економічні показники виробництва цукру, необхідно йти шляхом скорочення витрат на виробництво і

транспортування сировини та організацію ефективного використання обладнання цукрового буряку, його енергетичної бази для переробки іншої сільськогосподарської продукції і сировини. Тобто, створювати на базі цукрових заводів створювати спеціалізовані агропромислові комбінати з переробки сільськогосподарської сировини в інтересах національного господарства в конкретних адміністративних районах, які б мали стратегічне значення для України.

Розв'язання проблеми нарощування обсягів цукрової сировини, підвищення її якісного стану, як переконливо доведено практикою діяльності багатьох нових формувань, полягає у розвитку вертикальної інтеграції господарств – товаровиробників цукрових буряків і промислових переробних підприємств, об'єднання їх економічних інтересів, спрямованих на одержання високої результативності. В умовах розвитку інтеграційних процесів у цукробуряковому виробництві, які вже набули значних масштабів, дрібні цукрові заводи втрачають можливість ефективно здійснювати конкуренцію своїх виробничих витрат, пов'язаних з створенням сировинної і енергетичної бази, забезпеченням рівня соціальних вимог працюючих, з витратами заводів холдингових формувань.

Цукрова промисловість України має потужні внутрішні резерви, за рахунок яких продукція галузі може бути конкурентоспроможною не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку. Зокрема, через застосування стратегії виробничої диверсифікації на цукрових заводах. Запропонована багаторівнева схема виробничої диверсифікації дасть можливість переробним підприємствам розширити асортимент пропозиції, зайняти нові ринкові сегменти, поглибити внутрішньо- й міжгалузеву інтеграцію, мінімізувати комерційні ризики. Так можливе налагодження технології з виробництва пектину та фруктових сиропів. Крім того, особливо актуальним нині є налагодження виробництва біологічних видів пального (біоетанолу) та їх компонентів з основної або побічної продукції цукровиробництва. У цілому ж цукрові заводи, переробляючи цукрові коренеплоди, можуть виробляти більше 20 найменувань продукції для таких галузей економіки, як хімічна, харчова, фармацевтична та ін.

Виробництво високоякісного цукру в Україні залишається стратегічною галуззю, яку потрібно підтримувати та впроваджувати нові тенденції розвитку.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ

Маковецька Г.Т., аспірантка,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Природно - кліматичні умови України, наявність третини світових чорноземів, є запорукою високого аграрного потенціалу нашої країни у світі. Україна здатна виробляти значну кількість зерна, про що говорить врожай 2008р. (53 млн. тон), але це далеко не межа можливостей. Проте якість зерна не завжди відповідає критеріям продовольчого зерна і щороку близько половини зерна, це зерно фуражне.

В останні роки основний упор робиться на експорт фуражного зерна, проте досвід передових вітчизняних тваринницьких господарств доводить, що більш ефективним є використання зерна на потреби вітчизняного тваринництва.

Наприклад, дефіцит ринку свинини за останні роки коливався в межах 35-70% і перекривався імпортом низьких кондицій, а якісне м'ясо українського виробництва окремих виробників у ці ж роки навіть експортувалося.

Занедбана матеріально-технічна база свинарства та застарілі витратні технології, висока собівартість у більшості вітчизняних господарств не дає можливості конкурувати вітчизняній свинині не тільки на зовнішніх, а й на внутрішніх ринках. Проте надії на масштабні інвестиції в українську галузь з боку іноземних інвесторів реалізації окремих проектів спільних підприємств так і залишаються надіями.

Іноземні інвестори все ще побоюються вести свій бізнес в Україні. Ряд чинників (нестабільність цін, недосконале законодавство, корупція при вирішенні земельних і будівельних питань, низька ліквідність тваринницьких приміщень у порівнянні з іншою нерухомістю), відлякує і вітчизняних інвесторів.

* Науковий керівник – Красноруцький О.О., к.е.н., доцент

Вартість кредитних грошей в Україні одна з найвищих у світі. Відсоткова ставка 25% і вище є занадто високою для галузей із тривалим оборотом капіталу. Кредитними грошами ще якось можуть скористатись виробники рослинницької продукції, тому що по деяким культурам (крім озимих) виробничий цикл від передпосівної обробки ґрунту, посіву і до збору та складування з подальшою реалізацією урожаю, займає менше півроку. А тваринницька галузь має не тільки більш тривалий виробничий цикл, а й більш тривалий період повернення капіталу, а також більшу вартість основних фондів. Тому і ризики різні. Рослинники ризикують коштами переважно на один урожай, тобто на один виробничий цикл. Коровник або свинарник мають функціонувати і окупитися за десятки років, і при цьому приміщення тваринницьких ферм не є ліквідною нерухомістю, знаходяться десь у полі, а коштують дорого. Оскільки довгострокові інвестиції є більш ризиковими, ніж короткострокові, інвестори (особливо іноземні) все ще побоюються вкладати капітал у тваринництво і займаються переважно рослинництвом. Крім того зібране зерно можна пр. необхідності досушити, заскладувати і воно може зберігатися при відповідних умовах довго. При цьому витрати на підготовку і зберігання у розрахунку на тону зерна є відносно невисокими (менше 100грн.), а з молоком і свинями все значно дорожче і складніше.

Іноземні інвестори більш зацікавлено вкладають капітал у молокопереробні і м'ясопереробні підприємства, ніж у будівництво корівників та свинарників. Але ці тенденції слід змінювати. Без якісної сировини продукція м'ясопереробних і молокопереробних підприємств не може бути по-справжньому якісною і конкурентноздатною. Приклад тому – «сирна війна» між Росією і Україною. Якщо сир зі справжнього молока, то в Росії немає претензій, а якщо із заміників, то є. На м'ясному ринку тенденції подібні. Тобто і в країнах Європи, і в Росії підвищують вимоги до якості, і це є нормально. Тому, враховуючи те, що завезене з Бразилії, Аргентини, Китаю, Угорщини та інших країн заморожене м'ясо, не завжди є високоякісним (вирощене з використанням гормонів росту, хімічних стимуляторів росту, кормових антибіотиків, нерідко має майже прострочений термін зберігання), слід відновлювати високоєфективне виробництво якісної свинини в Україні. Більше

того, на виготовлення копченостей потрібна «парна», тобто свіжа свинина, а не з глибокої заморозки. Слід також зазначити, що на практиці відпрацьована схема, при якій з України й інших країн зерно флотом транспортується до Бразилії та Аргентини (там високорозвинене сучасне свинарство), а з Бразилії та Аргентини заморожене м'ясо тим же флотом транспортується до України. Тобто виникають додаткові транспортні витрати, витрати на сертифікацію, митні витрати і т. ін. Все це веде до здорожчання продукції (свинини). Тому логічніше організувати ефективне свинарство в Україні.

Основні резерви покращення стану у галузі свинарства слід шукати на рівні внутрігосподарських чинників самих підприємства (витрати виробництва, продуктивність, вдалі технологічні, будівельні і організаційні рішення). Співпрацю з іноземними партнерами слід вести не в напрямку закупок готової свинини, а в напрямку імпорту необхідного технологічного обладнання, а головне в напрямку створення спільних підприємств з відомими світовими брендами з метою подальшої реалізації продукції, виробленої в Україні. Саме цей шлях дозволить вироблену в Україні свинину продавати в країнах ЄС без особливих перешкод. Експортний напрямок треба розвивати, проте, враховуючи щорічний дефіцит внутрішнього ринку свинини на рівні 35-70%, слід перш за все вітчизняного споживача забезпечити високоякісною, свіжою, відносно недорогою свининою українських виробників.

Перспективним напрямом співробітництва з іноземними партнерами є генетично-селекційна робота. На жаль, Україні вже є імпортозалежною країною у цьому питанні, вітчизняні свинарські підприємства змушені завозити племінних тварин із-за кордону навіть за дуже високими цінами. Тварини ж вітчизняної селекції не конкурують з м'ясними породами і гібридами європейської, американської і навіть російської селекції.

Таким чином, відроджувати високоефективне вітчизняне свинарство необхідно на інноваційній основі з використанням кращого досвіду світових виробників свинини. Але все це потребує значних коштів і треба не ждати підтримки закордонних інвесторів, та здешевлення кредитів українських банків, а слід шукати інші шляхи. Вдале використання механізму реінвестування може забезпечити стабільний розвиток галузей тваринництва.

ЗАСТОСУВАННЯ НАУКОВО-ОБҐРУНТОВАНИХ СИСТЕМ ЗЕМЛЕРОБСТВА І ТВАРИННИЦТВА

Неділько М.Г., студент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

Загально відомо, що однією із складових системи ведення сільського господарства є застосування науково-обґрунтованих систем землеробства і тваринництва. В свою чергу науково-обґрунтована система тваринництва включає наступні підсистеми: щільність поголів'я на одиницю площі сільгоспугідь, відтворення та поліпшення племінних якостей сільськогосподарських тварин, догляд за сільськогосподарськими тваринами та їх утримання, виробництво кормів, раціональне годування сільськогосподарських тварин, профілактика хвороб.

На перше місце у переліку підсистем ведення сільського господарства ми поставили щільність поголів'я на одиницю площі сільгоспугідь тому, що поголів'я сільськогосподарських тварин є ключовою ланкою у ланцюгу підсистем ведення тваринництва. Ухопившись за цю ланку можна витягти весь її ланцюг. Від чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин залежить обсяг як основної товарної продукції так і побічної продукції. Обсяг основної продукції тваринництва обумовлює продовольчу безпеку країни, обсяг такого його побічного продукту яким є гній визначає рівень ефективності функціонування рослинництва. Як відомо, що без органічних добрив воно приречи не на занепад та самознищення, це неспростовно підтверджує історія людської цивілізації.

Отже, збільшується поголів'я сільськогосподарських тварин, зростає і обсяг виробництва основної продукції сільського господарства до розмірів достатніх для забезпечення продовольчої безпеки та для нарощування її експортних фондів. Разом із зростанням обсягів гною зростають і дози його внесення під врожаї сільськогосподарських культур.

А це дозволить припинити руйнування гумусу в ґрунтах України, яке характеризується небезпечними темпами. Так, за 30 років (з 1965 до 1995 року) вміст гумусу в ґрунтах України понизився з 5,5% до 3,2%, тобто на 2,3%.

якщо такий темп руйнування гумусу протягом наступних 30

* Науковий керівник – Турченко М.М., к.е.н., професор

років буде збережено, то його вміст у ґрунті у 2025 році складатиме 0,9%. А це вже національне лихо!

Разом з тим не треба забувати і про соціальний аспект ролі тваринництва у подальшій життєдіяльності громадян сільських агломерацій. Так, відродження тваринництва потягне з собою додаткове створення робочих місць, що дозволить працевлаштувати всіх працездатних мешканців сільських населених пунктів. І це тоді коли згідно із статистичними даними близько 50% цієї категорії сільського населення є безробітними.

Відродження тваринництва розширить можливості господарюючих суб'єктів які базуються на сільські агломерації продемонструвати соціальну відповідальність. Нагадаємо, що її мета полягає у забезпеченні соціального розвитку українського села.

Не треба також забувати і про здатність внесення тваринництвом суттєвого вкладу у врегулювання енергетичної проблеми. Так, впровадження мікробіологічних технологій виробництва біоорганічних добрив дозволить одержати з кожної тони звичайного гною 30-50 м³ метану. Цієї кількості для переробки його в 25 кг дизельного палива або 240 кВт. год. електроенергії. Оскільки біоорганічне добриво одержане після відбору метану як мінімум 20% більше діючої речовини порівняно із звичайним гноєм, то забезпечити бездефіцитний баланс гумусу в ґрунтах можна з наявності на 20% меншої чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин. А це дозволить скоротити адекватно обсяг інвестицій у розвиток тваринництва.

Все сказане вище про економічну, екологічну та соціальну роль тваринництва дозволить прийти до висновку про невідкладну необхідність нарощування чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин до об'єктивно необхідних розмірів.

ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ДЛЯ СУЧАСНИХ УМОВ ВЕДЕННЯ РОСЛИННИЦТВА

*Петров В.М., к.е.н., доцент,
Харківський національний аграрний
університет ім. В.В. Докучаєва*

Характерною ознакою сучасного ринку сільськогосподарської техніки за кордоном є широка гама типорозмірних рядів енергетичних засобів і шлейфу робочих машин, що дає змогу

якнайшвидше задовольняти потреби усіх груп споживачів щодо продуктивності машинно-тракторних агрегатів та умов їх використання, способів агрегування сільгоспмашин машин з тракторами, комфортності умов праці, фінансових можливостей споживачів технологій вирощування сільськогосподарських культур тощо.

Сумний досвід минулих років загального регресу у вітчизняному сільському господарстві, вивчення та узагальнення іноземного досвіду переконливо підтверджують відому істину: великотоварні виробництво незалежно від форм власності є найбільш ефективним порівняно з парцелярним дрібнотоварним, що є особливо важливим для України з її великими площами сільськогосподарських угідь і великими відстанями. Саме тому трактори, самохідні комбайни, автомобілі, що надходять до сільських товаровиробників, повинні бути потужними, а робочі машини – широкозахватними та багатоопераційними. Для більш дрібних господарств, а також для дрібноконтурних земельних ділянок крутосхилового землеробства слід випускати менш потужний технологічний пакет машин. Хоча тенденції розвитку аграрної сфери засвідчують про необхідність кооперування дрібних фермерів, особливо при використанні сезонної техніки.

Застосування інноваційних (у першу чергу енергозберігаючих) технологій у рослинництві потребує кращої адаптації енергетичних засобів до всього різноманіття умов функціонування. У зв'язку з цим доцільно у межах тягових класів виробляти трактори різної енергонасиченості. Методика вибору основних параметрів машинно-тракторних агрегатів у межах тягових класів дозволяє визначити потрібну масу трактора, номінальне тягове зусилля, діапазон робочих швидкостей та інші характеристики.

Створення параметричного ряду тракторів, як основи типу, обумовлюється вимогами агротехнології і структурою посівних площ. Кожен клас енергетичних засобів має своє призначення у системі землеробства.

Параметри, які сьогодні визначають технічний рівень сільськогосподарських машин, можна поділити на дві групи: показники технічної оцінки та показники споживчих властивостей. Зокрема, основними параметрами у технічній оцінці силових машин вважаються: знята маса, модульно-блочна конструкція, експлуатаційна потужність двигуна, діапазон швидкостей руху переднього та заднього ходу, тип трансмісії, оперативне реверсування, агрофільність рупіїв, питомий тиск на ґрунт, наявність елементів автоматизованого контролю та управління. Для оцінки споживчих

властивостей тракторів використовують такі показники: зручність транспортування трактора; наявність модульного компонування; зручність проведення операцій технічного обслуговування (у тому числі виконання монтажно-демонтажних робіт); комфортність роботи оператора (оглядовість, зручність розміщення органів управління, рівень шуму та вібрації тощо); ресурс вузлів і агрегатів; універсальність трактора (можливість його роботи з різним набором машин).

Сучасний трактор, що відповідає вимогам інноваційних технологій, повинен характеризуватися наступними показниками. По-перше, бути надійним в експлуатації, щоб витримувати без відмов повний виробничий цикл; агрегуватися з усіма сучасними навісними, напівнавісними та причіпними знаряддями, що використовуються при застосуванні сучасних технологічних рішень. По-друге, бути легким і зручним в управлінні та обслуговуванні для механізатора, щоб останній мав змогу забезпечити високу зміну (добову) продуктивність. По-третє, повинен мати низькі експлуатаційні витрати на 1 га площі, що обробляється, відповідати екологічним вимогам щодо забруднення навколишнього середовища і низького тиску на ґрунт. По-четверте, повинен бути універсальним для його максимального завантаження протягом року на різних сільськогосподарських, загальногосподарських і транспортних роботах. Остання вимога більшою мірою відноситься до тракторів середнього класу класичного компонування, які можуть ефективно використовуватися як просапні на вирощуванні таких культур, як цукровий буряк, кукурудза, соняшник, картопля, овочі.

Нові типи двигунів; досконалі гідравлічні, електричні і механічні передачі; пневматичні та гумово-тросові гусениці; комфортні робочі місця для операторів, що відповідають сучасним ергономічним вимогам; комп'ютеризовані системи управління – все це повинно забезпечувати високий рівень технічної надійності машин та якість виконання робіт.

Економічно доцільним є застосування комплексів сучасних машин для впровадження сучасних інноваційних технологій. Для вирішення цієї проблеми необхідно переорієнтувати спеціалізовані машинобудівні підприємства на випуск більш широкої номенклатури техніки з урахуванням потреби ринку і купівельної спроможності сільських товаровиробників. Мета – сформулювати такий, що ефективно функціонує, парк машин та обладнання, який дозволяє завдяки освоєнню високих технологій створити нове покоління техніки для пріоритетних напрямів розвитку національної системи машин і розпочати їх виробництво в обсягах, що задовольняють попит внутрішнього ринку.

ОСОБЛИВОСТІ ІНФРАСТРУКТУРИ ФЛОРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Соломаха І.В., аспірант,
Чернігівський державний технологічний університет*

Ефективне функціонування ринку флористичної продукції неможливе уявити без належної ринкової інфраструктури. Аналізуючи та узагальнюючи точки зору різних науковців щодо сутності цього поняття, слід вказати, що ринкова інфраструктура включає в себе формування, які забезпечують належний розвиток товарообміну. Інфраструктура ринку флористичної продукції має свої особливості за обсягами, структурою, віддаленістю від виробництва, сезонністю тощо.

Теоретично система ринкової інфраструктури може включати: підприємства-виробники, оптові ринки, розподільчі центри (посередницькі компанії, що об'єднують виробників, підприємства оптової та роздрібної торгівлі), біржі, аукціони, ярмарки, фінансово-кредитні й страхові компанії, транспортні організації, підприємства зв'язку, інформаційно-аналітичні центри й маркетингові служби тощо. Вона охоплює різноманітні види діяльності, які обслуговують потоки засобів виробництва, товарів, послуг, коштів, робочої сили, інформації й забезпечують ефективне функціонування, зв'язок та єдність учасників ринку з метою отримання належного прибутку.

На нашу думку, необхідність створення сучасної ринкової інфраструктури в флористичній галузі обґрунтовується існуванням однієї із найбільш гострих проблем – відсутності цивілізованих прозорих каналів просування квітково-декоративної продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах. Непрозорі схеми збуту продукції, недостатня кількість структур оптової торгівлі створюють передумови для великих цінових коливань на ринку флористичної продукції, зумовлюють додаткові витрати для виробників, та її споживачів. Все це призводить до значної тінізації ринку. За оцінками операторів, тіньовий ринок складає до 50% від об'єму загального ринку флористичної продукції.

Наявний стан ринку флористичної продукції характеризується повільним формуванням ринкової інфраструктури, яка має

* Науковий керівник – Бутко М.П., д.е.н., професор

забезпечувати ефективне просування продукції від виробника до споживача, зменшення втрат квітково-декоративної продукції, підвищення її якості та строків цвітіння, формування справедливих ринкових цін.

При прийнятті рішень про розташування та розвиток суб'єктів досліджуваного ринку необхідно враховувати такі принципи: концентрація виробників, концентрація потенційних споживачів, концентрація крупних імпортерів, експортна перспектива, транспортні комунікації.

Сьогодні квітковому бізнесу потрібна нова інфраструктура, яка б поєднала в єдину систему великих і дрібних виробників. А однією з найважливіших складових такої інфраструктури має стати мережа оптових та оптово-роздрібних підприємств флористичної продукції (рис. 1), становлення та розвиток якої стримується через недостатнє фінансово-кредитне, інформаційне та консультаційне забезпечення та ряд інших чинників.



Рис. 1. Структура суб'єктів флористичного ринку

В Україні необхідно відкриття квіткової біржі. Такої думки дотримується Президент Українського союзу промисловців і підприємців, народний депутат України А. Кінах, про що він

повідомив під час відкриття IV Міжнародної спеціалізованої виставки по квітковому бізнесу, садівництву, ландшафтному дизайну та флористичі Flowers & HortTech Ukraine в Києві ще 2009 році [1].

За даними операторів ринку України 60% квітково-декоративної продукції реалізується через посередників, які досить активно здійснюють операції щодо закупівлі її у виробників й імпортерів та реалізації іншим учасникам ринку. Особливістю суб'єктів з продажу квітково-декоративної продукції кінцевому споживачу є можливість надавати широкий спектр послуг з флористики, фітодизайну, ландшафтному дизайну. Такі послуги надають спеціалізовані магазини квітів, флористичні салони, садові центри та Інтернет - магазини.

Крім того, в систему Інфраструктури флористичного ринку входять підприємства і установи, діяльність яких підтримує господарські взаємозв'язки в флористичному бізнесі, забезпечує процес вирощування та дорожчування квітково-декоративної продукції і безперервний товарообмін.

Дослідженнями доведено, що, крім маркетингової, кредитно-фінансової та інформаційно-консультаційної складових, до інфраструктури флористичного ринку необхідно включити агросервісні підприємства, які забезпечують матеріально-технічне забезпечення (насінневий та садивний матеріал, засоби механізації, засоби хімізації, будівельні матеріали, паливно-мастильні матеріали тощо) та пропонують широке коло спеціалізованих виробничих послуг (ремонт та сервісне обслуговування обладнання, агрохімічне обслуговування, транспортне та холодильне обслуговування тощо) на ринку [2].

Отже, теоретично доведено, що пріоритетні напрямками розвитку інфраструктури флористичного ринку мають визначитися з точки зору системного підходу і полягають у взаємодії елементів виробничої, посередницької, флористичної, дизайнерської, маркетингової, кредитно-фінансової, інформаційно-консультаційної та агросервісної складових.

Нааявність раціонально розвинутої інфраструктури флористичних ринків та ефективної логістики товароруку надають можливість:

- підвищити фітосанітарну безпеку та якість флористичної продукції;
- розширити асортимент представленої продукції;
- збільшити об'єми продажу квітково-декоративної продукції;
- збільшити, об'єм наданих флористичних послуг, ландшафтному

дизайну и отримати додатковий прибуток;

— збільшити надходження до бюджету завдяки прозорості та збільшенню кількості легальних трансакцій;

— зменшити втрати свіжої швидкопсувної квітково-декоративної продукції;

— стабілізувати й оптимізувати ціну для кінцевого споживача;

— посилити позицію малих і середніх квіткарів регіону;

— розвивати мерчандайзинг представленої на ринку флористичної продукції й підвищувати її конкурентноздатність;

— проводити інформаційний аналіз і інформаційне забезпечення всіх учасників ринку.

Найважливішими проблемами, що вимагають розв'язання у процесі формування ринку флористичної продукції, є: комерціалізація збуту продукції; повільне наповнення товаропотоками; орієнтація споживачів на імпорتنу продукцію; недостатнє використання регулювання й моніторингу попиту і пропозиції; стримування експортного потенціалу квітникарства та декоративного садівництва (через нерозвиненість ринкової інфраструктури і державного протекціонізму, неадаптованість ринку до норм міжнародних систем та вимог Світової організації торгівлі.

Література.

1. Сайт Українського союзу промисловців та підприємців //– Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/news/706.htm>

2. Потравка Л.О. Удосконалення підсистемного рівня інфраструктури аграрного ринку Південного регіону // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2007. – Вип. (1)39. – С.109-114

СПРЯМУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

***Омельченко К.Г., Фурсова В.В., студенти*,
Харківський національний технічний університет
сізького господарства ім. П. Василенка***

Товар має дві властивості:

— здатність задовольняти певну потребу людини (споживна

* Науковий керівник – Сахненко В.І., к.е.н., доцент

вартість);

— придатність для обміну на інший товар (мінова вартість).

Властивість товару задовольняти будь-яку потребу людини називається споживною вартістю.

Розрізняють внутрішній товарний ринок і зовнішній. Внутрішній товарний ринок з'являється тоді, коли є товарне господарство, а ступінь суспільного розподілу праці визначає рівень його розвитку.

На нинішньому етапі розвитку науково-технічного прогресу, коли значно ускладнилися і поглибилися як зовнішньоекономічні зв'язки країни, так і механізми господарювання в окремих країнах, великого значення набуває своєчасна і точна інформація з того чи іншого питання, без якого стає неможливим подальший рух уперед. У зв'язку з цим, сформувався і функціонує поряд з іншими ринок інформації як сукупність економічних відносин з приводу збирання, обробки, систематизації інформації продажу її кінцевому споживачу. Інформація – це рідкісне благо, оволодіння яким потребує певних витрат. Між виробником і споживачем на ринку інформації стають посередники, основна функція яких зводиться до збору, обробки і продажу різноманітної інформації. За цей вид послуг посередники беруть плату у вигляді комісійних. Наприклад дилери державних цінних паперів у розвинутих країнах світу беруть 1/ 32 % від ціни реалізації.

Особливою ціною на ринку є плата за рекламу. На Україні ринок інформації ще не сформувався, хоча сьогодні потреба в ньому гостро відчувається.

У кожній країні структура виробництва товарів та послуг має відповідати структурі платоспроможного попиту. Однак в Україні сьогодні складається велика диспропорція між розвитком галузей, що виробляють предмети споживання та галузей, що виготовляють засоби виробництва (причому тільки 20% їх обсягу – це знаряддя праці, а 80% - паливо та сировина) і лише близько четверті – на предмети споживання. Така деформована структура виробництва не відповідає суспільним інтересам і потребує суттєвих змін.

Слід запам'ятати, що ринок є однією з базових категорій сучасної економічної науки. У найзагальнішому розумінні з ринком пов'язують систему економічних відносин, зв'язків господарських суб'єктів, які приймають рішення самостійно. Це означає, що ринкова економіка може успішно розвиватися лише за умов вільного вибору, тобто свободи підприємництва та споживання, свободи вибору фаху

та місця праці. Для функціонування такої економіки потрібно реалізація різноманітних форм власності (приватної, кооперативної, акціонерної, державної тощо) і наявність відповідної інфраструктури. Остання складається із ринку товарів та послуг, ринку засобів виробництва, фінансового ринку.

Ринок товарів та послуг базується на розгалуженій мережі товарних бірж, підприємств оптової торгівлі, маркетингових організацій, тобто інфраструктура ринку товарів та послуг – це організаційні, матеріальні та технічні засоби, за допомогою яких товари просуваються від місця безпосереднього виробництва до місця реалізації, накопичуються, зберігаються та продаються. Це також певні схеми й структури товаропросування, матеріально-технічна база оптової торгівлі, мережа роздрібних торгових підприємств, торгівельно-технологічне обладнання, засоби організації та обліку товаропросування, система торгівельних та після продажних послуг.

Усі основні види ринків підрозділяються на різні субринки й сегменти (національний ринок, міжнародний та ін.). Будь-який ринок характеризується складною структурою, що класифікується за різними критеріями:

1. Залежно від економічного призначення об'єктів ринкових відносин – ринок споживчих товарів і послуг, ринок промислових товарів, ринок «ноу-хау», ринок цінних паперів.

2. Залежно від географічного положення – місцевий, національний, світовий.

3. За ступенем обмеження конкуренції монопольний, олігопольний, моносонічний, вільний, змішаний.

4. За галузями виробництва автомобільний, нафтовий, комп'ютерний тощо;

5. За характером продажу – оптовий, роздрібний.

Якщо попит значно перевищує пропонування товару – це ознака так званого ринку продавця, на котрому має місце стійкий дефіцит товарів та послуг. Переважання пропонування над попитом є характерною ознакою ринку покупця. Ринок покупця є найбільш поширеним у розвинених країнах.

Координація незалежних рішень у ринковій економіці здійснюється з допомогою ринкового механізму. Організуючою силою цього механізму є ціни, які виконують функцію сигналів-інформаторів про умови на ринку для виробників і споживачів товарів. Тобто саме ціни стають генеральним координатором ринкової економіки. Через них утілюються в життя незліченні

індивідуальні економічні рішення. Головною регулюючою та контролюючою силою ринкової економіки є конкуренція. Її форми та методи залежать від кількісного співвідношення продавців та покупців.

Функціонування ринкової економіки ґрунтується на функціонуванні різноманітних ринків, які можна згрупувати в два основні класи:

- ринки виробленої продукції (товарів та послуг);
- ринки трудових і фінансових ресурсів.

На ринку фінансових ресурсів зустрічаються такі, в яких у процесі господарювання виникає потреба в коштах для розширення їх діяльності, а також такі, у яких накопичуються заощадження, що можуть бути використані для інвестицій. При цьому кошти спрямовуються від тих, хто не може їх ефективно використати, до тих, хто використовує їх продуктивно. Це сприяє не тільки підвищенню продуктивності та ефективності економіки в цілому, а й поліпшенню економічного добробуту кожного члена суспільства.

На фінансовому ринку ті, що мають вільні фінансові ресурси, передають їх на різних умовах іншим учасникам ринку, які опосередковано через суб'єктів ринку або безпосередньо використовують залучені ресурси для фінансування різних галузей економіки, забезпечення потреб населення та потреб державного бюджету. Фінансові ресурси надаються на умовах позики або на умовах спів власності, коли інвестор набуває прав власності на придбані за інвестовані кошти матеріальні чи нематеріальні активи.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ

***Човдиров С., студент*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Молочне скотарство є незамінною та надзвичайно важливою складовою вітчизняного сільського господарства, яка значною мірою визначає соціально-економічний стан усіх категорій господарств

* Науковий керівник – Шибасва Н.В., к.е.н., доцент

України. Проте, сучасний стан розвитку цієї галузі не відповідає її потенційним можливостям та потребам населення. Протягом тривалого часу галузь перебуває у кризовій ситуації, зазнавши руйнівних змін.

Через відсутність належної підтримки виробництва продукції в цілому та молока зокрема, що залишається недостатньо зорієнтованим на кінцевий результат, не має визначених напрямів концентрації ресурсів, на зовнішньому ринку імпорту продукції тваринного походження.

Стратегічним завданням аграрної політики держави є, насамперед, формування ефективного конкурентоспроможного агропромислового виробництва, здатного забезпечити продовольчу безпеку країни та нарощування експорту окремих господарської продукції й розвитку молочного скотарства та молока, теоретичним і практичним аспектам формування ринку молока і молочної присвячено ряд наукових праць учених економістів-аграріїв: П.С. Березівського, В.І. Бойка, М.П. Коржинського, О.А. Козак, Л.В. Курносенка, В.Н. Зимовця та ін.

Особливі властивості молока і продуктів його переробки зумовлюють необхідність стабільного розвитку виробництва та реалізації їх: безперервного забезпечення населення молочними продуктами й гарантованого надходження сировини до переробних підприємств.

Стан вітчизняного молочного скотарства не влаштує товаровиробників, переробників, споживачів продукції. Не викликає сумніву необхідність змін на краще. Протягом 1990-2010 років молочна галузь в Україні перебуває в глибокій кризі - виробництво молока в усіх категоріях господарств скоротилося у 2,7 рази. Якщо у 1990 році його вироблено 24,5 млн. т, то у 2010 році вироблено 9 млн. т, що порівняно з 2009 роком менше на 2,3 млн. т. Як наслідок споживання молока та молокопродуктів за останні роки знизилася до 214-225 кг, що становить 56-59% від раціональної норми.

Тому, на основі проведених досліджень нами були зроблені такі висновки:

1) в даний період часу в Україні використовується непродумана стратегія розвитку молочного та м'ясного скотарства, орієнтована на розведення рекордних тварин (надій 8-10 тисяч кг молока на рік), які повинні споживати мінімум 12-18 кг зернобобових культур за добу. Проте в реальності найближчого майбутнього зернових буде недостатньо для людського суспільства, а продовольство

продовжуватиме нестримно дорожчати.

2) необхідно прискорено формувати на базі вітчизняних порід великі товарні стада з середніми надоями 3,5-4 тис л молока, жирністю 3,8-4%, з вмістом білку 3,4-3,6% та довжиною господарського використання мінімум 5 лактацій, з максимальним наповненням раціону травою, сіном, сінажом, силосом, жомом, коренеплодами. В літньо-осінній період тварини повинні знаходитися на пасовищі, для чого необхідно поновити посіви пасовищних культур. Пасовищні культури повинні бути стійкими до витоптування, затоплення та володіти високою інтенсивністю росту, тобто не менше 1 см на добу.

3) передбачити організацію напування (не менше 60 л води на добу на корову), оскільки тварини охоче споживають чисту воду високої якості.

4) ветеринарна служба повинна завчасно потурбуватися про захист тварин від паразитів.

5) успішна реалізація намічених програм відновлення галузі скотарства з урахуванням специфічних особливостей можлива тільки при підготовці кваліфікованих кадрів (зооінженерів всіх рівнів та операторів).

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ СПОЖИВАЧІВ АСОРТИМЕНТОМ ЧАЮ

*Щербак О.В., студент**

Чернігівський державний технологічний університет

Сфера чайного бізнесу для України є особливою, тому що ні чайний кущ, ні чайне дерево в Україні не вирощують. Ринок чаю можна повністю вважати ринком імпортерів. Однак, не дивлячись на це, споживання чаю та кількість торгівельних марок стрімко збільшується. Високий інтерес до ринку чаю обумовлений наступними чинниками:

- ринок в останні роки характеризується стійким ростом;
- ринок із достатньо швидким оборотом капіталу;
- чай є товаром повсякденного попиту.

У зв'язку з широкою популярністю такого продукту харчування як чай, дослідження уподобань споживачів є актуальною темою на

* Науковий керівник – Дудла А.А., к.е.н., доцент

сьогодні.

Для того, щоб дізнатися рівень задоволеності споживачів асортиментом чаю було проведено опитування.

Метою дослідження було:

— визначити ступінь задоволеності споживчого попиту на різні види чаю;

— визначити фактори, які впливають на вибір того чи іншого виду продукту;

— з'ясувати уподобання споживачів на ринку чаю.

Збір інформації здійснювався методом анкетування, форма опитування усна, з подальшою письмовою фіксацією відповідей.

В опитуванні взяли участь 50 осіб у віці від 18 років і старші.

Результати проведеної роботи свідчать про те, що найбільшою популярністю користуються сорти чорного чаю – їх обирають 85% споживачів (рис. 1), причому 70% з них – віддають свої переваги виключно чорному чаю.

Зелений чай споживають 25% респондентів, переважно представниці жіночої статі. На частку ароматизованого чаю в сукупності припадає 35% споживчих переваг: ароматизований чорний чай – 15%, а ароматизований зелений – 20%.

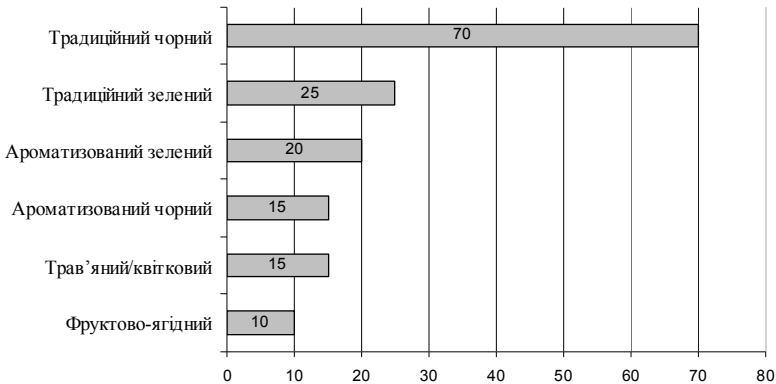


Рис. 1. Споживчі переваги за видами чаю, %

Постійно купують фасований чай 60% респондентів, 40% – пакетований чай.

На питання в анкеті: «За якими цінами ви купуєте чай?» 55% опитуваних відповіли «за середніми», 30% – за високими (елітний товар) і 15% – купує дешевий товар.

Частота здійснення покупки чаю багато в чому залежить від кількості куплених упаковок та їх обсягу.

Більшість респондентів – 35% – купують чай один раз на 2 тижні, один раз на місяць – 30%, один раз на тиждень – 10%, і 15% опитаних купують напій рідше одного разу на місяць.

При разовій покупці 77% опитаних незалежно від виду фасування купують одну упаковку, 20% – дві, всього 5% – три і більше. Причому 55% респондентів відповіли, що кращими вони вважають упаковки чаю масою 100 г.

Найбільш кращою торговою точкою для покупки чаю для 60% респондентів є супермаркет чи магазин самообслуговування. В павільйонах купують чай 15% опитаних, а близько 20% здійснюють її в продовольчих магазинах і 20% споживачів придбавають чай на дрібнооптовому й роздрібному ринках.

Змінити бажану марку чаю при відсутності її в місці продажу відмовилися 30% респондентів, а близько 45% відповіли, що замінять улюблений чай тільки на чай більш високої якості. Всього 15% опитаних придбають чай за рекомендаціями знайомих, і лише 10% привабить більш низька ціна.

Щодо країни – виробника, якій віддають перевагу, з невеликим відривом лідирує Індія – 40% опитаних. На другому місці – Цейлон (о. Шрі-Ланка) – 35%, далі Китай – 15%, на частку Грузії, Англії та ін. припадає по 5% (рис. 2).

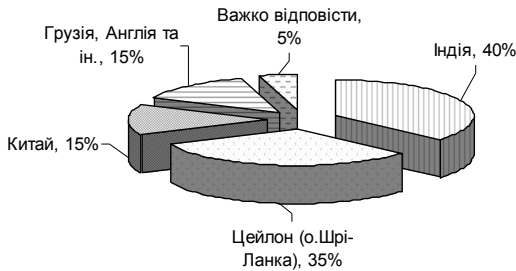


Рис. 2. Споживчі переваги щодо країни виробника чаю

Критерії, що впливають на вибір чаю при покупці, були оцінені респондентами за п'ятибальною шкалою (рис. 3).

Сильно впливає – марка, якість чаю, також ціна; абсолютно не впливає – дизайн упаковки, реклама, вага упаковки, рекомендації

знайомих.

Всього 10% споживачів задоволені поєднанням ціна/якість серед продукції представленої на ринку чаю, 20% абсолютно не влаштує дане поєднання і 20% не змогли відповісти на дане питання.

Внаслідок розвитку ринку подарункової продукції в загальному обсязі продажів росте частка чаю в сувенірній оригінальній упаковці – дерев'яних скриньках, полотняних мішечках, керамічній упаковці, пластикових банках. Проте ця частка поки дуже невелика. Всього чотири респонденти відповіли, що купували чай у подарунковій упаковці та оцінили асортимент на 3 бали, пояснивши це тим, що хоч і присутня достатня різноманітність представленої продукції, упаковки дуже красиві, але якість не завжди відповідає високій ціні.

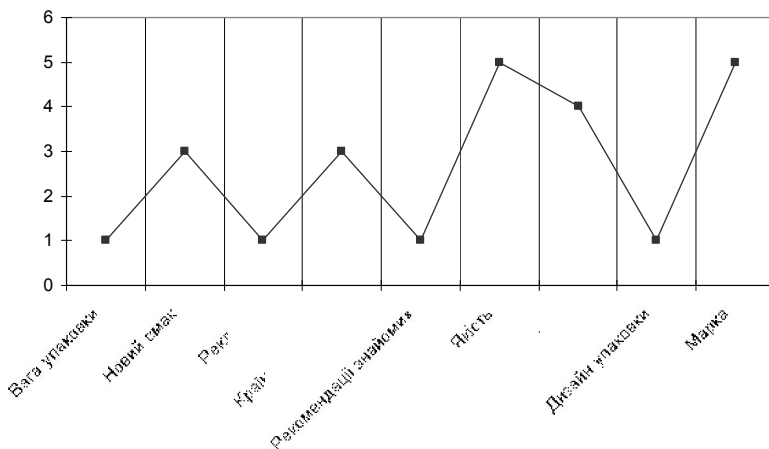


Рис. 3. Критерії, що впливають на вибір чаю

Отже, підводячи підсумки, слід зазначити, що найбільш популярною серед всіх видів чайної продукції є стограмова пачка традиційного чорного якісного чаю, країною виробником якої є Індія або Цейлон. Серед місць продажу перевага віддається супермаркетам. Це пов'язано з вільним вибором товару, зручністю здійснення покупок в одному магазині, при необхідності є змога звернутися за допомогою до торгового персоналу, подивитися товар з усіх боків.

Також слід відзначити, що традиційна реклама практично не впливає на покупця при виборі чаю, в більшій мірі споживач керується такими критеріями як якість та улюблена марка.

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОЗДАТНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Якубенко Ю.А., здобувач,
Дніпропетровський державний аграрний університет*

Розвиток агропромислового комплексу відбувається в умовах ринкових відносин в зв'язку з чим залишається не вирішеною проблема визначення та утримання високого рівня конкурентноздатності сільськогосподарських підприємств. Також необхідно відзначити, що в літературі виділені лише окремі аспекти проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства, тобто відсутній комплексний підхід, який би ґрунтувався на структуризації оцінки і на визначенні ієрархії чинників конкурентноздатності.

Конкурентноздатність сільськогосподарських підприємств є відносним показником, оскільки може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає певний ступінь переваги сукупності оціночних показників діяльності підприємства, які визначають його успіх на аграрному ринку за певний проміжок часу щодо сукупних показників конкурентів [3, с. 68].

Одним з комплексних методів оцінки конкурентноздатності підприємств є метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції. Він часто згадується різними науковцями [2, с. 352; 7, с. 59; 8 с. 219]. Згідно з ним виділяється чотири групи критеріїв: ефективності виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації реалізації та просування товару на ринку, конкурентноздатності продукції. Кожен з критеріїв складається з ряду певних показників, кількість яких може змінюватися. Якщо автори [7, 8] в своїх роботах наводять цей метод, щоб вказати на його недоліки та певну недостатність, то Малюга Т.М. [4] робить спробу адаптувати цей метод під визначення конкурентноздатності підприємств сільського господарства, особливість якої полягає у відмінності вагових коефіцієнтів кожного з критеріїв від зазначених у першоджерелах.

Іншим не менш цікавим методом є метод, що побудований на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів. Колектив авторів [2] звертають увагу на те, що оцінювання рівня

* Науковий керівник – Мельник А.Ю. д.е.н., професор

конкурентноздатності може відбуватися за такими перевагами: виробничі витрати, обсяг продажу, норма прибутку, ринкова частка. Аналітичні дослідження Рзасва Г.І. [5] показали, що перелік цих показників може бути значно більшим.

Іноді конкурентноздатність сільськогосподарських підприємства ототожнюють з конкурентноздатністю його продукції, вважаючи що це є головною передумовою успіху підприємства на ринку [1]. Дійсно, це один з ключових чинників успіху підприємства на ринку. За умови сталого зовнішнього середовища і постійного вдосконалення якісних та цінових характеристик свого продукту рівень конкурентноздатності продукції можна прийняти за конкурентноздатність підприємства в цілому. Але сучасна як національна, так і міжнародна економіки відрізняються досить високим рівнем нестабільності, значним поширенням інтеграційних процесів, що призводить до необхідності корегування цілей підприємства, використання нових методів управління і тому лише конкурентноздатна продукція не відобразить справжніх позицій підприємства.

Бенчмаркінговий підхід дасть можливість підприємству запозичити кращий досвід інших підприємств. Культура підприємницької діяльності в організації буде орієнтована на такі цінності, як здатність робітників до навчання, підвищення власного потенціалу, що, у свою чергу, слугує поштовхом для розвитку підприємства. У підсумку підприємство зможе зміцнити свою конкурентну позицію, а також досягти підвищення ступеня задоволеності покупців. До недоліків методу можна віднести брак досвідчених фахівців відповідної спеціалізації також небажання вітчизняних підприємств розкривати секрети свого успіху. Тут спрацьовує наша національна звичка у всьому бачити так звану «комерційну таємницю» [6].

Отже, проведений аналіз свідчить про те, що за певних умов для оцінки конкурентноздатності сільськогосподарських підприємств може використовуватися кожен із зазначених методів.

Література.

1. Касаткіна М.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості: методичні аспекти // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. - № 3. Т 2. – С. 159-165. <http://mmi.fem.sudmu.edu.ua>.
2. Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Вакулєнко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. - 527 с.

3. Косянчук Т.Ф., Лук'янова В.В., Майорова Н.І., Швид В.В. Економічна діагностика: Навчальний посібник / За загальною редакцією Т.Ф. Косянчук – Львів: Новий Світ – 2000, 2007. – 452с.

4. Малюга Л. Оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств / Л. Малюга // Економіст. – 2009. – № 9. – С. 50-53.

5. Рзасв Г.І. Показники оцінки конкурентоспроможності підприємств, їх переваги та недоліки // Вісник Хмельницького національного університету. Т.1. Економічні науки. – 2009. – № 2. – С. 77-80.

6. Тетерин Ю. Бенчмаркінг как інструмент підвищення конкурентоспроможності АПК регіона // С. 23-24.

7. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / С. Хамініч // Економіст. – 2006. – № 10 (240). – С. 59-61.

8. Штейн О.І. Оцінка інтегральної конкурентоспроможності підприємств / О.І. Штейн // Вісник СевДТУ. Вип. 92: Економіка і фінанси: зб. наук. пр. – Севастополь : Вид-во СевНТУ, 2008. – С. 218-223.

СТАН РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ ДП «АЛУШТА»

***Янч А.І., студентка*,
Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. П. Василенка***

Державне Підприємство «Алушта» (ДП «Алушта») засноване на державній власності, власником капіталу є держава. Згідно з наказом Міністерства аграрної політики від 26,12,05 р. № 747 підприємство є правонаступником радгоспу-заводу «Алушта» і органом управління власності є Міністерство аграрної політики України. ДП «Алушта» здійснює свою діяльність, керуючись законодавством України, діє на підставі положень Статуту підприємства, на підставі наказу Міністерства АПК України, зареєстрованого в управлінні з економіки Алуштинського міськвиконкому та колективного договору, зареєстрованого Управлінням праці та соціального захисту населення Алуштинського міськради, функціонує на базових законодавчих актах: Закон України «Про державний бюджет», «Про захист прав споживачів», «Про вино», «Про падакцизних товарів», «Про доходи»,

* Науковий керівник – Кравченко О.М., к.е.н., доцент

«Про державні закупівлі», Постанова Міністерства Аграрної політики.

Підприємство має право: укладати договори та угоди з юридичними та фізичними особами, які здійснюють свою діяльність на території України, випускати і купувати цінні папери та реалізовувати їх юридичним особам і громадянам України, відповідно до чинного законодавства, створювати філії, представництва та відділення, погоджуючи питання по розміщенню з органами місцевого самоврядування.

Основні види діяльності: вирощування винограду, переробка винограду та виробництво виноматеріалів, розлив вина у пляшку, торгівля вином на розлив і пляшковим; торгівля виноградом в свіжому вигляді.

Історія створення починається з 1830 року, коли на невеликій площі Алуштинської долини з'явилося виноградно-виноробне господарство поміщика Петриченко. Після революції, в умовах повного занепаду, у 1920-1921р склалося перше радянське об'єднання «Южсовхоз». У числі перших в Криму наприкінці 1920р створений кооператив «Садовод». У НВАО «Масандра» кооператив був зарахований у 1936р. Усі роботи по технології вирощування виноградників, підбір ділянок землі для посадки, сортовий склад, будівництво нового заводу, закупівля нової техніки, економіка радгоспу і питання технології приготування вин, прийом виноматеріалів на розлив здійснювалися за погодженням з об'єднанням «Масандра». В результаті реорганізації кооперативу «Садовод» у 1961 році створено радгосп-завод «Алушта», до якого були приєднані радгоспи сіл Ізобільне, Нижньої Кутузовка, Іллічівки. Таким чином: територія підприємства охоплює більшу частину Алуштинського району, але юридичним і поштовим місцезнаходженням є місто Алушта, провулок Іванова, Будинок,3.

Споживачами продукції ДП «Алушта» є як фізичні, так і юридичні особи. Виноград купують, в основному, здравниці, санаторії та пансіонати. Виноматеріали купують заводи вторинного виноробства для подальшої переробки і виробництва вина, а також оптові покупці за готівку для подальшої реалізації.

Постачальниками та підрядниками є підприємства, які постачають різні види матеріалів, запасів, палива, тари, а також ті, які надають роботи та послуги з перевезення, зберігання, ремонту, обслуговування і т.д. На певні види товарів (ПММ, запчастини, харчування), в залежності від обсягів покупки ДП «Алушта» укладає тендерні договори відповідно до Законодавства України.

Конкуренти - стимулюють підприємство до розвитку виробництва і зміцненню ринкових позицій. До складу НВАО «Масандра» входить 9 заводів з виробництва виноматеріалів:

- 1) Винзавод «Судак»;
- 2) Винзавод «Морський»
- 3) Винзавод «Малоріченська»
- 4) Винзавод «Веселовський»
- 5) Винзавод «Привітне»
- 6) Винзавод «Гурзуф»
- 7) Винзавод «Лівадія»
- 8) Винзавод «Таврида»
- 9) Винзавод «Алушта»

Всі вони є конкурентами. Метою є звернути і привернути увагу споживача на якість, ціну, обслуговування та умови поставки, щоб він вибрав продукцію того чи іншого винзаводу. ДП «Алушта» є конкурентоспроможними тільки на локальному ринку.

Специфіка виробництва полягає у кліматі, який сприятливо впливає на всі сорти вирощується винограду і дає можливість виробляти всі види вина. Також, впливає той фактор, що у виробництво йде виноград не покупної, а вироблений самим підприємством.

Спеціалізацію ДП "Алушта" підтверджує структура грошових надходжень від реалізації продукції. Найбільшу питому вагу займають допоміжні виробництва і промисли, а саме продукція власного виробництва, на яку припадає близько 70%. У готовому вигляді реалізована продукція (виноград і черешня) становить 2613 тис.грн. або близько 8% всієї товарної продукції. У підприємства є магазини фірмової торгівлі, в яких реалізується не тільки продукція власного виробництва, а й покупні продовольчі та непродовольчі товари, що в структурі звітного року займає 7,2%.

Функціонування підприємства і його позицій на ринку визначаються не тільки особливостями їх виробничо-господарської діяльності, специфікою організаційно-правових форм, а й можливостями забезпечення і використання конкурентних переваг. Таким чином, ефективність діяльності, значною мірою, залежить від рівня його пристосованості до умов ринкової конкуренції, яка обумовлює необхідність впровадження відповідної системи управління підприємством.

Особливу увагу слід звернути на нарощування потужностей та ліквідацію їх неповного завантаження за рахунок міцної ресурсної бази

- освоєння земель для розширення виноградарства, вплив стихійних лих послабити самострахуванням, посилити просування на ринок товарів маркетинговими заходами.

Необхідно зупинити плинність робочої сили за рахунок контролю за надається інформацією залучаються працівникам, переглянути умови роботи з посередницькими організаціями з працевлаштування.

Також, слабким місцем є крадіжки товарно-матеріальних цінностей. Необхідно посилити контроль за охоронюваними об'єктами.

Для Державного Підприємства «Алупта» доцільним є залучення інвестицій. Найбільш вигідними, з точки зору інвестора, для підприємства буде: інвестування молодих багаторічних насаджень (виноградники), закупівля обладнання для виробництва, його автоматизація та розширення каналів реалізації та ринків збуту, за допомогою реалізації продукції підприємства в країни ближнього зарубіжжя. Так як посадка молодих багаторічних насаджень частково фінансується з бюджету України, а для монтажу нового обладнання необхідно зупинити або призупинити виробничий процес, що є неприпустимим при нинішніх умовах, то найбільш вигідний – останній варіант: розширення каналів реалізації та ринків збуту.

ЗМІСТ

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

<i>БЕРЕЗІВСЬКИЙ П.С.</i> Розвиток особистих селянських господарств пореформеного періоду	7
<i>ЗАВІЗЕНА Н.С.</i> Стратегії інформаційного забезпечення ефективного функціонування економіки регіону.....	10
<i>ЮШИН С.О.</i> Інновації та інвестиції у лепцатах науки і виробництва ...	13
<i>АЙЗЕНБЕРГ А.Б.</i> Расширение инноваций в Украине	17
<i>БЕРЕЗОВСЬКА О.Я.</i> Вдосконалення орендних відносин як основа формування великотоварних сільськогосподарських підприємств.....	18
<i>БЕРЕЗІВСЬКИЙ Я.П.</i> До питання формування обслуговуючих кооперативів в аграрному секторі економіки.....	21
<i>БОРОВИК Т.В., ДАНИЛЕНКО В.І.</i> Формування кластерних об'єднань підприємств в умовах трансформації економіки	25
<i>ВОЗНЮК А.А.</i> Проектування стратегічного технологічного модуля, спеціалізованого на виробництві молока.....	27
<i>ГУБАР А.А.</i> Модель економічної комунікації в глобалізованому світі	30
<i>ЄФИМЕНКО Г.В.</i> Інноваційні аспекти забезпечення капіталізації промислових підприємств	33
<i>ЖИВОТКОВА Ю.А.</i> Стратегічно технологічний модуль, спеціалізований на виробництві свинини	36
<i>ІЛЬІН В.Ю.</i> Сучасні трансформаційні процеси аграрної сфери в умовах глобалізації.....	38
<i>КАЛЬЧЕНКО С.В.</i> Перспективи розвитку кооперативних відносин в Україні.....	42
<i>КУПЛЕВАЦЬКИЙ А.М.</i> Інноваційний розвиток сільського господарства як шлях підвищення його конкурентоспроможності.....	44

ЛУНЬОВА В.А. «Інновація», «інноваційний процес» та «інноваційний розвиток» сільськогосподарських підприємств.....	46
МАКОВЕЦЬКИЙ В.Т. Економічне підґрунтя оптимальних технологічних рішень у свинарстві	48
НАГОРНЮК О.П. Теоретико – методологічні основи формування виробничих витрат	51
ОСТРОВЕРХОВА Г.В. Формування організаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства в залежності від стратегії його розвитку	53
ПАНОВА Т.С. Проектування стратегічного технологічного модуля спеціалізованого на виробництві яловичини	57
ПОЛІЩУК О.О. Інновації – ефективний розвиток овочівництва регіону	60
ПЯТУШКА Т.С. Проектування стратегічного птахівничого технологічного модуля яєчного напрямку	65
РОГАЧ С.М. Проблеми та пріоритети формування інноваційної політики розвитку АПК України	67
СІНКЕВИЧ О.З. Аналіз розвитку інновацій у сфері сільського господарства України.....	70
СМІГУНОВА О.В. Оптимізація організаційної структури організацій аграрного профілю як важливий напрямок трансформації моделей інноваційного розвитку в умовах глобалізації	73
СУВОРОВ І.О. Актуальні питання розвитку органічного землеробства в Україні	77
ТУРЧЕНКО М.М. Ринково-підприємницька трансформація моделі внутрішнього середовища сільських агломерацій Харківщини в умовах його глобалізації.....	79
ШАПЕРЕНКОВ А.В. Сучасні проблеми грошового забезпечення інноваційного потенціалу в Україні	82

СЕКЦІЯ

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

БОРИСОВА В.А. Стратегічне управління розвитком підприємницьких структур.....	86
АНПЛОГОВА Ж.Д. Партнерство держави і промислових підприємств	90
АНТОНОВ А.В. Інвестиції в людський капітал сільських поселень	93
АНТОНЮК Р.Р. Ефективність управління доходами в сільськогосподарських підприємствах.....	95
БАБИН М.М. Бюджетирование в управленні підприємством	98
БІРЧЕНКО Н.О. Методи управління ризиками	101
БУНЧУК Н.А. Управление производственными затратами в предприятиях с различным уровнем специализации.....	106
ВИШИВАНЮК М.В. Альтернативні стратегії на державному та регіональному рівнях	109
ВИСОЦЬКА І.О. Корпоративна культура – ключовий чинник ефективності бізнесу.....	112
ВОЛЬВАЧ О.А., РАКША І.А. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции Украины	115
ГАВРИК Є.Ф. Стратегічний аспект менеджменту в підприємствах АПК	117
ГАЛІЙ О.Г., ГАЛІЙ В.Г. Кадровий менеджмент в сільському господарстві.....	120
ГІНДЕС О.Г. Комплексність використання природних ресурсів	122
ГЛАДКА О.І. Маркетинг персоналу, його походження, сутність та зміст	125
ГЛИНСЬКИЙ Н.Ю., ГІРНА О.Б., ЛЮЛЬЧАК З.С. Роль громади міста у територіальному маркетингу.....	128
ГРИБАНОВА Н.О. Системи мотивації праці на підприємстві.....	131

ДУДНЄВА Ю.Е. Компетентність керівника та його імідж.....	133
ЗОСЬ-КЮР М.В. Загальні теоретичні аспекти організації управління земельними ресурсами	136
КІР'ЯН О.І., КІР'ЯН І.С., ЯКОВЕНКО В.О. Формування мотиваційної системи з урахуванням сучасних тенденцій розвитку підприємства.....	139
ЖУК В.П. Теоретичні питання приватно – державного партнерства	144
КАЛІНІЧЕНКО С.М. Логістика як інструмент розвитку підприємництва у цукробуряковому підкомплексі	146
КІР'ЯН О.І., КІР'ЯН І.С. Особливості сучасного кадрового резерву вітчизняних підприємств.....	150
КОБЕЛЕВА А.О. Соціально-економічна сутність поняття «якість»	153
КОВАЛЕВСЬКА О.П. Зв'язки житлового господарства з іншими галузями і підгалузями господарського комплексу	156
КОМАРИСТ О.І. Визначення сутності маркетингу інновацій.....	158
КОНДРАТЮК Г.М. Розвиток світового ринку інжинірингових послуг	160
КОРНІЙЧУК Н.А. Підвищення ефективності управлінської праці у ТОВ «Агрофірма «Добро» Уманського району Черкаської області	163
КРАВЧЕНКО Е.И. Инновационный подход при выборе стратегии предприятия	165
КУЛИНИЧ Р.О., ВЛАСЕНКО Т.В. Прогнозування сезонних коливань вантажних перевезень в Україні на основі методу статистичних рівнянь залежностей.....	169
КУНІЦІН С.В. Планування та організація проведення рекламних кампаній на ринку туристично-рекреаційних послуг.....	172
КУПЛЕВАЦЬКИЙ А.М. Особливості маркетингового менеджменту в сільському господарстві	175
КУРОЧКА І.О. Народно - господарське значення, розвиток та розміщення виробництва соняшнику в Україні.....	176

ЛАВРИНЕНКО Л.М. Професійна підготовка кадрів як складова стратегії її модернізації.....	179
ЛАГОДА Т.А. Проблемы развития предпринимательства, путь к успеху.....	181
ЛАЙКО О.О. До формування стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств.....	185
ЛИТВИН Ю.О. Вплив на інституціональні зміни в агропродовольчій сфері.....	188
ЛЯШЕНКО Ю.О., ЧАЛА О.І. Дослідження деяких програмних продуктів, для автоматизації процесів тайм-менеджменту за допомогою віртуальної машини VM VirtualBox 4.0.....	191
МАКЕДОН В.В. Інтенсифікація утворення метакорпорацій в системі міжнародного бізнесу.....	194
МАРИНОВ М.М. Сприяння виробленню туристської свідомості на державному рівні.....	198
МЕГЕЛЬ Ю.Є., ДАНИАКО І.В., КОВАЛЕНКО С.М., ЧАЛИЙ І.В. До вибору віртуальної машини для навчання ІТ- дисциплінам студентів напрямку підготовки «менеджмент».....	200
МОРОКА Ю.О. Бізнес-план як інструмент управління підприємством.....	203
НАЗАРИШИН Р.О. Мотиваційне управління з орієнтацією на взаємну мотивацію праці.....	205
НЕДІАЬКО М.Г. Оптимізація прийняття управлінських рішень.....	208
НЕДІАЬКО М.Г., МОРОКА Ю.О. Розвиток інвестування агропромислових комплексів.....	210
НЕСТЕРЕНКО О.М., ГОЦ Л.М. Удосконалення кадрової роботи на підприємстві на сучасному етапі.....	212
НЕСТЕРЕНКО О.М., ЖУРКА Д.О. Анализ и совершенствование системы профессионального развития персонала на предприятии.....	215
ОСТРОВЕРХ О.В. Методичні підходи до проектування стратегічного птахівничого технологічного модулю яєчного напрямку.....	220

ПОВОРОЗНИК Р.В. Передумова екологізації розвитку країни	222
ПРИХОДЬКО В.П. Фактори і принципи формування інвестиційного потенціалу регіональних господарських систем	225
РИБАЧУК В.А. Чинники ефективності житлово-комунальної реформи в державі	227
САГАЧКО Ю.М. Місце тваринництва в галузевій структурі сільськогосподарських підприємств та її вплив на ефективність їх функціонування.....	231
СИЧЕНКО О.О. Концептуальні напрями розвитку державної соціальної політики України	234
СІРИЙ Ю.М. Теоретичні підходи до формування державного регулювання освітніх послуг	236
СОРОКА М.П. Управління процесом розробки і реалізації стратегії комплексного соціально-економічного розвитку регіону.....	238
СУХОМАЙН Д.О. Проблеми бенчмаркінгу в Україні	241
ЦЫМБАЛ Б.М. Развитие малого и среднего бизнеса (МСБ).....	243
ЧЕРКАШИНА М.В., МІЛАШ І.В., МАЗЕПА Т.С. Чинники, що впливають на прийняття цінових рішень у підприємствах роздрібної продовольчої торгівлі.....	247
ШЕБАНОВА О.О. Розвиток маркетингу від Стародавнього Єгипту і до сучасності.....	249
ШЕВЧЕНКО Ю.В. Роль маркетингу в управлінні організацією.....	253
ЯВДАК М.Ю. Формування системи показників планування внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів підприємства.....	255
ЯВДАК М.Ю. Планування та оцінка ефективності внутрішньовиробничих зв'язків підрозділів в процесі операційної діяльності підприємства	258
ЯЦЕНКО С.В. Підвищення економічної ефективності виробництва озимої пшениці	260

СЕКЦІЯ

ФОРМУВАННЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

WALDEMAR IZDEBSKI, JACEK SKUDLARSKI, STANISLAW ZAJAC, Operation of farm tractor market in Poland.....	265
БАГА А.Г., ГУРТОВА М.Ю. Продаж землі в умовах аграрного ринку України.....	268
БАЛАШ А.Я., ПАРХУЦЬ М.Р. Особливості державного регулювання ринку сільськогосподарської техніки.....	273
БУРАКА А.В. Організація та функціонування зернового ринку.....	275
ВІТЮК М.О., ФЕНЯК А.А. Особливості формування споживчого кошику України.....	278
ВОРОНИЙ І.В., ГРИНИШИН Г.М. Формування конкурентної політики агропромислового комплексу України в умовах членства в СОТ.....	283
ГАНЖА І.В. Оцінка переваг споживачів щодо вибору борошна за результатами опитування.....	286
ГОЙЧУК Д.А. Місце України в міжнародній торгівлі лісовою продукцією.....	289
ГОРВАТ В.Ю. Основні напрямки удосконалення виробництва ріпаку.....	291
ГРІДІН О.В. Ринок зерна: загальносвітові та українські тенденції.....	294
ГУЦУЛ Т.А. Функціонування ринку молока та молокопродукції в Україні.....	297
ДМИТРУК І.М. Оцінка переваг споживачів щодо вибору ковбасних виробів за результатами опитування.....	299
КОВАЛЬОВА О.В. Типові умови договору переробки цукрових буряків на давальницьких умовах.....	302
КУШНІРЕНКО Ю.В. Останні тенденції та подальші перспективи світового й вітчизняного ринків соняшнику та продуктів його переробки.....	305

ЛОБАС В.С. Виокремлення сезонних закономірностей руху ціни насіння соняшника в Україні.....	308
ЛУБЕНЕЦЬ Ю.Є. Відродження і шляхи розвитку цукробурякового виробництва в Україні.....	311
МАКОВЕЦЬКА Г.Т. Зовнішньоекономічні аспекти підвищення ефективності виробництва свинини	315
НЕДІАЬКО М.Г. Застосування науково-обґрунтованих систем землеробства і тваринництва.....	317
ПЕТРОВ В.М. Техніко-технологічні характеристики сільськогосподарської техніки для сучасних умов ведення рослинництва.....	325
СОЛОМАХА І.В. Особливості інфраструктури флористичного ринку України	321
ОМЕЛЬЧЕНКО К.Г., ФУРСОВА В.В. Спрямування розвитку ринку товарів та послуг	324
ЧОВДИРОВ С. Сучасний стан розвитку молочного скотарства в Україні.....	327
ЩЕРБАК О.В. Дослідження задоволеності споживачів асортиментом чаю	329
ЯКУБЕНКО Ю.А Теоретичний аспект методів оцінки конкурентноздатності сільськогосподарських підприємств	333
ЯНЧ А.І. Стан розвитку виноградарства на прикладі ДП «Алушта».....	335

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

«РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ:
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕСПЕКТИВИ»

ТОМ 1

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Відповідальний за випуск *Г.Є. Мазнєв*

Редактори *В.Я. Амбросов, В.М. Онегіна*

Підписано до друку 23.04.2012.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Папір офсетний.

Гарнітура Garamond. Офсетний друк.

Умовн. друк. арк. — 21,7. Тираж — 300 прим.

Видавництво «Міськдрук»

КП «Міська друкарня», 61002, вул. Артема, 44.

Свідоцтво про державну реєстрацію

Серія ДК № 3613 від 29.10.2009 р.