МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

МАТЕРІАЛИ

ІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

"РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ"

20-30 травня 2011 року

ТОМ 1

Харків - 2011

Міністерство аграрної політики та продовольства України

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

МАТЕРІАЛИ

II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ – КОНФЕРЕНЦІЇ

«РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ»

20-30 травня 2011 року

ТОМ 1

ХАРКІВ - 2011

УДК 631.115

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи». У двох томах. Т. 1. – Харків: ХНТУСГ, 2011. – 268 с.

Із надісланих матеріалів оргкомітетом до друку рекомендовано тези 144 доповідей від 165 авторів із 35 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 – директор Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» НААНУ, доктор економічних наук, професор, академік НААНУ

В.П. ГАЛУШКО – директор ННІ бізнесу Національного університету біоресурсів і природокористування України, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ

В.В. СНІТИНСЬКИЙ – ректор Львівського національного аграрного університету, доктор біологічних наук, професор, академік НААНУ

В.М. КЮРЧЕВ – ректор Таврійського державного агротехнологічного університету, професор

Л.М. ТІЩЕНКО – перший проректор ХНТУСГ, доктор технічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ

В.А. ВОЙТОВ – проректор з наукової роботи ХНТУСГ, доктор технічних наук, професор

Т.Є. ПІПІНА – директор ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ, доцент

П.С. БЕРЕЗІВСЬКИЙ – декан економічного факультету Львівського національного аграрного університету, доктор економічних наук, професор

С.В. КАРМАН – декан факультету економіки та бізнесу Таврійського державного агроекологічного університету, кандидат економічних наук, доцент

В.Я. АМБРОСОВ – завідувач кафедри обліку і аудиту ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААНУ

В.В. ОНЕГІНА – завідувач кафедри економіки та маркетингу ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор

Г.Є. МАЗНЄВ – завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, 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

©Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

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

- ***Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»***
- ***Національний університет біоресурсів і природокористування України***
- ***Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка***
- ***Академія ВВ МВС України***
- ***Білоцерківський національний аграрний університет***
- ***Дніпропетровський державний аграрний університет***
- ***Донецьке ДП «Ілліч Агро – Донбас» ВАТ ММК ім. Ілліча***
- ***Донецький державний університет управління***
- ***ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»***
- ***Житомирський національний агроекологічний університет***
- ***Запорізький національний університет***
- ***Київська державна академія водного транспорту ім. гетьмана П.Конашевича - Сагайдачного***
- ***Київський національний університет харчових технологій***
- ***Львівський державний інститут новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола***
- ***Львівський національний аграрний університет***
- ***Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького***
- ***Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»***

- ***Національний Університет «Києво-Могилянська академія»***
- ***Одеська державна академія будівництва та архітектури***
- ***Одеський міжнародний гуманітарний університет***
- ***Південний філіал Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет»***
- ***Полтавська державна аграрна академія***
- ***Сумський державний університет***
- ***Українська державна академія залізничного транспорту***
- ***Уманський національний університет садівництва***
- ***Харківська державна зооветеринарна академія***
- ***Харківський інститут банківської справи Університету банківської справи НБУ України***
- ***Харківський національний автомобільно-дорожній університет***
- ***Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва***
- ***Харківський національний економічний університет***
- ***Харківський національний університет внутрішніх справ***
- ***Чернівецька буковинська державна фінансова академія***
- ***Чернівецький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету***
- ***Чернігівський державний інститут економіки і управління***
- ***Warsaw University of Technology, School of Agriculture in Warsaw, State Higher Vocational School in Krosno***

СЕКЦІЯ

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ПРИНЦИПИ ТА НАПРЯМИ СТВОРЕННЯ КООПЕРАТИВІВ

Амбросов В.Я., д.е.н., професор,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Кооперація виражає процес співпраці як окремих суб'єктів, так і сукупності різних організаційно-правових форм на базі кооперативів або інших організаційних форм, які створені на принципах кооперації. Багаточисельними дослідженнями були визначені та розкриті соціальні, організаційні та економічні ознаки кооперації. Соціальні – характеризують захист і взаємодопомогу людей, економічні – підвищення результативності від економічної діяльності, справедливий розподіл результатів в інтересах членів кооперації, організаційні – добровільність і демократичність управління.

В сучасних умовах через кооперацію можливо забезпечити підтримку малих, середніх і великих підприємств, створити стійку систему взаємодії різних форм господарювання на справедливому дотриманні інтересів товаровиробників. Кооперація може сприяти вирішенню багатопланових завдань: більш повному використанню інновацій та синергетичного ефекту, підтримки фермерів і первинних колективів власників – товаровиробників у складі великотованих підприємств, формуванню товарного ринку, розвитку грошового ринку через створення кредитних кооперативів і спілок, формуванню сучасних виробництв на основі інновацій та раціонального використання інвестицій.

Світовий досвід показав, що через кооперацію більш широко можна використовувати потенціал спеціалізації та диверсифікації, підвищити ефективність використання сучасних машин і технологій, конкурентоспроможність.

Відомо, що кооперація зародилась в кінці XVIII і на початку XIX століття в Англії та Франції. Виникнення та розвиток кооперативної теорії пов'язують з іменем англійського соціаліста-утопіста Р. Оуена, який був переконливим прихильником виробничих кооперативів, і в першу чергу їх господарської діяльності.

Перше кооперативне товариство було створено в 1866 р. у

Харкові[1]. На розвиток кооперації на східноукраїнських землях мали вплив роботи О.М. Анциферова, Х. Барановського, В. Доманицького, О. Юркевича та інших[2].

Дослідники велику увагу приділяли класифікації кооперативів, віднесенню їх до споживчих і виробничих. М.І. Туган-Барановський виділяв 10 основних видів кооперативів – кредитні, споживчі, житлові, закупівельні, збутові, переробні, страхові, виробничо-допоміжні, трудові артілі, виробничі артілі[3]. З класифікації М. Хейсіна можна виділити: 1) споживчі товариства; 2) будівельні товариства; 3) закупівельні товариства; 4) грошові товариства; 5) товариства виробників; 6) збутові товариства; 7) виробничі товариства[4].

О.В. Чаянов сільськогосподарські кооперативи класифікував у вигляді машинних товариств, товариств на сумісній обробці земель, меліорації і зрошення, племінні товариства, селекційні, молотильні, олійниці та маслоробні, овочесушильні, товариства по закупівлі, збуту, кредитні, страхові[5].

Як показує аналіз, представники різних напрямків, шкіл, епох, політичних поглядів класифікацію кооперативів проводили за наступними основними ознаками:

- за соціально-класовою та професійною. В сучасних умовах це ознака не відіграє суттєвої ролі;

- в залежності від галузі господарства (виробничі, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торгові, промислові, лісові та ін.). Цю ознаку слід враховувати. Разом з тим необхідно брати до уваги розвиток міжгалузевих зв'язків, участь підприємств різних галузей в інтегрованих формуваннях типу холдингів, агропромислово-фінансових груп, концернів, корпорацій, кластерів;

- в залежності від галузі виробництва (скотарські, овочівницькі,

---

[1] Вітанович І. Історія українського кооперативного руху. – Нью-Йорк: ТУК, 1964. – С. 63.

[2] В кн.: Українські кооперативи. – Львів: Коопосвіта, 1999. – 456 с.

[3] Туган-Барановський М.И. Социальные основы кооперации. – М., 1989. – С. 84.

[4] Хейсин М.Л. Потребкооперация в Великобритании. – Пг.: Мысль, 1917. – С. 22.

[5] Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной кооперации. – М.: Наука, 1991. – С. 15.

садівничі, зернові та ін.). Таку ознаку треба враховувати, особливо при створенні спеціалізованих виробничих структур, як на рівні підприємств, так і їх структурних підрозділів;

- в залежності від економічної функції, яку виконує кооператив (кредитні, збутові, постачальницькі, обслуговуючі, багатофункціональні). Такі кооперативні нажаль не одержали належного розвитку і потребують створення;

- в залежності від виду конкретної діяльності (соціальні, іригаційні, меліоративні, медичні, страхові, по спільному використанню машин та механізмів, по перевезеннях та ін.). Ці кооперативи повинні одержати широкий розвиток;

- в залежності від виду продукції, яка виробляється, скуповується, продається чи переробляється кооперативом (овочеві, молочні, насіннєві, цукрові, м'ясні, фруктові, зернові та ін.).

Наряду з цим треба формувати маркетингові кооперативи по збуту сільськогосподарської продукції на рівні регіонів насамперед, а також з виходом на міжрегіональний та міжнародний рівні. Водночас потребується прискорити створення сервісних кооперативів по забезпеченню сільськогосподарських виробників матеріально-технічними ресурсами, машинами, обладнанням, ПММ, добривами, наданню послуг з технічного, меліоративного, ветеринарного, будівельного обслуговування, впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Оцінюючи принципи формування кооперативів та їх можливе використання в сучасних умовах, необхідно виходити з таких вимог:

- повинні дотримуватися інтереси товаровиробників незалежно від форм власності та господарювання;

- забезпечити максимальну віддачу виробничого потенціалу, праці, матеріальних і фінансових ресурсів;

- усунути протиріччя та негативні фактори, які стримують ефективне ведення виробництва, реалізацію продукції, фінансову стабілізацію;

- сприяти посиленню агросервісного, технічного, технологічного, фінансово-кредитного обслуговування, будівництва;

- сприяти прискореному освоєнню інновацій, інвестицій, соціальному розвитку села.

ТРАНСФОРМАЦІЙНА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ СКОТАРСТВА У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

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

Існування відповідних форм власності є основою формування відповідних організаційно-правових структур в аграрному секторі. Будь-яка господарська система повинна мати складові частини – господарські формування, які виробляють сільськогосподарську продукцію і різняться між собою формою власності на засоби виробництва та вироблену продукцію, розмірами, розміщенням, організацією виробництва і праці.

Львівська область – одна із західних областей, яка в процесі здійснення трансформаційних процесів аграрних перетворень опинились в становищі масового поділу землі та майна на частки (паї), що унеможливило ефективний розвиток сільськогосподарських підприємств. Виробництво продукції сільського господарства практично і нині сконцентровано в особистих селянських господарствах. Зокрема, у 2009 р. сільськогосподарськими підприємствами області вироблено 24,0% валової продукції сільського господарства від усіх категорій господарств, у тому числі 20,7% рослинництва і 27,7% тваринництва проти – відповідно 9,2, 11,8 та 6,9% у 2000 р. й лише 7,8 ; 9,3 і 6,4 % у 2003 р.

Це є свідченням того, що починаючи з 2004 р. в сільському господарстві області намітилися тенденції до більш широкого розвитку галузей рослинництва й тваринництва, а відтак і всього сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах.

Скотарство є чи не основною галуззю продуктивного тваринництва сільськогосподарських підприємств Львівської області, для розвитку якого є сприятливі природно-кліматичні умови, наявність природних кормових угідь. Питома вага сіножатей і пасовищ у сільськогосподарських підприємствах області зросла з 30,5% на початок 2001 р. до 40,7% на початок 2010 р. Проте продуктивність природних кормових угідь дуже низька, що є великим резервом для

піднесення розвитку скотарства.

Аналіз трансформаційної динаміки у розвитку скотарства Львівської області свідчить, що у 2009 р. порівняно з 2000 р. поголів'я великої рогатої худоби в усіх категоріях господарств зменшилось у 2,0 раза, у тому числі корів також у 2,0 раза, відповідно у сільськогосподарських підприємствах – у 3,8 і 3,3 раза, а в особистих селянських господарствах – на 44,5 і 46,5%. Таким чином, на початок 2010 р. в сільськогосподарських підприємствах області утримувалось лише 9,6% поголів'я великої рогатої худоби проти 18,3 % на початок 2001 р., корів – відповідно лише 6,3 % проти 10,7 % на початок 2001 р. Решту поголів'я великої рогатої худоби і корів утримують в особистих селянських господарствах.

Одним із важливих показників стану розвитку галузі скотарства є структура стада. Вона повинна відображати напрям розвитку господарства, відповідати прийнятій його спеціалізації. Питома вага корів у структурі стада великої рогатої худоби усіх категорій господарств Львівської області за 2000-2009 рр. становила 60-66 %, у сільськогосподарських підприємствах – 34-40 %, особистих селянських господарствах – 62-70 %, фермерських господарствах – 34-41 %. Така структура стада, великої рогатої худоби у сільськогосподарських підприємствах і фермерських господарствах засвідчує про м'ясо-молочний розвиток та про можливість здійснення замкнутого циклу відтворення стада. Щодо особистих селянських господарств, то при такій структурі стада великої рогатої худоби має місце нераціональне використання молодняку худоби.

Адже, особисті селянські господарства не в змозі утримувати більше поголів'я тварин на відгодівлі та нагулі й вони реалізують його сільськогосподарським підприємствам або у вигляді телятини на ринку. Зменшилося поголів'я великої рогатої худоби на відгодівлі та нагулі в динаміці призводить до зростання питомої ваги корів у загальній кількості поголів'я. Нині невигідно згодовувати корми у галузі скотарства, зокрема, відгодівельного, з метою одержання прибутку, а вигідніше виробляти продукцію рослинництва (зокрема, зерно) і реалізовувати її без переробки через тваринницькі галузі. У багатьох випадках в особистих селянських господарствах відсутня ремонтна група тварин для вирощування корів-первісток, що не дає можливості згідно з вимогами комплектувати стадо з метою його оновлення.

Середній надій молока від однієї корови у 2009 р. порівняно з 2000 р. збільшився на 23,7%, у сільськогосподарських підприємствах – відповідно на 62,6%, а середньодобові прирости великої рогатої худоби на вирощуванні, відгодівлі та нагулі у сільськогосподарських підприємствах відповідно збільшились у ,2 рази, але залишаються досить низькими – 482 г. Виробництво продукції скотарства на 100 га сільськогосподарських угідь залишається низьким, особливо у сільськогосподарських підприємствах, більше того воно мало загальну тенденцію в динаміці до зменшення до 2008 р., а в подальшому до збільшення.

Отже, галузь скотарства є трудомісткою і капіталомісткою для всіх товаровиробників й очікувати неймовірних прибутків від її функціонування в найближчій перспективі нереально. Собівартість виробництва 1 ц молока і приросту великої рогатої худоби у сільськогосподарських підприємствах області за 2000-2009 рр. має загальну тенденцію до різкого зростання. І це не викликає сумніву, адже спостерігається ріст цін на всі виробничі ресурси, що використовуються галуззю. Водночас значний ріст цін реалізації продукції скотарства останніми роками дав можливість забезпечити рентабельне виробництво молока та значно зменшити рівень збитковості виробництва м'яса великої рогатої худоби. Зокрема, виробництво молока і молочних продуктів після 2000 р. було збитковим лише у 2004 р. (- 8,0 %), а найнижчий рівень збитковості виробництва м'яса великої рогатої худоби був у 2008 р. – (-24,4 %).

Перспективи розвитку скотарства – це концентрація виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах різних організаційно-правових форм господарювання, включаючи фермерські господарства. При цьому господарська діяльність сільськогосподарських підприємств повинна здійснюватись у тісній співпраці на основі кооперативних і інтеграційних зв'язків із особистими селянськими господарствами у виробництві продукції скотарства. Основою такої співпраці повинно стати передусім формування асоційованих форм аграрного бізнесу, що сприятиме концентрації виробництва і відродженню галузі скотарства у сільськогосподарських підприємствах.

ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ПРОТИРІЧ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Губенко В.І., д.е.н., професор,
Білоцерківський національний аграрний університет

У сучасному світі глобалізація стала одним із найбільш розповсюджених сюжетів, що відображає реальну ситуацію у світі, яка закріпилась як магістральна тенденція еволюції світової економіки, глибоко, хоч і різній мірі, зачепивши багато інших сфер міжнародних відносин та життєдіяльності світової спільноти. В цих обставинах виникла свого роду «ідеологія глобалізації» як сукупність взаємопов'язаних постулатів, покликаних обґрунтувати одночасово здобутки і невідворотність тенденцій, що «працюють» на об'єднання світу під керівництвом його цивілізованого центру» [1,с.72]. Посиленню однорідності світового економічного простору у значній мірі сприяє прискорення на рубежі двох століть міжнародна гармонізація стандартів (технологічних, екологічних, статистичних, фінансових, митних та ін.). Але вести мову про створення єдиних «правил гри» поки ще рано, тим більше, що в нинішньому десятиріччі цей процес уповільнився у порівнянні з кінцем 20 століття та першою половиною десятиліття 21 століття, про що свідчить провал Дохійського раунду переговорів у рамках ГАТТ, що викликало глибоку кризу цієї організації. В той же час інформаційно – телекомунікаційна революція посилила гомогенізацію світового господарського простору, дозволила забезпечити новий, якісно більш високий, глобальний рівень «зчеплення» національних господарств і окремих господарюючих суб'єктів, надаючи процесу відтворення дійсно всесвітнього характеру, що стало можливим після подолання розколу світу на дві системи і в умовах переходу до економіки знань.

Разом з тим глобалізація економіки пригнічує інтереси країн, що не входять у клуб «золотого мільярда». Сучасна її модель, яку називають неоліберальною, характеризується гострими конфліктами між різними учасниками, світогосподарських відносин. Не виправдала вона і надій, пов'язаних із подоланням розколу світу на дві протилежні суспільні системи і перетворенням інтернаціоналізації в справжній глобальний феномен, що є свідченням протиріч та негативних наслідків глобалізації, які вилились в економічні збої і фінансові кризи, що

швидко розповсюджуються від одних регіонів і країн, а при відповідному поєднанні набувають глобальних рис. Особливу роль тут відіграє міграція короткотермінових спекулятивних капіталів, що призводить до відриву динаміки вартості фіктивного капіталу(акцій, облігацій) від динаміки виробництва світового валового продукту.

Так, наприклад, в 2009 р. вартість на світових ринках деривативів (понад 520 трлн. дол.) у 10 разів перевищила розмір світового ВВП, що стало одним із ключових факторів, які обумовили кризу 2008 – 2010 рр. Глобалізація суттєво послабила традиційні національні системи державного регулювання економіки, не створивши відповідні міжнародні, а також наднаціональні компенсаційні механізми, що потягло за собою кризу керованості світової економіки, а разом з тим в погодженні поточної антикризової політики помітного прогресу досягнути до цього часу не вдалося. Так чи інакше, а глобалізація потягла за собою таку трансформацію системи міжнародних економічних відносин, що склалася раніше, яка зробила її малопередбачуваною, що сьогодні суттєво ускладнює розробку надійних довготермінових прогнозів розвитку світової економіки та наочно проявилась впродовж нинішньої світової рецесії. Посилюється диференціація планети на країни, що виграли і продовжують збільшувати прибутки від глобалізації і країни, що програли. Серед країн, що виграли – США та інші розвинуті країни, а також Китай, Бразилія, Індія, які зуміли на базі успішно проведених соціально – економічних реформ увійти в процес лібералізації міжнародних економічних відносин, поступово підвищуючи ступінь відкритості своїх економік глобалізаційним процесам, уникнути участі пасивних об'єктів глобалізації, стали активними її учасниками.

Україна, на жаль, приймає участь в глобалізації з від'ємним зовнішньоторговельним сальдо в 2008 – 2010 рр. відповідно 15,12; 8,92; 6,200 млрд. дол. США в основному в результаті невдач і провалів при здійсненні реформ. Єдина галузь в національній економіці України за всю новітню її історію (1991 – 2010 рр.) має додатне зовнішньоторговельне сальдо і продовжує його нарощувати: 2000 р. – 0,587; 2008 р. – 4,526; 2009 р. – 4,600; 2010 р. – 4,200млрд.дол. США [2].

Світова фінансово – економічна криза 2008 – 2010 рр. перемістила на другий план продовольчу кризу, яка вже охопила біля 40 країн Азії, Африки, Латинської Америки та загострила і без того складну ситуацію із забезпечення населення продовольством через

значне перевищення темпів зростання населення Землі в порівнянні з темпами зростання виробництва харчових продуктів.

Крім того, випереджувальні темпи зростання платіжоспроможного попиту населення на продукти харчування в порівняні із їх пропозицією в наведених багатомільйонних країнах – Бразилії, Китаю, Індії та інших молодих індустріально розвинутих країнах, в яких проживає до 50% населення Землі порушили баланс у світовій продовольчій системі. Як відомо, попит, який перевищує пропозицію, призводить до підвищення цін, що підриває процеси розвитку країн і сприяє зниженню темпів приросту виробництва сільськогосподарської продукції, особливо в економічно розвинутих країнах, які є основними її експортерами. При цьому світовий попит на продовольство буде завжди в оглядовій перспективі зростати у зв'язку із щорічним зростанням населення на 1,4%(80 млрд.) і приблизно на стільки ж щорічно зростає кількість голодуючих, що збільшується, а продуктів харчування – зменшується. До того ж підвищення цін на продукти харчування ускладнює проблему бідності, посилює соціальну напругу і розшарування суспільства.

В Римській декларації по всесвітній продовольчий безпеці від 13.11.1996р. визначено, що забезпечення продовольством не повинно використовуватись в якості важеля політичного та економічного тиску, разом з тим обмежена кількість країн – експортерів, у яких домінують економічно розвинуті країни, намагається вирішити цим шляхом своєї проблеми, що здійснюється за рахунок країн, які розвиваються, до яких відноситься 125 країн із населенням, що складає понад 78% світового. Продовольчі товари в найбільших об'ємах експортують США – 48млрд.дол., Голландія – 32млрд., Франція – 31млрд., Німеччина - 29млрд., Бразилія – 23млрд., Бельгія – 22 млрд., Іспанія – 21млрд. Канада – 19млрд. Україна експортувала продовольчих товарів у 2000р. – 1,58, 2008 р. – 11,28, 2009 р. – 9,8, 2010 р. – 10,2 млрд. дол., збільшивши експорт у 2010 р. у порівнянні з 2000 р. у 6,46 рази [2], що складає 33% експорту Франції і 35,2 %- Німеччини. В наведених країнах сільське господарство є надзвичайно важливим стратегічним ресурсом, в яких високий рівень інтенсифікації галузі і один працівник, наприклад, у США годує 80 осіб, Бельгії – 100, Канаді – 55, Голландії – 60,Німеччині – 50, Україні – 20 [3]. Китай, Індія та ряд інших країн у зв'язку із зростанням у них рівня життя в найближчому майбутньому вимушені будуть перейти до значних об'ємів імпорту продовольчих товарів і в першу чергу зерна. Крім того, на протязі

останніх 50 років відбувається поглиблення кризової ситуації із забезпечення населення продовольством: у 1950 – 1985рр. щорічний приріст продовольства в світі досягав 30 млн. т., у 1985 – 1995рр. – 12млн.т., у 2010 – 2030 рр. він складатиме не більше 9 млн. т.[3].

Ускладнення експортно–імпортних операцій на світовому ринку висвітлює ряд аргументів на користь того, що з методичної точки зору особливу увагу слід приділити формуванню таких складових як лібералізація, протекціонізм і економічна безпеки, які з огляду науки, практики і державних органів управління серед числа інших належить до вагомих пріоритетів зовнішньої і внутрішньої економічної політики. Кожний із згаданих пріоритетів виконує специфічну функцію, хоча разом у просторі і часі вони діють як єдиний і цілісний методичний « трикутник», в якому абсциса, ордината і апліката виходять із однієї точки координат. Формування реалізації пріоритетів структурного переорієнтування економіки охоплює три етапи. На першому етапі необхідно досягти фінансової макростабілізації, зупинити процес падіння виробництва і забезпечити комплекс умов для економіки України і її зовнішньоекономічної складової із кризового стану. На другому етапі можлива активізація економічного розвитку, орієнтована на формування кількісних і якісних позитивних тенденцій за рахунок динамічної науково – технічної та інноваційної діяльності. На третьому етапі, тобто у відносно довгостроковій перспективі, можливе створення умов для саморозвитку національної економіки.

Як відмічалося вище, зовнішньоекономічна діяльність в останні роки зберегла негативні тенденції в експорті товарів, до яких відносяться переважно сировинна спрямованість експорту, деформована його структура, нерівномірне розміщення експортного потенціалу на території України. На зовнішню торгівлю впливали й такі несприятливі фактори як низька конкурентоспроможність значної частини підприємств в якісно нових умовах зовнішньої торгівлі у 2009–2010 рр., велика зовнішня заборгованість (понад 100 млрд. дол.), недієва система митного контролю, нерозвиненість інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності. Виходячи із необхідності з'ясування взаємозв'язку пріоритетів та висунення на перше місце економічної безпеки потреба визначити економічну і соціальну її сутність показники і параметри.

Продовольча безпека – це проблема національного життєзабезпечення всіх верств населення країни або спроможність

держави за будь – яких обставин гарантувати і забезпечувати в умовах глобалізацій них процесів потреби населення у продовольстві на рівні науково – обґрунтованого споживання та відповідно до його платіжоспроможного попиту по відношенню до цін, що складаються на ринках продовольства. Продовольча безпека базується на таких вимірниках: критична межа імпорту продовольчих товарів має знаходитися на рівні 30%, перевищення вказаної межі викликає згортання власного виробництва і втрату продовольчої незалежності; достатність харчового раціону, показником критичної межі якого є 50% науково – обґрунтованої норми; межа енергетичної насиченості харчового раціону, яка за даними ВООЗ складає на рівні нижньої межі 1500 ккал на добу. За науково обґрунтованими нормами харчування енергетична цінність добового раціону складає 2800 – 3600 ккал, середнє споживання дорівнює 2100ккал. Важливим показником продовольчої безпеки є межа бідності, що вимірюється часткою середньодушового доходу на рівні 75% медіанних сукупних витрат на умовного дорослого.

Економічна безпека в умовах глобалізації – це здатність держави формувати механізм лібералізації і протекціонізму зовнішньоекономічної діяльності, з допомогою якого можна підтримувати стабільність експортно–імпортних операцій та позитивне сальдо зовнішньоторговельного балансу. Закономірно , що сутність економічної безпеки реалізується в системі пріоритетів. У зв'язку із зазначеним вище випливає необхідність реалізувати зовнішньоекономічні пріоритети в трикутнику: лібералізація, протекціонізм, економічна безпека. На підставі проведених нами досліджень можна стверджувати, що виваженість підходу до важелів лібералізації і протекціонізму зумовлює необхідність визначити безпечний або гранично – критичний рівень зовнішньоекономічної діяльності через відношення зовнішнього боргу до обсягів зовнішньоторговельного обороту, що об'єднує експорт і імпорт товарів. Зниження обсягів зовнішньоторговельного обороту нижче безпечного або гранично – критичного рівня зумовлює виникнення вірогідності внутрішньої фінансової кризи. Заходи з лібералізації стимулюють зростання обсягів експорту, надходжень інвестицій, а також активність інфляційних процесів. Заходи з протекціонізму стримують зростання обсягів імпорту, дестабілізують ціноутворення, запобігають валютній кризі залежно від країн світу, у тому числі України і її АПК відношення змінюються: зовнішнього боргу до

зовнішньоторговельного обороту – від 25 - 40% (по Україні за 2010 р. – 96%,що у три рази перевищує середні показники); обсягів експорту, що здійснюється в ліберальному режимі, до зовнішньоторговельного обороту – від 32 до 60%(по Україні за 2010 р. – 47%) і обсягів імпорту, що здійснюється в режимі протекціонізму, до зовнішньоторговельного обороту – від 68 до 40% (по Україні за 2010 р. – 53%). Виходячи з викладеного можна стверджувати, що безпека зовнішньоекономічної діяльності України у 2010 р. формувалася на 53% під впливом лібералізації і на 47% під впливом протекціонізму. Аналіз виробництва та експортно-імпортних операцій АПК України за 2000 – 2010 рр. і внутрішніх балансів основних харчових продуктів свідчить, що по виробництву та експортно–імпортних операціях по зернових, овочах, картоплі, плодах і ягодах, яйцях птиці, насінню соняшнику нарощуються як обсяги виробництва, так і їх експорт. Для забезпечення продовольчої безпеки по цукру з цукрових буряків його виробництво необхідно збільшити на 550 – 600 тис. тонн; виробництво м'яса – на 350 – 400 тис. тонн і молока – на 2 млн. т., виходячи з купівельної спроможності населення на сучасному етапі.

Викладений в статті процес взаємозв'язку лібералізації, протекціонізму та економічної безпеки виступає як методичний інструмент щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності, як засіб вирішення життєво важливих проблем внутрішнього і зовнішнього ринків. Вдосконалення зовнішньоекономічної політики потребує обов'язкового визначення взаємозв'язку пріоритетів у плані лібералізації і протекціонізму, а не окремого їх застосування, що призвело у 2010р. до викривлення економічної сутності пріоритетів та невиправданих багатомільярдних втрат при експорті зернових, включаючи гречку, експорт якої склав 52,8 тис. тонн по ціні 257 дол. за 1 т., що еквівалентно 2грн. за 1кг.

Література.

1. Паньков В. Мировая политика в условиях кризисна / В.С. Паньков – М., 2010. - С. 72.

2. Звіт про стан зовнішньоекономічних відносин в системі агро продовольчого комплексу України за 2000 – 2010 рр. - К.- 2000 – 2010 рр.

3. Алтухов А.И. Мировой продовольственный кризис: причины возникновения и проблемы преодоления. А.И. Алтухов// Економіка АПК. – 2010. - №6. - С. 145 -153.

4. Моніторинг економічного і соціального розвитку підприємств і організацій АПК за 1990 -2010 рр. – К. – 1990 – 2010 рр.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРОВИРОБНИЦТВА

Мазнєв Г.Є., професор,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Стрімкий розвиток провідних країн світу наприкінці двадцятого століття обумовлений, насамперед, революційними технологічними змінами і інтелектуалізацією виробництва, небаченими темпами інновацій. Технологічні інновації забезпечують 70-90 % валового внутрішнього продукту розвинених країн. У Сполучених Штатах Америки приріст національного доходу на душу населення за рахунок технологічних інновацій сягає 90 % [1, с.4].

Недооцінка провідної ролі технологій виробництва великою мірою зумовлює зниження його конкурентоспроможності.

Для оцінки інноваційного потенціалу та рівня конкурентоздатності країни Світовим економічним форумом в Давосі у якості синтезуючого показника прийнято індекс конкурентоспроможності розвитку (ІКР). Згідно оцінці 2005 року Україна із ста країн посідає 84 місце за індексом конкурентоспроможності розвитку, пропустивши поперед себе такі країни як: Намібія (63 місце), Танзанія (71), Вірменія (79), Молдова (82) та ін. За індексом технологічного розвитку Україна знаходиться також серед країн-аутсайдерів, посідає 85 місце і поступається Грузії (84), Уганді (82), Мозамбікові (83), Кенії (71), Монголії (81) та багатьом іншим [2, с. 17-19].

Технологічний розрив між Україною і промислово розвиненими країнами невпинно збільшується. І це стосується, насамперед, агропромислового комплексу. Під загрозою опинилися економічний суверенітет і продовольча безпека країни.

Використання застарілих ресурсо-, енергоємних технологій, техніко-технологічна відсталість вітчизняного аграрного виробництва не дозволяють отримувати конкурентоспроможну продукцію.

Досвід високорозвинених країн свідчить, що рушійного силою економічного зростання є розвиток інноваційних високопродуктивних технологій. Тому Україні для подолання технологічної відсталості потрібна стратегія технологічного прориву, яка передбачає широкомасштабне застосування прогресивних ресурсозберігаючих

інноваційних технологій. Необхідна концепція технологічного динамізму, яка здобула визнання в західних країнах і базується на безперервному використанні інновацій.

В умовах зростаючої конкуренції на світовому ринку ефективне ведення агровиробництва можливо лише при переході на інноваційний шлях розвитку. Саме завдяки інноваціям країни — лідери забезпечили бурхливі темпи економічного зростання. Вирішальну роль в економічному зростанні відіграють інноваційні технології.

Оновлення техніко-технологічної бази агропідприємств стає стратегічним фактором підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Як зазначає академік УААН П.Т.Саблук, при переході на інноваційний шлях розвитку основою повинно бути підвищення технологічного рівня аграрного виробництва, впровадження ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій [3, с.18].

Але впровадженню інноваційних ресурсозберігаючих технологій перешкоджає, нажаль, ряд чинників, викликаних, з одного боку, системною економічною кризою, а з другого — наслідками роздержавлення суб'єктів господарювання в аграрному секторі і появою великої кількості невеликих за розмірами агровиробників.

Так, диспаритет цін на сільськогосподарську продукцію та матеріально-технічні ресурси, що споживаються галуззю, відсутність дієвої державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників призвело до неспроможності придбання необхідних матеріально-технічних ресурсів і сільськогосподарської техніки для виробництва аграрної продукції.

Завдяки впровадженню новітніх технологій, які передбачають поряд зі своєчасним і якісним виконанням усіх необхідних технологічних операцій забезпечення високоякісним насінням, інтегрованою системою удобрення, комплексною системою захисту рослин від шкідників і хвороб тощо можливо суттєво підвищити урожайність сільськогосподарських культур. Але у зв'язку з тим, що вони передбачають повну забезпеченість добривами, засобами захисту рослин, потребують використання новітніх зразків технічних засобів, питомі витрати на 1 га посіву досить високі [4]. Тому виникає необхідність визначення гранично припустимого рівня ефективності технологій.

Нами запропонована методика визначення мінімально необхідної величини підвищення урожайності ($\Delta У$) для компенсації додаткових затрат ($\Delta З$) при зміні застарілих технологій вирощування сільськогосподарських культур сучасними інноваційними технологіями. Залежність $\Delta У$ від ($\Delta З$) є лінійною.

Можна побудувати графік функції $\Delta У = f(\Delta З)$ для різних значень ціни реалізації продукції 1/Ц. Не важко представити, що це будуть прямі з кутовими коефіцієнтами, рівними 1/Ц.

Графік відображає своєрідну «нульову» ефективність додаткових витрат на вирощування сільськогосподарської культури при конкретній ціні реалізації продукції. Він показує мінімально необхідну величину підвищення урожайності, яка потрібна для компенсації додаткових витрат, пов'язаних з впровадженням інноваційних технологій. Так, при додаткових витратах в сумі 700 грн/ц на вирощуванні озимої пшениці і ціні реалізації зерна 700 грн/ц мінімально необхідним є підвищення урожайності на 10 ц/га. Якщо приріст урожайності є меншим ніж 10 ц/га, то впровадження технології, яка потребує додаткових питомих витрат 700 грн/га, є економічно не доцільнім. При $\Delta У >$ 10 ц/га додаткові витрати не тільки компенсуються, але й забезпечують додатковий прибуток, якій дорівнює добутку ціни реалізації продукції на величину приріста урожайності, зменшеної на мінімально необхідний приріст урожайності.

Підвищення урожайності у більших розмірах буде забезпечувати відповідно збільшений додатковий прибуток від впровадження сучасної технології у порівнянні з технологією, яку замінюють.

Таким чином, на графіку $\Delta У = f(\Delta З)$ простір над лінією «нульової» ефективності являє собою зону додаткового прибутку. Отже, для будь-яких значень $\Delta У > \Delta У_{min}$ впровадження запропонованої технології є економічно доцільним. І навпаки, провадження технології, яка забезпечує приріст урожайності менше мінімально необхідного рівня, буде збитковим.

З підвищенням ціни реалізації зерна лінія «нульової» ефективності проходить під меншим кутом нахилу і відкреслює відповідно більшу зону додаткового прибутку. Це дозволяє суттєво зменшити мінімально необхідний приріст урожайності для впровадження нових техніко-технологічних рішень. При збільшені ціни реалізації з 70 до 120 грн/ц і питомих витратах 700 грн/га

мінімально необхідний рівень приросту урожайності для компенсації виробничих витрат зменшується з 10 до 5,8 ц/га, або на 4,2 ц/га. Додатковий прибуток при цьому складе 504 грн/га (4,2 ц/га х 120 грн/ц).

Для сучасних технологій, які потребують більш високих питомих виробничих витрат, зменшення мінімально необхідного рівня приросту урожайності є більш суттєвим ніж для традиційних технологій. Так, при додаткових питомих витратах 1600 грн/га збільшення ціни реалізації з 70 до 120 грн/ц обумовлює зменшення $\Delta У_{min}$ на 9,2 ц/га (з 22,8 до 13,6 ц/га) і забезпечує значно вищий додатковий прибуток - 1104 грн/га (9,2 ц/га х 120 грн/ц).

В результаті дослідження встановлена залежність мінімально необхідного приросту урожайності сільськогосподарської культури для компенсації додаткових виробничих витрат від зміни останніх, що дозволило побудувати так звані лінії «нульової» ефективності, які слугують критерієм доцільності впровадження новітніх технологій при різних питомих витратах.

Збільшення ціни реалізації продукції впливає на розширення зони додаткового прибутку, причому, більш суттєво при більших додаткових витратах.

Отже цінова кон'юнктура ринку сільськогосподарської продукції в більшій мірі впливає на ефективність саме сучасних інноваційних агротехнологій, які хоча і потребують високих питомих витрат, але в той же час забезпечують суттєвий ріст урожайності сільськогосподарських культур і підвищення конкурентоспроможності продукції.

Література.

1. Федулова Л. Технологічний розвиток економіки// Економіка України. -2006. - №5. -с. 4 - 10.

2. The Global Competitivenes Report 2005-2006. - New Yorк: Palgrave Macmsllan. - 2005.

3. Саблук П.Т. Основні напрямки високоефективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні. — К: ІАЕ УААН. - 2002. - 33 с.

4. Інноваційні агротехнології: Монографія / За ред. Д.І.Мазоренка і Г.Є. Мазнєва. - Харків: ХНТУСГ. - 2007. - 385 с.

FUNCTIONING OF THE TRACTORS AND AGRICULTURAL MACHINES MARKET IN THE FREE MARKET ECONOMY IN POLAND

Izdebski Waldemar , Skudlarski Jacek , Stanislaw Zając, Warsaw University of Technology, School of Agriculture in Warsaw, State Higher Vocational School in Krosno

Political and economic transformations that occurred in Poland after 1989 also contributed to changes in the market of tractors and agricultural machinery. Before this period, disposal on the market was dealt with by the specialized retail chain "Agroma", which primarily offered selling to subsidized state farms, and very little on special assignments for individual farms. In this period the demand for tractors and machinery far exceeded the supply which could be provided by the manufacturers.

After 1990, as a result of significant increase in prices of tractors and machinery, lower than the increase in prices of agricultural products a significant decline in purchases of new machinery and tractors has been noticed. Reduction of the demand for brand new machines have been compounded by the large supply of cheap second-hand equipment, originating mainly from the state farms, and then from import [Pawlak 1997].

The increase in sales of tractors and agricultural machinery has been noticed in the year of Polish integration with the European Union in 2004. In the case of agricultural tractors since 2004 an increase in sales has been recorded but it is mainly due to increase in the number of imported tractors. The largest share of sales (30.7%) had tractors with an engine power from 59 to 75 kW. Fairly large proportion (19.5%) of tractors from 18 to 37 kW also remained. Tractors with a power of 75-90 kW were 14.4%, and tractors with a power of over 90kW -12.6%. There has gradually been trend of decrease in purchasing tractors with power of up to 18 kW and tractors from 37 to 59 kW [IERiGŻ-PIB, 2008, 2009, 2010].

On the Polish market a trend to increase the purchasing more powerful agricultural tractor is seen. The main factors influencing this trend are: changes in production technology, the desire for a smaller number of tractors on the farm, the concentration of production in the developing, large farms.

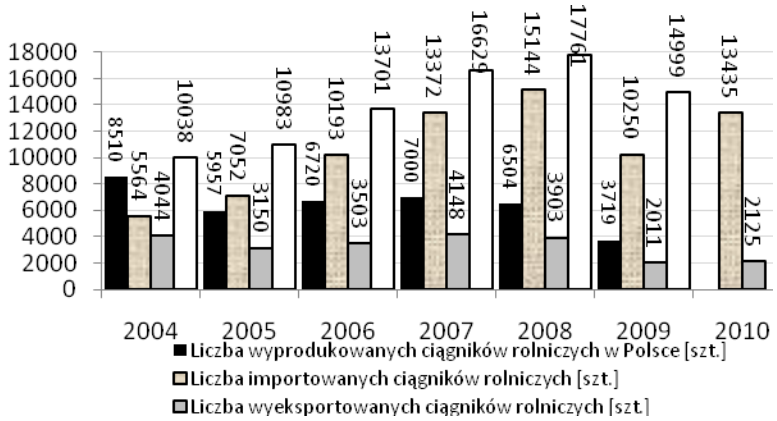

Figure 1 Production, import and export of new agricultural tractors in 2004-2010

Source: Own calculations based on GUS, IERiGŻ-PIB and EUROSTAT

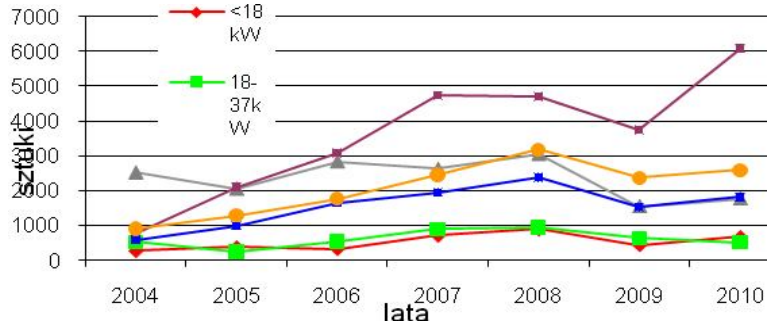

Figure 2 Import structure of new tractors in 2004-2010

Source: EUROSTAT

Organizational transformation in the tractors and machinery market in Poland

Political transformation in Poland in the 90s contributed to changes in the organization of sales of tractors and agricultural machines. These changes resulted from the fact that private farms were granted free access to the market of agricultural machinery and that on the Polish market machines and tractors of foreign manufacturers (mainly from Western Europe and the USA) appeared.

In place of government units, whose number has significantly

decreased units from the so-called private equity have emerged (so called dealers). These units offer tractors and machinery by different manufacturers , including the foreign ones, and sometimes there are only representatives of their respective companies.

Sales organization has changed. In the case of small customers representing small-scale farmers, dealers invite them to their homes by allowing them to familiarize with the offer displayed on the premises of the company. However, in the case of acquiring customers, representing a large are farms dealers use specially trained sales representatives. Those representatives come to farmers to show them the company's offer, which they represent as well as help in dealing with formalities related to the purchase of a tractor or machine. Due to the fact that the areas of dealers overlap territorially conditions for competition for customers between the various manufacturers appeared. The farmer received a choice of tractor or machine from the wide range of manufacturers. In addition, he obtained the opportunity to purchase a tractor or machinery with varying degrees of technical sophistication.

Organization of service has also changed. In place of state maintenance authorized producers' service units appeared that are often located in the premises of the dealers. In addition to the authorized service centers operating in the territory of Polish private warehouses and distribution points for spare parts also operate. Depending on the scope of their business their coverage is local or pan-national.

Structure of sales of agricultural tractors in Poland

Operation of the tractor market according to the principles of free market economy have led to the fact that many models of tractors, both new and used, offered by different manufacturers are available on the market in Poland,.

Based on the number of registered tractors in Poland it may be said that in 2008 mostly acquired new tractors were by company CNH (Case & New Holland) (Fig. 3). Subsequently, in terms of number of registrations were offered by Zetor tractors and Pronar company (tractors manufactured by Pronar and tractors MTZ Belarus, Pronar is their dealer in Poland).

Analyzing the market for tractors by the number of registered new and used tractors it can be stated that in 2008 the dominating brand was Zetor followed by John Deere and Massey Ferguson. Zetor kept its rank in 2009, however, in second place was taken by New Holland. John Deere was on the third position.

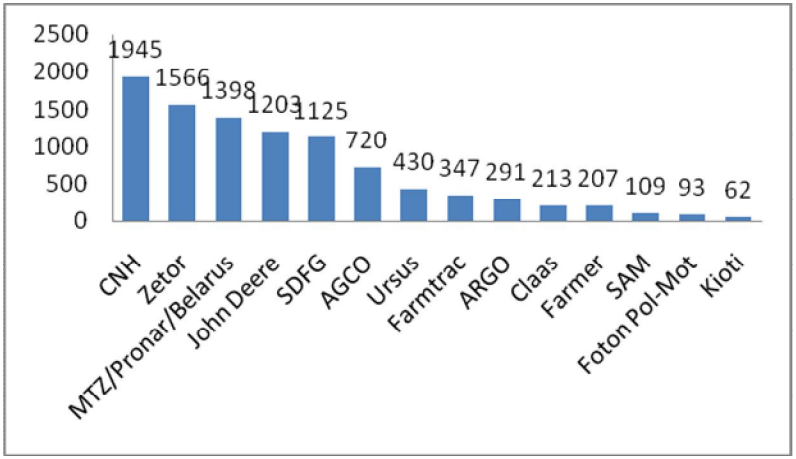

Figure 3 Registration of new tractors in Poland in 2008, sorted by the manufacturers / companies
Source: Agricultural Technical Review 3 / 2009

Ursus' Polish tractor manufacturer perceived market position is weaker in the purchase both new and used tractors.

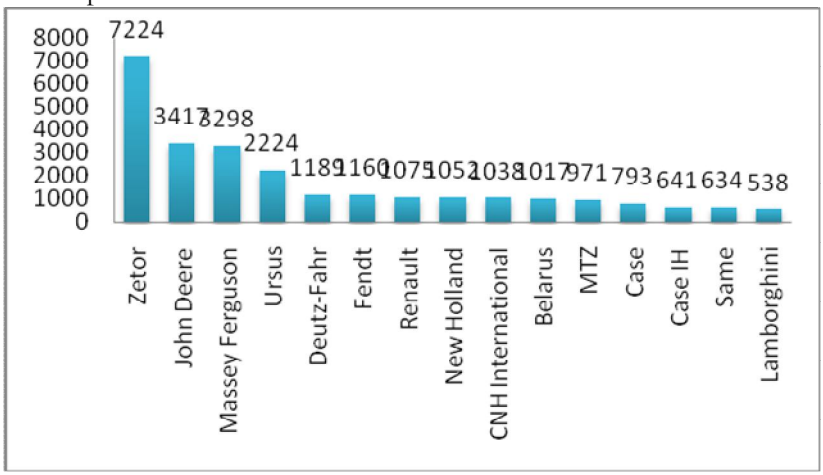

Figure 4 Register tractors by brands Total in 2008 Source: Agricultural Technical Review 3 / 2009

Analyzing the number of registered tractors in terms of their age, we can conclude that new tractor largest have the largest share. However, nearly 18% of registered tractors in that structure are taken by tractors, whose age exceeds 25 years.

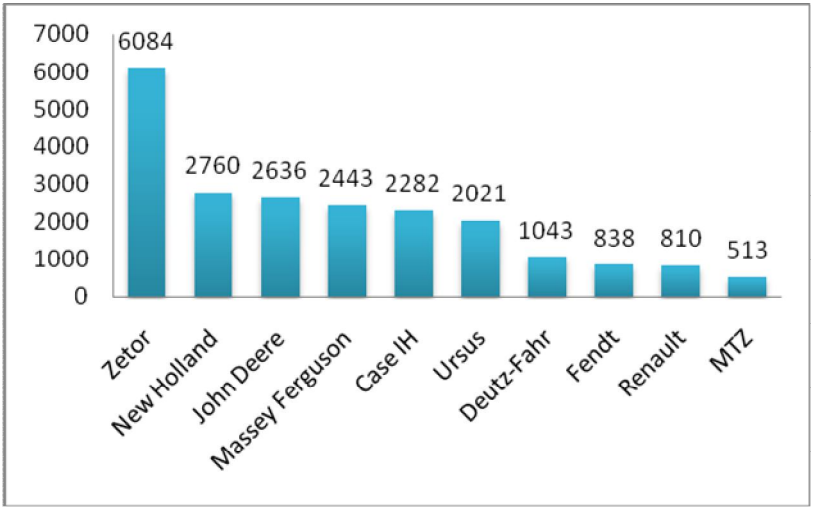

Figure 5 Register tractors by brands. Total in 2009 Source: Agricultural Technical Review 3 / 2010

Table 1

The age structure of tractors registered in 2008 and 2009.Age 2008 2009 Number of [units] Share [%] Number of [units] Share [%]

Age [years]	2008		2009	
	number [pieces]	share [%]	number [pieces]	share [%]
1	9866	30,8%	7831	28,5%
2-5	3841	12,0%	6599	24,0%
6-10	1147	3,6%	653	2,4%
11-15	2953	9,2%	1875	6,8%
16-20	4071	12,7%	2448	8,9%
21-25	4471	14,0%	3230	11,7%
over 25	5681	17,7%	4875	17,7%
Total	**32030**	**100,0%**	**27511**	**100,0%**

Source: Agricultural Technical Review 3 / 2010

Summary

Market of tractors and agricultural machines in Poland is characterized by the presence of many manufacturers and a wide range of tractor models with varying degrees of technical sophistication.

In the case of sales of new tractors, the company Case & New Holland is the market leader in Poland. However, in terms of number of

registered tractor models including the used models the Czech manufacturer Zetor is the leader.

The largest share (30%) in the number of registered tractors in Poland is constituted by new tractors. However, there is also a small share of used tractors (including older than 25 years), which proves the presence of used tractors in the market.

Sales of tractors and machinery in Poland takes place through dealer networks, most of which are units with private capital. Service of machines is done by a licensed units usually found at points of the dealership. Parts distribution is dealt with largely by private capital companies.

Literature.

1. Pawlak J., 1997: Sytuacja maszyn rolniczych w Polsce, Przegląd Techniki Rolniczej i Leśnej nr 6
2. Rynek środków produkcji i usług dla rolnictwa. 2008: IERiGŻ-PIB, nr 34
3. Rynek środków produkcji i usług dla rolnictwa. 2009: IERiGŻ-PIB, nr 36
4. Rynek środków produkcji i usług dla rolnictwa. 2010: IERiGŻ-PIB, nr 37

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У ПОСТРЕФОРМЕНИЙ ПЕРІОД

Балаш Л.Я., к.е.н.,
Львівський національний аграрний університет

Особисті селянські господарства протягом багатьох десятиліть забезпечували себе продуктами харчування для власних потреб, а решту реалізовували на ринках. Земля в цих господарствах знаходилась у постійному користуванні, а одержаною продукцією їх власники розпоряджались на свій розсуд, і як результат їх розвитку, на сьогодні, ці господарства показали свою силу, досягли високоефективного використання землі.

Дослідження сільськогосподарського виробництва в особистих селянських господарствах свідчать про переваги приватної власності з метою досягнення кращих показників господарювання на землі, виходячи з обсягів виробництва та реалізації продукції заготівельним підприємствам, споживчій кооперації та на ринку.

Таким чином, особисті селянські господарства на сьогодні є стабілізуючою формою господарювання, яка стримує спад виробництва сільськогосподарської продукції у Львівській області і у

цілому в Україні, а за умов безробіття і зниження життєвого рівня селян особисті селянські господарства мають велике значення у самозабезпеченні продуктами харчування і є стабілізуючим чинником трудової зайнятості селян і соціального їх захисту в період становлення ринкових відносин, поки на селі не розвинеться виробнича й обслуговуюча інфраструктура.

Визнаючи пріоритет у майбутньому за приватними та колективними сільськогосподарськими підприємствами, ні в якому разі не слід примусовими заходами форсувати скорочення виробництва особистими селянськими господарствами, як це періодично намагалися робити за часів колгоспно-радгоспної системи, не турбуючись при цьому про подолання причин об'єктивної необхідності існування таких господарств. Процес скорочення виробництва в особистих селянських господарствах має зумовлюватись діянням об'єктивних чинників. Проте політика держави щодо цих господарств не повинна бути пасивною, споглядальною (якою вона великою мірою була в останні роки).

Сектор особистих селянських господарств зазнаватиме істотних змін, особливо це торкнеться тих з них, які приєднали до своїх земельних ділянок належні їх членам земельні частки. З часом існуюча тенденція до розширення цього сектора зміниться на тенденцію до його звуження. Певна частина з тих особистих селянських господарств, які вилучили земельні частки і господарюють самостійно, зуміють організувати ефективну господарську діяльність, розширять землекористу-вання за рахунок оренди або купівлі земельних часток (земельних ділянок), а інші їх власники поступово перетворяться в ефективні фермерські чи приватні господарства. Ще якась частина таких особистих селянських господарств, не витримавши конкуренції із сільськогоспо-дарськими підприємствами (включаючи фермерські госпо-дарства), стануть на шлях об'єднання зусиль з метою організації спільного господарювання, створюючи різні неформальні або й формальні (зокрема, сільськогосподарські виробничі коопе-ративи) об'єднання. Водночас ще якась частина особистих селянських господарств з часом перестануть існувати, передадуть свої земельні частки в оренду або продадуть і змушені будуть вирішувати проблеми власного працевлашту-вання у сфері сільськогосподарських підприємств або за їх межами .

Як вже зазначалось вище, особисті селянські господарства продуктивніше використовують надану їм землю, як важливий і практично незамінний виробничий ресурс та сукупний ресурсний

потенціал сільськогосподарського виробництва з метою досягнення вищих показників урожайності сільськогосподарських культур та продуктивності худоби і птиці, зменшення собівартості вироблюваної ними продукції з метою отримання максимального ефекту.

Крім цього на сьогоднішній день сукупні затрати на виробництво одиниці сільськогосподарської продукції в цілому (і в тому числі – рослинницької та тваринницької, а також їх основних видів) у особистих селянських господарствах виявились нижчими ніж у сільськогосподарських підприємствах, оскільки перші з них витрачають мало дорогих ресурсів промислового виробництва та економно їх використовують.

За своєю соціально-економічною природою товарні господарства втрачають підсобний характер і фактично являють собою особливу групу приватних селянських господарств бізнесового напряму. Вже тепер вони мають можливість і здатні збільшувати товарність за рахунок розширення земельних наділів. Цьому сприятиме виділення останніх у натурі. Саме такі господарства можуть стати своєрідною школою для переходу в ранг повноцінних фермерів чи приватних підприємств.

На сьогоднішній день і найближчим часом особисті селянські господарства є однією з перспективних форм господарювання. Проте їх не слід вважати прогресивною формою господарювання в сільському господарстві. Їх розміри надто малі для того, щоб в них можна було реалізувати досягнення науково-технічного прогресу. Вони не потребують високої кваліфікації працівників, затрати на підвищення рівня освіти в них не окуповуються.

Проте не слід їх протиставляти великим сільськогоспо-дарським підприємствам, які мають значні потенційні можливості ефективного розвитку, але фактично цього не сталося через наростаючий диспаритет цін не в користь сільськогосподарських підприємств. І якщо ця форма господарювання забезпечить ефективне ведення виробництва, за якого селянину буде вигідніше купувати продукцію, ніж її виробляти, то особисті селянські господарства зможуть оперативно скорочувати виробництво, а землю передавати в оренду кращому господареві.

З метою подальшого розвитку особистих селянських господарств та підвищення ефективності виробництва у цій формі господарювання необхідно вирішити ряд питань:

Особисті селянські господарства можуть ефективно функціонувати за наявності таких умов: спеціалізуватися на

виробництві трудомістких видів продукції, де чинник концентрації не має вирішального значення; об'єднуватись між собою, створювати кооперативи; інтегруватися з фермерськими господарствами, приватними та сільськогосподарськими підприємствами колективних форм організації праці; трансформуватися у фермерські та приватні господарства. При цьому державі потрібно створити сприятливі умови для нормального функціонування товарних особистих селянських господарств. Насамперед це стосується створення мережі агрохімічного, зоотехнічного, ветеринарного й агросервісного обслуговування, консультацій з різних питань сільськогоспо-дарського виробництва, закупівлі та реалізації продукції.

Стосовно більш віддаленої перспективи можна прогнозувати наступне: як і в усіх розвинутих країнах пріоритетне значення для України, мабуть, матиме великий підприємницький сектор. Лише він у змозі забезпечити продовольчу безпеку країни на належному рівні. Великі підприємницькі агроформування мають незаперечні переваги у виробництві тих видів продукції, в яких вирішальне значення має чинник розмірів господарства і відповідної його техніко-технологічної оснащеності, а також впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Література.

1.Онищенко О. Господарства населення: продуктивність, ефективність, перспектива / О. Онищенко – К. : ІЕ НАНУ, 2003 – 100 с.

2.Юрчишин В.В. Господарства населення: проблеми майбутнього / В.В. Юрчишин // Економіка України – 2003. – № 9. – С. 67-72.

3.Основи сільськогосподарської обслуговуючої кооперації: навч. посібник / За ред. В. В. Зіновчука, Л. В. Молдаван, В. Б. Моссаковського та ін. – К. : Вища освіта, 2001. – 464 с.

АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ АГРОФОРМУВАНЬ

Демченко Т.С., аспірантка,
Уманський національний університет садівництва

Формами фінансування інноваційних проектів агроформувань вважаються: державне (комунальне) фінансування, яке здійснюється органами державної влади або органами місцевого самоврядування за рахунок бюджетних засобів та інших джерел відповідно закону; комерційне фінансування, яке здійснюється суб'єктами господарювання за рахунок власних або позикових засобів з метою

розвитку бази підприємництва; соціальне фінансування, яке забезпечує вкладення коштів в об'єкти соціальної та інших невиробничих сфер; іноземне фінансування, яке проводиться іноземними юридичними особами або іноземцями, а також іншими державами.

В межах фінансування інноваційних проектів агроформувань виділяються внутрішні і зовнішні джерела [3].

До внутрішніх відносять: кошти амортизаційного фонду; спрямування прибутку на інноваційні проекти; внутрішні інвестиції; венчурні фонди.

До зовнішніх джерел фінансування інноваційних проектів агроформувань відносять: банківські кредити, лізинг, вітчизняний фондовий ринок, державну підтримку, іноземні інвестиції.

Участь іноземних інвесторів у фінансуванні інноваційних проектів агроформувань здійснюється за наступними методами: прямі інвестиції іноземних компаній; спільне створення агроформувань; участь на міжнародних фондових ринках; міжнародний лізинг і надання грантів. [4, с.63].

Амортизація в більшості агроформувань нараховується формально, реальні кошти до її фонду не спрямовуються, тобто вона практично знецінена [1, с.50-51]. Саме із цієї причини протягом багатьох років у агроформуваннях не здійснюється реновація основного капіталу, а відбувається його скорочення. Так, у сільському господарстві України вартість основних засобів виробничого призначення (машин і устаткування, будинків і споруд) за останні п'ять років скоротилася з 97,4 млрд. гривень в 2006р. до 70,2 млрд. грн. в 2009р., тобто на 27,2 млрд. грн. або на 27,9% [6].

Аналіз розподілу основних засобів за видами економічної діяльності в Україні показав, що зараз у сільському господарстві зосереджено майже 3% цих активів. Ця частка постійно зменшується. Враховуючи недостатній соціально-економічний розвиток агроформувань, слід вказати на актуальність технічного переоснащення сільськогосподарського виробництва, впровадження тут новітніх технологій та розвиток малого і середнього бізнесу.

Прибуток, як джерело коштів для здійснення фінансування інноваційних проектів агроформувань, також не виконує своїх функцій, тому що в окремі роки 85% агроформувань залишались збитковими, їхня кредиторська заборгованість нерідко перевищувала загальну річну виручку від реалізації продукції, робіт і послуг.

Спостерігаються помітні зміни у фінансових результативних

показниках агроформувань [7, с.78-81]. Так, в 2008 р. агроформування України мали 5,66 млрд. грн. валового прибутку, що і є джерелом фінансування інноваційних проектів агроформувань. В результаті ті агроформування, які мають високі показники платоспроможності (близько 10% від загальної чисельності) значну частину чистого прибутку спрямовують в інновації.

Таким чином, внутрішні джерела фінансування інноваційних проектів агроформувань носять обмежений характер. Що стосується залучених зовнішніх джерел, то вони для фінансування інноваційних проектів агроформувань мають більш істотне значення.

Слід зазначити, що довгострокові кредити на фінансування інноваційних проектів агроформувань банки виділяють неохоче, а нерідко відмовляються надавати їх взагалі. Цим установам вигідніше вкладати свої активи в ті сфери діяльності, де висока швидкість обороту капіталу, тобто у торгівлю або спекулятивні угоди. В більшості випадків і агроформування не прагнуть одержувати такий кредит. Їхній незадовільний фінансовий стан призводить до зниження платоспроможності і унеможливлює своєчасне погашення отриманих кредитів.

Особливо гостро постала проблема кредитування після фінансово-економічної кризи. Найбільш проблемними питаннями кредитування агроформувань визначені наступні: суттєве скорочення обсягів кредитування агроформувань у 2009 році; значне підвищення відсоткових ставок за кредитами; збільшення обсягу предмету застави для сум кредитів, що залучались в останні роки.

Можна побачити, що у 2009 році агроформуваннями отримано кредитів на суму 5,8 млрд. грн., що становить 28,9% до залучених у попередньому році. В їх числі сума короткострокових склала 4,1 млрд. грн., середньострокових – 1,15 млрд. грн., довгострокових – 0,55 млрд. грн. Загальна кількість агроформувань, які використали кредитні ресурси становить 2039 одиниць [6].

Із загального обсягу на пільгових умовах залучено майже 2,6 млрд. грн. (16,9% по відношенню до 2008 року), в тому числі короткострокових – 2,2 млрд. грн., середньострокових – 267,1 млн. грн., довгострокових – 91,9 млн. грн. Пільгові кредити були залучені 934 агроформуваннями.

Процентні ставки за кредитами банків становили від 16,5 до 39%. Вимоги банків за перехідними кредитами 2006-2008 років, яким надавалася компенсація у 2009 році, становила 11,15 млрд. грн., в тому числі за короткостроковими – 3,2 млрд. грн., середньостроковими –

5,4, довгостроковими – 2,5 млрд. грн.

Пролонговано банками пільгових кредитів на суму 3,1 млрд. грн., що становить 80% від обсягу кредитів, які потребували пролонгації до 1 січня 2010 року (3,9 млрд. грн.). При цьому пролонгували кредити 1599 агроформувань, тоді як потреба у цьому процесі була у 2027 агроформувань. В результаті в повному обсязі пролонговані кредитні кошти агроформуванням лише Волинської та Чернігівської областей.

Державна підтримка фінансування інноваційних проектів агроформувань здійснюється завдяки виділенню з бюджетів різних рівнів грошових ресурсів цільового призначення, а також шляхом надання субсидій, дотацій, компенсацій, відшкодування витрат і інших заходів підтримки сільського господарства. Так, агроформування у вигляді різного роду субсидій одержали з державного бюджету в 2007 р. 3,9 млрд. гривень. З урахуванням інфляції (близько 10-15%) і постійно наростаючих цінових пропорцій між сільськогосподарською й промисловою продукцією реальний розмір фінансової підтримки агроформувань постійно скорочувався і лише в 2009 р. поступово почали збільшуватись не тільки номінальні, але й реальні розміри державної підтримки села. Звичайно, ці субсидії, виділені у вигляді дотацій, відшкодування витрат або прямого бюджетного фінансування виробництва окремих видів продукції, здебільшого не відносяться до інновацій. Однак вони сприяють змінам загального фінансового становища агроформувань, а, отже, і позитивно впливають на інноваційні процеси. Необхідно відзначити, що в останні роки в нашій країні розмір бюджетних субсидій агроформуванням коливається від 3 до 8% обсягу виручки від реалізації товарної продукції. У країнах, що мають високий рівень розвитку аграрного сектора економіки, цей показник знаходиться на рівні 20-60 відсотків [8]. Так, в 1999 році фінансування державної програми по селекції у тваринництві складало лише 0,3 млн. грн., а в рослинництві – 0,03 млн. грн. Ситуація дещо покращилася в 2002-2003 роках. У цей період, на підтримку агроформувань із держбюджету було виділено 1,6 млрд. грн. (на 34,7% більше, ніж в 2001 році), тож обсяги фінансування селекційної роботи у тваринництві зросли на 18%. При цьому розмір фінансування створення й забезпечення страхового запасу елітного та сортового насіння був збільшений в 5,6 рази. Позитивна тенденція зберігається й досі. На початку 2005 року під програму розробки сучасних технологій у зерновому господарстві виділено 1,3 млн. грн., або на 61,5% більше, ніж у попередні роки [5]. Але цього все ще

недостатньо для забезпечення сталого інноваційного розвитку агроформувань.

В останні роки внаслідок недосконалого планування та недостатнього фінансування селективних програм, дослідницьким і племінним господарствам бюджетні кошти фактично не надходили, що призвело до ліквідації великої частки цих агроформувань, втрати генофонду багатьох цінних сортів і порід. Після тривалого та недосконалого процесу реструктуризації більшість агроформувань фінансувалися лише за рахунок власного капіталу, в зв'язку з чим не завжди покривали навіть основні витрати. Тому вкладання коштів у розвиток селекційної роботи майже не відбувалося.

Державне фінансування проведення селекційної роботи поступово відновилося у 2001-2005 роках. Але воно все ще недостатнє, щоб повністю забезпечити розвиток такої необхідної для аграрної сфери підгалузі. У 2009 році бюджетні асигнування у сільське господарство збільшилися проти 2004 року майже в 3 рази і становили 4,9 млрд. грн. Крім того, на утримання закладів аграрної освіти спрямовано 1,5 млрд. грн., на проведення наукових досліджень – 101,6 млн. грн.

Іноземні інвестиції в сільське господарство залучаються у вкрай обмежених розмірах, тому що на міжнародному фондовому ринку акції й інші цінні папери агроформувань практично не представлені, а різного роду гранти, надані аграрній сфері, спрямовані на проведення реформи і не відносяться до інновацій.

Однак, окремі закордонні компанії надають прямі інвестиції деяким регіонам при створенні спільних агроформувань, на засадах розподілу продукції або на поворотній основі при здійсненні інноваційних проектів. В аграрну сферу України, починаючи з 1992 р. залучено біля 2,6 млрд. дол. США, що становить майже 7% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій в українську економіку [2]. Приріст іноземного капіталу у 2009 році становив 340,4 млн. дол. США, в т.ч. у сільське господарство – 246,1 млн. дол.

Найбільше фінансових ресурсів в аграрну сферу України інвестували (млн. дол. США): Кіпр - 251,2, Великобританія -133,5, Данія - 57,6, Німеччина - 55,4, Польща - 29,3, Австрія - 28,9.

Основні напрями дієвої державної фінансової політики інноваційних проектів агроформувань повинні передбачати: розробку й дотримання нормативної бази для забезпечення функціонування інноваційних процесів; формування організаційної структури для координації діяльності державних, регіональних об'єктів, суб'єктів і

інвесторів, пов'язаної з розробкою й освоєнням нових проектів; співробітництво України з іншими країнами Європи та світу; різнобічну державну підтримку інноваційної діяльності; розробку критеріїв відбору інноваційних проектів, фінансування яких передбачається здійснювати з різних джерел фінансування.

Література.

1.Воронкова А.Э. Инвестиционное обеспечение инновационных проектов / А.Э. Воронкова, Л.М. Кузьменко // Вісник академії економічних наук України. – 2003. – № 1. – С.49-53.

2. Інвестиційна діяльність в Україні / Інформаційно-аналітичний матеріал. – [Електронний ресурс] // Міністерство економіки України. – Режим доступу до журналу: http://me.kmu.gov.ua.

3. Інвестування в аграрній сфері / [за ред. А.В. Чупіса]. – Суми: Видавництво "Довкілля", 2002. – 244 с.

4. Кирьян С.М. Стан та умови інвестування в аграрному секторі України / С.М. Кирьян // Вісник Полтавського державного сільськогосподарського інституту. – 2000. – №2. – С.62-65.

5.Могильний О.М. Державне регулювання аграрної сфери / О.М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.

6.Панорама аграрного сектора України 2009 // Офіційний сайт Міністерства аграрної політики України. – Режим доступу до журн.: http://www.minagro.gov.ua/page/?6351

7.Сільське господарство України. 2008 р.: Стат. Зб. / [за ред. Ю.М. Остапчука]. – К.:Держкомстат, 2009. – 369 с.

8.Шевченко О.О. Продовольче забезпечення України: використання світового досвіду, державна політика, теорія та практика управління: [монографія] / О.О. Шевченко. – Донецьк: Юго-Восток, 2009. – 385 с.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Кучеренко Т.Є.

СТАНОВЛЕННЯ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ

Крутько М.А., аспірантка,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Створення кредитної кооперації – це наслідок незадовільного обслуговування банківськими установами сільського населення. Понад століття тому селяни розпочали групуватися і створювати власні організації фінансової взаємодопомоги – кредитні кооперативи та спілки, в яких вони виступали одночасно власниками та клієнтами.

Розвиваючись вищезазначені кооперативні установи почали об'єднуватись у місцеві кооперативні банки, на базі яких, створювались регіональні та центральний кооперативні банки. Так виникли системи кредитної кооперації у багатьох країнах світу. Розвинуті та зацікавлені в створенні подібних організаційно-інтеграційних структур держави, як правило, сприяли даному процесу в фінансово-кредитній самоорганізації сільськогосподарського населення.

Зокрема в Україні процес відродження кредитного руху розпочався із здобуттям нею незалежності в 1991 році. Проте історія кредитної кооперації бере свій початок значно раніше. Першу українську кредитну спілку було створено ще 1870 року в Гадячі на Полтавщині. Вона надавала короткотермінові кредити для місцевих селян і мала назву сільського ощадно-позикового товариства. На 1 січня 1910 року в українських губерніях уже діяло 867 кредитних та 360 ощадно-позикових товариств, близько 80% яких зосереджувалися в аграрному секторі економіки. А на 1 вересня 1919 року кількість кредитних кооперативів на теренах України перевищувала 3300 з такою ж питомою вагою частки в аграрних. На сьогоднішній день в Україні діє Закон «Про кредитні спілки» від 20 грудня 2001 р.[1] Відповідно до ст. 1 Закону України «Про кредитні спілки» кредитна спілка визнається неприбутковою організацією, заснованою фізичними особами на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки. Однак, по суті, вона не має прямого відношення до кредитної кооперації. Такі ознаки, як внесення вступного та пайового внесків, а також рівноправність членів кредитної спілки незалежно від розміру пайового та інших внесків тощо уподібнюють кредитну спілку до кооперативу. Однак, за своїм правовим статусом кредитні спілки дуже наближені до кас взаємодопомоги, а тому, видається, їх можна розглядати хіба що, як найпростішу форму кооперування фізичних осіб[2].

У той час, сфера дії, призначення і економічна природа кооперативного кредиту значно ширші. О.В. Чаянов наголошував, що

---

[1] Про кредитні спілки : Закон України від 20 грудня 2001 р. № 2908 – ІІІ / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 15. – С. 101.

[2] Гаєцька-Колотило Я. З. Організаційно-правові форми сільськогосподарської кооперації в Україні: дис. канд. юрид. наук : 12.00.06 / Я. З. Гаєцька-Колотило – К.: КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2003. – 201 с.

кооперативний кредит є перш за все виробничим кредитом, тобто таким, який використовується не на купівлю чаю чи цукру, а на господарський обіг і при цьому на такий обіг, в результаті якого очікується такий дохід, з якого можна повернути позику з відсотками за неї, але також і отримати прибуток для самого господарства.

Таким чином, є значна відмінність кредитної спілки та кредитного кооперативу (як за складом суб'єктів, так і за економічною природою кредиту, який надається ними своїм членам).

Щоб вирішити проблеми кредитування села в Україні необхідно створити подібну до європейських моделей систему кредитної кооперації. Також назріла необхідність прийняття закону «Про кредитну кооперацію», в якому б питання про членство забезпечувало участь як фізичних так і юридичних осіб, що мешкають в сільській місцевості, та надати цьому закону статусу єдиного нормативно-правового акту для всіх кредитних кооперативів. Таке рішення дозволить затвердити однорідність відносин у зазначеній сфері. У свою чергу, для того щоб деталізувати галузеві та інші норми в такому випадку кредитні кооперативи повинні будуть мати типові статути організацій.

Значима відмінність кредитної спілки та кредитного кооперативу (як за суб'єктним складом, так і за економічною природою кредиту, який надається ними своїм членам) вказує на необхідність розвитку та сталого функціонування кредитних кооперативів, зокрема у формі сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, паралельно з кредитними спілками на всіх рівнях системи кредитної кооперації в Україні.

Науковий керівник – д.е.н., професор Амбросов В.Я.

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Куцина Л.В., здобувач, старший викладач,
Харківська державна зооветеринарна академія

Деструктивні явища в агропромисловому комплексі на початку становлення України як незалежної держави призвели до руйнування економічних зв'язків у ньому. Негативні наслідки позначилися на функціонуванні всіх сфер агропромислового комплексу, а позбавитися

їх не вдалося ще й сьогодні. Серед основних причин цього явища слід назвати: диспаритет цін, погіршення племінної та селекційної роботи, зниження продуктивності, руйнування інфраструктури аграрного ринку, відсутність належної протекціоністської політики з метою захисту вітчизняних товаровиробників, низький рівень технологічного оновлення виробництва, вплив яких на ефективність сільськогосподарського виробництва посилюється сьогодні світовою фінансово-економічною кризою.

Все це ставить перед Україною гостру проблему активізації інноваційної діяльності, викликану як специфічним станом економіки, так і низкою ресурсних обмежень, що витікають з вимог до перспективної динаміки економічного розвитку. З отриманням членства у СОТ Україна прийняла на себе зобов'язання досягти і підтримувати належний рівень інноваційності і конкурентоспроможності національної економіки. У цих умовах об'єктивно - необхідним є наукове обґрунтування й практичне розв'язання комплексної проблеми – організації розвитку конкурентоспроможного великотоварного агропромислового виробництва на інноваційній основі, що передбачає використання механізмів інтеграції, в основу якої покладено корпоратизацію, кооперацію та кластеризацію. Сьогодні в Україні активно відбуваються інтеграційні процеси на основі корпоратизації. Нині налічується близько 25-30 агрохолдингів, а площа ріллі в їх розпорядженні зросла з 2 млн. га у 2007-2008 роках до 3млн. га у 2009 році, що складає 10% від загальної площі ріллі. За прогнозами аналітиків, найближчим часом питома вага ріллі у їх розпорядженні зросте до 20% [1]. Однак суттєвим недоліком формування і розвитку холдінгових об'єднань є втрата самостійності їх учасниками, зосередження уваги інвесторів лише на економічних результатах та ігнорування проблем соціального і екологічного характеру сільських територій. Всі ці проблеми досить ефективно можуть бути розв'язані у рамках кластерного підходу.

Створення кластерів як спосіб зростання агропромислового виробництва, механізм стимулювання технічного прогресу та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є особливо актуальним для нашої країни сьогодні, в умовах кризи.

Кластерний підхід як механізм ефективного розвитку підприємств та регіонів знайшов своє відображення в працях зарубіжних авторів: Маршалла А, Портера М., Міграняна А., Трет'яка В., Циган Т. Значний внесок в адаптацію кластерного підходу

до українських умов зробили українські вчені Войнаренко М.П, Гайдуцький П.І., Геєць В.М., Саблук П.Т., Соколенко С.І., Федоренко В.Г. та ін. У роботах цих авторів висвітлюються проблеми організації та управління кластерами; конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг; визначення ефективності діяльності кластерів, їх впливу на зростання внутрішнього регіонального продукту, валового внутрішнього продукту та на економічний розвиток країни в цілому.

Слід зазначити, що у більшості наукових праць створення кластерних схем досліджується на прикладі країн, які давно функціонують в умовах ринкової економіки. А комплекс проблем, пов'язаних з розробкою і реалізацією кластерного підходу стосовно інтеграційних перетворень підприємств АПК України, є новим і недостатньо вивченим напрямком науки.

Метою цієї статті є теоретичне дослідження сутності кластеризації економіки, обґрунтування необхідності та пропозиція шляхів розвитку кластерної організації у структурі аграрного виробництва України.

Кластеризація у сучасній світовій економіці є загальновизнаним феноменом. Основоположником теорії кластера вважають М. Портера.

За М. Портером, «кластер – це група взаємозв'язаних компаній і пов'язаних з ними організацій, діючих в певній сфері, що географічно є сусідами, характеризуються спільністю діяльності, взаємодоповнюючи один одного. Територіальний обхват кластера може варіюватися від груп виробництва одного міста або штату (регіону) до країни або, навіть, декількох країн, що є сусідами. Кластери мають різну форму залежно від своєї глибини і складності, але більшість включає: компанії «готового продукту» або сервісу; постачальників спеціалізованих чинників виробництва, комплектуючих виробів, механізмів, сервісних послуг; фінансові інститути, фірми в супутніх галузях. Урядові структури, що роблять істотний вплив на кластер, можуть розглядатися як його частина» [2].

М. Портер вважав, що конкурентоспроможність країни слід розглядати через призму міжнародної конкурентоспроможності не окремих фірм, а кластерів – об'єднань фірм різних галузей, причому, принципове значення має здатність цих кластерів ефективно використовувати внутрішні ресурси.

Французькі вчені І. Толенадо і Д. Сольє використовували поняття «фільєри» для опису груп технологічних секторів.

Формування фільєрів пояснювалося залежністю одного сектора від іншого по технологічному рівню [3].

Кластерний підхід також використовується в розробках шведських теоретиків. Їх кластерна теорія, в основному, формується на структурі національної економіки, а точніше на вивченні взаємозв'язків крупних шведських багатонаціональних корпорацій [4].

Сучасні теорії розвитку конкурентоспроможності на основі кластерів розроблені В. Фельдманом. Переваги даної теорії полягають в тому, що вони засновані на емпіричних дослідженнях диверсифікаційних форм в різних країнах [4].

Саблук П.Т. вважає, що процеси економічної кластеризації є закономірним етапом та чинником об'єктивного розвитку ринкових систем. Кластерні системи є втіленням комбінації наукових, виробничих і комерційних структур, що на основі використання переваг кооперційної взаємодії сприяють формуванню і ефективному використанню реальних конкурентних переваг окремих підприємств, галузей, регіонів, національних економік в умовах посилення світового конкурентного протистояння. На даному етапі розвитку економіки України кластери можуть виступити ефективним інструментом інтенсифікації розвитку вітчизняного підприємництва і посилення ринкових позицій окремих економічних суб'єктів [5].

Як бачимо, практично кожне з наведених визначень містить одні і ті ж ключові слова. Тому є підстави резюмувати, що головною ідеєю концепції кластеризації є створення кооперацийних зв'язків між підприємствами-виробниками, посередниками, постачальниками ресурсів і технологій, науково-дослідними і фінансово-кредитними установами. Така кооперація і спеціалізація дозволяють учасникам кластера підвищувати ефективність своєї діяльності, швидше впроваджувати нові технології і продукти. Підприємства – учасники кластера, з одного боку, конкурують між собою, а з іншого – спільно працюють над пошуком нових шляхів вирішення різноманітних проблем. Таким чином, у межах кластера своєрідно поєднуються конкуренція, кооперація і спеціалізація.

З урахуванням всього вище викладеного, можна запропонувати наступне визначення: кластер є добровільним об'єднанням географічно сконцентрованих, не залежних один від одного суб'єктів господарювання і органів державної влади, без створення окремої юридичної особи, для спільної діяльності у сфері підприємництва, для більш ефективного використання ресурсів, стимулювання інноваційної діяльності та отримання синергетичного ефекту.

Іншими словами, кластер – це відкрита система, окремі

елементи якої взаємодіють не тільки між собою, але й із зовнішнім середовищем.

В Україні проблематика кластерів стрімко актуалізується та стає темою багатьох конференцій і публікацій. Та, на жаль, поки що існує велике відставання в цьому відношенні від розвинутих країн і його головна причина – відсутність концепції кластеризації і нерозуміння державною владою ролі кластерних утворень у забезпеченні економічного прогресу. У країнах же Європи формуванню кластерів надається відповідна державна підтримка шляхом реалізації різноманітних стратегій, зокрема: стратегії підприємництва, регіональної стратегії, промислової стратегії [6].

Позитивним є те, що у різних прошарках українського суспільства дедалі частіше стверджується думка про необхідність формування великотоварного, конкурентоспроможного, соціально спрямованого агропромислового виробництва з використанням механізму кластерної організації.

За визначенням П.Т.Саблука і М.Ф.Кропивка, агропромислова кластеризація – це концентрація і спеціалізація агропромислового виробництва з формуванням на території замкнутих продуктових ланцюгів, на засадах інтеграції, для одержання учасниками кластерів конкурентоспроможної продукції, а також підвищення прибутковості [5].

Економічні зв'язки, що лежать в основі створення кластерів базуються на довгострокових контрактах і здійснюються шляхом вертикальних та горизонтальних взаємодій між різноманітними бізнес-суб'єктами та їх взаємозалежності. В об'єднаннях такого типу між фірмами, що належать різним власникам, виникає єдність з одночасним збереженням своєї автономності. У кластері на передній план виходять кооперaційні та інформаційні зв'язки, а майнові – представлені у формі пайової власності.

До переваг кластерних формувань слід віднести:

– кращий доступ до ринків збуту, спеціалізованих постачальників, кваліфікованої робочої сили, технологічних рішень;

– велика гнучкість, економія на масштабах виробництва та синергетичний ефект;

– підвищення інвестиційної привабливості та здібностей до сприйняття інновацій;

– зниження трансакційних витрат та зростання продуктивності ресурсів;

– зміцнення власного конкурентного статусу учасників та

підвищення конкурентоспроможності продукції;

– активізація підприємницької діяльності.

Але в умовах сучасної економіки України розвиток кластеризації має певні складнощі.

По-перше, умовою кластеризації має стати кооперація дрібнотоварних виробників. В Україні налічується 28 тисяч сільських населених пунктів, 16 тисяч підприємницьких структур; 43 тисячі фермерських господарств. Сьогодні понад 300 тис. особистих селянських господарств виробляють товарну продукцію, а близько 4,4 млн – для власного споживання. Кооперацією ж охоплено лише 0,5% населення. Поряд з цим у динаміці формування і функціонування обслуговуючих кооперативів спостерігається тенденція до різкого скорочення їх кількості: з 1037 – на кінець 2003 року до 936 – на кінець 2008 року і до 645 – на кінець 2009 року [7].

По-друге, підприємці безсистемно скуповують або перекуповують підприємства, а потім розбудовують власні постачальницько-виробничо-збутові ланцюжки або схеми, подібні до мережевого маркетингу. Вони дістали назву «інтуїтивна неформальна кластеризація» і не мають завершеної форми. Стихійність, некерованість і незавершеність таких кластерів зумовлюється відсутністю державних стратегій кластеризації.

Таким чином, успішність використання кластерного підходу залежить від існування матеріальних і організаційних умов для створення об'єднань підприємств. Саблук П.Т. стверджує, що в Україні існують умови для використання обґрунтованої кластеризації на засадах інноваційного розвитку підприємництва, активної інтернаціоналізації виробничо-комерційної діяльності вітчизняних підприємств, залучення іноземного капіталу до формування національних кластерних об'єднань [5].

Для перетворення можливостей в реальність державні органи влади як на місцевому, так і на регіональному та національному рівнях, повинні всіляко сприяти створенню та ефективному функціонуванню кластерів та підтримувати їх розвиток. Для цього на державному рівні необхідно розробити:

– програму підвищення конкурентоспроможності економіки на основі кластерних моделей;

– механізм надання державних гарантій для залучення кластерами іноземних інвестицій;

– механізм надання довгострокових кредитів;

– механізм звільнення на період розвитку кластера (3-5 років) від

сплати податків;

– систему заходів щодо стимулювання експорту або імпортозаміщення.

Нині інтерес до кластерів постійно зростає, оскільки в умовах ринкового господарства вони дійсно стали рушійною силою виробництва у компаніях, що є їх учасниками. У своїх програмах розвитку Україні слід врахувати той факт, що всі країни Європи вже мають і здійснюють свої національні програми кластеризації.

Досвід показує, що створення кластерів є найперспективнішою формою інтеграційних зв'язків. Взаємодія всіх учасників об'єднання дає можливість підвищити ефективність і масштабність інвестиційного процесу за рахунок диверсифікації ризиків та розширення способів інвестування, реалізувати ті проекти, здійснення яких поодинці було б неекономічним і недоцільним. Крім того, кластеризація об'єктивно сприяє появі таких джерел засобів, за допомогою яких здійснюються інвестиційні програми на умовах надання пільгових кредитів.

Кластери, зберігаючи переваги сільськогосподарської спеціалізації, дають можливість максимально гнучко і оперативно відображати вплив ринкового середовища, а значить - адаптуватися підприємству до умов ринкової нестабільності і проявів кризи.

Література.

1.Нікітченко С.О. Концентрація та поглиблення інтеграційних процесів в агропромисловому комплексі /С.О. Нікітченко //Економіка АПК. - 2011. - №1. - С. 77-83.

2.Портер М. Конкуренция / Пер. с английского. Учеб. пособие. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2002. - 466 с.

3.Управління інноваційною діяльністю в економіці України: монографія /За ред. д.е.н. Єрохіна. – К.: Національна академія управління, 2008. –116с.

4.Ковальова Ю. М. Кластер як нова форма організації та розвитку економіки / http://www.rusnauka.com/17_ssn_2007/economics/22544.doc.htm.

5.Саблук П.Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П.Т Саблук, М.Ф. Кропивко // Економіка АПК - 2010. - № 1 - С.3-12.

6.Каніщенко Н.Г. Кластеризація як чинник конкурентоспроможності національної економіки:Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03.–К.,2009.–27с

7.Аграрний сектор економіки України (Стан і перспективи розвитку) / За ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.

Науковий керівник – д.е.н. Камінська Т.М.

ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ОБСЛУГОВУВАННІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Лавров Р.В., к.е.н., ст. викладач,
Чернігівський державний інститут економіки і управління

Реалізація ефективних форм фінансової взаємодії інвесторів і суб'єктів аграрної сфери потребує визначення місця або ринкового простору руху інвестиційного капіталу, об'єднання розрізнених ресурсів та їх трансформації в інноваційно спрямовані капіталовкладення. Нині, одним із проявів глобалізації є швидка лібералізація на світових фінансових ринках, яка проявляється через пом'якшення регулювання фінансових ринків, зниження вхідних бар'єрів та менш суворий пруденційний нагляд. За таких умов вітчизняні ринки отримують імпульс до подальшого розвитку одночасно з припливом іноземного капіталу, що у своїй сукупності сприяє інтенсифікації конкуренції на фінансових ринках, ключовими об'єктами яких є банківські установи.

Це потребує глибокого дослідження природи фінансових інновацій у діяльності банків, їх регулювання. Саме тому дослідження теоретичних засад і практичних механізмів оптимального та органічного поєднання інноваційно-фінансових технологій в банківській діяльності та фінансових й інвестиційних запитів суб'єктів аграрної сфери, забезпечення їх збалансованості є вкрай актуальним.

Теоретичні основи генезису та еволюції інноваційно-фінансових технологій в банківській діяльності при обслуговуванні суб'єктів аграрної сфери, аналіз їх видів, що представлені на різних сегментах фінансового ринку, стратегії використання розкрито в працях зарубіжних і українських вчених, таких як: Л. Антонюк, В. Бансал, О. Білорус, З. Васильченко, Л. Галіц, А. Гальчинський, О. Гудзь, Д. Джермані, У. Едвардс, Ж. Крепт'є, Ф. Лейн, Д. Лук'яненко, З. Луцишин, Дж. Маршал, Ф. Мишкін, Х. Мінскі, О. Мозговий, С. Моісєєва, Т. Мусієць, П. Саблук, О. Сльозко, Є. Панченко, Д. Пліон, К. Рогофф, Л. Руденко-Сударєва, В. Сільбер, П. Туфано, Л. Федякіна, Р. Шульц та інших. Водночас, у науковій літературі нині недостатньо повно розкрито сутність, процеси створення і впровадження фінансових інновацій у діяльність банків, їхня роль у виникненні та поширенні фінансових криз, вплив на

конкурентні позиції банку та функціонування фінансового середовища.

З одного боку, фінансові інновації сприяють ефективності розподілу, перерозподілу та використанню наявних ресурсів, інтенсивному економічному зростанню, а з іншого – застосовуються для отримання швидких надприбутків за рахунок масштабних спекуляцій чи проведення нелегітимних фінансових операцій, що поглиблює ринкові диспропорції, підриваючи стабільність світової фінансової системи. Однією з ключових причин сучасної світової фінансової кризи стало використання кредитних деривативів переважно в спекулятивних цілях. До передумов виникнення світових фінансових криз також можна віднести: поглиблення розриву між реальним та спекулятивним капіталом; різке зростання грошової маси; широку експансію кредитних ресурсів; неочікувані зміни кон'юнктури ринків та валютних курсів.

У процесі формування сучасного світового фінансового середовища спостерігається бурхливий розвиток фінансових інновацій та їх активне застосування в діяльності банків. Фінансова інновація являє собою новий продукт, унікальність якого полягає у вирішенні фінансових проблем, які виникають у суб'єктів господарювання та спрямовані на отримання максимальних прибутків та мінімізацію ризиків через ефективну диверсифікацію фінансових ресурсів.

За умов фінансової глобалізації важливого значення набуває оцінка факторів появи фінансових інновацій залежно від інтересів суб'єктів фінансових ринків: економічні – інформаційна асиметрія фінансових ринків, цінові диспропорції, податкові асиметрії, інформаційно-комунікаційні зрушення; позаекономічні – традиційні цінності учасників фінансового ринку, участь у перерозподілі фінансових сфер впливу, потреба у формуванні позитивного іміджу, розширення ділових контактів тощо.

Варто систематизувати фактори виникнення фінансових інновацій в залежності від рівня їхнього прояву на: мегарівні (ризики та волатильність ринків, технологічні досягнення в сфері обробки інформації та телекомунікації); макрорівні (податки, інформаційна асиметрія, накопичення національного багатства, етичні норми поведінки суб'єктів господарювання та особливості віросповідання), мікрорівні (сегментація ринків, конкуренція, агентські витрати, економічні інтереси суб'єктів).

Використовувані у діяльності банків фінансові інновації

сприяють ефективній диверсифікації наявних ресурсів, розширенню спектра банківських операцій, управлінню фінансовими ризиками, моніторингу цін базових активів, отриманню конкурентних переваг і зростанню прибутку.

Водночас, фінансові інновації, що використовуються для отримання спекулятивних надприбутків, заниження балансової вартості, ухилення від сплати податків, зростання ризикованих кредитних операцій, легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, спричинили сучасну світову фінансову кризу, що обумовлює розробку і створення ефективної системи регулювання інноваційних фінансових продуктів на національному рівні.

Основними тенденціями сучасного розвитку банківської справи є: конвергенція, офшоризація, концентрація банківського капіталу, дезінтермедіація, універсалізація, формування нової організаційної структури банків, зростання частки позабалансових операцій та збільшення фіктивного капіталу, комплексне обслуговування клієнтів та розвиток приватної банківської справи, диверсифікація, розширення інвестиційних операцій в діяльності банків. Активне розроблення і впровадження фінансових інновацій у діяльності банків, серед яких ключовими є похідні цінні папери, гібридні цінні папери, інноваційні інструменти на ринку боргових цінних паперів та ін., є визначальними рисами діяльності банків.

В умовах сучасної світової фінансової кризи спостерігається зниження ділової активності в діяльності банків: темпи зростання світових банківських активів знизились з 28,09% у 2007 р. до 1,68% у 2008 р. Однією з причин є неефективний ризик-менеджмент із застосуванням фінансових інновацій.

Слабкі конкурентні позиції вітчизняних банків на міжнародних фінансових ринках пов'язані з низькою часткою використання інноваційних фінансових інструментів та технологій в їхній діяльності; несформованим ринком похідних цінних паперів та застосуванням фінансових інновацій переважно з метою ухилення від сплати податків, легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, що становить загрозу національній банківській системі. Дії Національного банку України (НБУ) повинні бути спрямовані на: запобігання ризику використання послуг банків для легалізації "брудних" коштів; недопущення надмірного регулювання кредитно-фінансової сфери з метою активізації запровадження існуючих фінансових інновацій та стимулювання розроблення власних фінансових продуктів.

Таким чином, можна стверджувати, що підвищення рівня конкурентоспроможності аграрної економіки України значною мірою

залежить від темпів, напрямків і механізмів реалізації інноваційних фінансових технологій. Структурно-інноваційне відновлення аграрної економіки України вимагає наявності цілісної ефективної системи її фінансового забезпечення, підвищення адаптивності інвестиційного сектора, його здатності адекватно реагувати на появу фінансових нововведень. Трансформаційні процеси у економічному просторі активізували розвиток всіх форм економічних відносин, а особливо щодо руху та трансформацій капіталу; посилили взаємозв'язки між фінансовими центрами, що спричинило глобальну фінансову революцію, одним з імперативів якої став бурхливий розвиток фінансових інновацій. Це спонукає до розроблення та впровадження фінансових інновацій, які мають дуалістичних характер. Протягом останніх 20 років було створено понад 100 видів нових фінансових інструментів і технологій у діяльності банків.

Характерною рисою сучасного розвитку окремих країн-лідерів світового ринку є зростання ролі банківських інноваційних фінансових технологій щодо фінансового забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів реальної економіки. На жаль, нині в Україні можливості банківської системи щодо їх фінансового забезпечення реалізуються не повністю. Проблеми полягають у відносно обмежених обсягах акумульованих ресурсів, складності та ризикованості застосування інноваційних фінансових технологій, відсутності необхідних методичних розробок та досвіду ефективного інноваційного фінансування, наявності законодавчих обмежень тощо. Для більшості вітчизняних банків ці операції можна вважати новими, але перспективними з погляду стрімкого зростання уваги до інноваційного розвитку в суспільстві, що обумовлює актуальність дослідження механізмів стимулювання взаємодії банківського капіталу та інновацій як гарантів забезпечення сталого економічного зростання аграрної сфери в Україні.

ФЕНОМЕН ГЛОКАЛІЗАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

Мельник О.О., Маковецький М.О., студенти,
Запорізький національний університет

Суспільство, в якому функціонуть вітчизняні підприємства, вже є пост-глобальним. Більшість вчених погоджуються, що на діяльність національних економік здійснюють вплив як глобальні, світові процеси, так і локальні особливості. Поєднання цих двох термінів і створило характерне сучасному світу поняття «глокалізація».

Термін «глокалізація» (glocalisation) було введено в обіг англійським соціологом Р. Робертсоном, який визначив її як «створення товарів та послуг, призначених для глобальних ринків, але кастомізованих таким чином, щоб відповідати локальним культурам». Вчений також підкреслює, «глокалізація має на увазі ще й те, що жодна країна ніколи повністю не прийме масову культуру, адже всюди відбувається певна адаптація».

Історично першим науковим підходом до дослідження феномену глокалізації є підхід з точки зору впливу глобалізації на розвиток регіональних економік – тобто економічний підхід. Термін глокалізація відносно економічних процесів уперше став використовуватися на початку 80-х років XX сторіччя для описання нової стратегії японського бізнесу – «глобальної локалізації», тобто пристосування глобальних цілей та форм здійснення ділової активності до місцевих умов.

З точки зору економістів глокалізація – це поширений варіант глобалізації, що проявляється в здатності основних тенденцій у сфері виробництва і споживання універсальних товарів перевтілюватися в регіональні форми, тобто, підстроїтися до специфіки локального ринку.

Глокалізація економіки - це сучасна багаторівнева форма трансформації міжнародних економічних відносин, яка приводить до випереджаючого зростання локальних (внутрішньо регіональних, галузевих) економічних потоків (торгівлі, прямих інвестицій, міграційних потоків трудових ресурсів, інформаційного і технологічного обміну) в порівнянні з їх загальною динамікою у світовому масштабі, до ускладнення і посилення різнорівневої конкурентної боротьби в світових масштабах між ТНК, МНК, національними державами, регіональними економічними угрупуваннями, що колективно відстоюють свої позиції на світовій арені.

Глокалізації як економічній категорії притаманні наступні властивості:

- локальність (обмеження в різних його проявах),
- суперечність (відкриває нові можливості і пов'язана з великими витратами),
- динамічність (змінюється з часом залежно від історичного моменту, рівня розвитку НТП та низки інших чинників),
- зворотність (існування зворотної реакції – інформаційної, енергетичної культурологічної, політичної тощо),

- багатофакторність (виявляється в результаті взаємодії великої кількості чинників),
- невизначеність (залежність від кількості та якості інформації),
- багаторівневість (необхідність розгляду на мікро, мезо, макроекономічних рівнях),
- варіабельність (включає необхідність врахування множинності сценаріїв розвитку),
- багатогранність (велика кількість процесів і елементів), малокерованість.

Вивчення економічних аспектів концепції «глокалізації» дозволить забезпечити вивчення та оптимізацію використання її властивостей.

Глокалізація являє собою процес реакції різноманітних локальних середовищ в різних сферах людського буття на світову глобалізацію і є результатом синтезу процесів глобалізації та локалізації.

Взаємодія локального і глобального в сучасному соціально-економічному просторі є багатоаспектним процесом, оскільки водночас поряд із зникненням локальних відмінностей під впливом глобальних процесів посилюється їхня значущість, відбувається також трансформація глобальних форм в умовах локального контексту.

Можна виділити наступні типові прояви глокалізації в залежності від ступеня проникнення глобалізацій них процесів у локальності:

- максимальна відкритість і некритичність локальної культури по відношенню до глобальних інститутів та інформаційних потоків;
- співіснування локальної культури та глобальних культурних форм без суттєвих проявів взаємовпливу та інтеграції;
- адаптація та трансформація глобальних процесів внаслідок потужної локальної реакції, що зумовлює виникнення гібридних форм.

Таким чином, глокалізацію слід розуміти як складний процес, що поєднує в собі стратегії глобалізації та локалізації, компромісний варіант формування планетарного ринку виробництва і споживання універсальних товарів.

Література.

1. Robertson R. Globalization: social theory and global culture / Roland Robertson. – London: Sage, 1992. – 211 p.

2. Олійник О. М. Глокалізація як діалектична єдність глобалізації та локалізації / О. М. Олійник // Гілея: науковий вісник : збірник наукових праць. – К., 2009. – Вип. 24. – С. 167-173.

3. Кудряшова Ирина Анатольевна. Влияние глобализации мировой экономики на формирование региональной экономической политики: дис... док.экон.наук : 08.00.14/Кудряшова Ирина Анатольевна.-Москва, 2008.- 361 с.

Науковий керівник – к.філ.н., доцент Олійник О.М.

ВАРІАНТИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Накісько О.В., старший викладач,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Впровадження нових технологій в сільському господарстві призводить до істотного зростання продуктивності, зниження цін на продукти харчування. Поступово аграрний сектор економіки перетворюється у більш конкурентоспроможний порівняно з іноземними конкурентами, що позитивно впливає на економіку країни в цілому.

Регіональний аспект розвитку економіки слід розглядати з тих позицій, що центральне місце в інноваційній системі займає підприємство, яке формує попит на інноваційну продукцію, перетворює знання в інноваційний капітал. Слід наголосити на визначальній ролі саме малих і середніх підприємств в реалізації інноваційного потенціалу регіону. Перевага малих і середніх підприємств перед великими в найбільш загальних характеристиках полягає у наступному:

- інновації передбачають швидке впровадження нововведень, що пов'язано з мобільністю малих сільгосппідприємств;

- масштаб фінансових потреб таких підприємств менший і їм легше знайти джерела фінансування, в тому числі приватного;

- період функціонування кластерів, сформованих із залученням малих підприємств значно більший, ніж створених на базі існуючих підприємств, що знову ж пов’язується з інерційністю системи управління і господарювання;

- виникнення великої кількості підприємств посилює конкуренцію, що, в свою чергу, є додатковим стимулом

запровадження інновацій;

- новостворені інноваційні підприємства збільшують зайнятість, зменшують соціальну напругу, що сприяє більшій стійкості соціально-економічної системи.

За окремими оцінками малі форми підприємництва створюють у 2,5 разу більше винаходів на одиницю витрат порівняно з великими підприємствами і тому саме вони є одним з ефективних напрямів активізації інноваційної діяльності.

Сучасний етап розвитку української економічної історії характеризується тим, що використовується лише незначна частка науково-технічного потенціалу держави, що обумовлено фактичною відсутністю фінансування інноваційних проектів, низьким рівнем правової охорони об'єктів інтелектуальної власності, нестачею коштів у підприємств на одержання зарубіжних патентів, відсутністю сучасних маркетингових досліджень міжнародного ринку технологій.

На думку українських вчених щодо формування аграрної політики, для аграрного бізнесу необхідні чіткі правила гри у вигляді стабільної аграрної політики, підкріпленої законодавством. При цьому соціальні пільги йому непотрібні. Досвід ЄС демонструє, що регулювання аграрних ринків і цінова підтримка сільського господарства непотрібні і не можуть бути прикладом для наслідування.

З точки зору класичної економічної теорії, будь-яке втручання держави в ринкову рівновагу обумовлює втрату суспільного добробуту, причому специфіка сільського господарства і можливість створення в ньому суспільних благ формує національні аграрні політики, що не завжди оптимальні з точки зору економічної теорії. В більшій ступені вони – результат суспільного вибору, а державі належить визначення загальнонаціональної ефективності підтримки сільського господарства.

Парадоксальним є те, що в Україні відсутня стратегія розвитку аграрної сфери в цілому, невизначені цілі, а оскільки немає цілей то апріорі відсутні і механізми регулювання у їх класичному вигляді.

Якщо економіка перебуває в неефективному стані, покращення за Парето (рух у напрямі ефективності) є одночасно соціально бажаним, оскільки покращує стан хоча б однієї соціальної групи, не погіршивши при цьому стан всіх інших членів суспільства.

В умовах глобалізації традиційний поділ економіки на галузі втрачає свою актуальність та поступається формуванню кластерів. Кластери визначено як системи зв'язку фірм і організацій.

Кластери можуть розглядатись як група географічно

взаємозалежних компаній (постачальників устаткування, спеціальних послуг) і пов'язаних з ними організацій (науково-дослідні інститути, органи державного управління, інфраструктурні компанії), що діють у визначеній сфері й підсилюють конкурентні переваги окремих компаній і кластера в цілому.

Відповідно до кластерного підходу, існують дві основні моделі, за якими здійснюється кластерна політика – ліберальна та диригентська. Ліберальна кластерна стратегія характерна для тих країн, що за традицією проводять ліберальну економічну політику – США, Великобританія, Австралія, Канада. Диригентську політику проводять влади тих країн, що залучені в економічне життя країни – Франція, Корея, Сінгапур, Японія, Швеція, Фінляндія, Словенія. При цьому диригентський підхід держави спрямований на формування параметру порядку нової економічної системи, а ліберальний – на актуалізацію керуючих параметрів, що приводять систему в активний стан.

Враховуючи необхідність для України досягти в короткий термін конкурентноздатності національного виробника на зовнішніх ринках, сталого розвитку, слід, на наш погляд, комбінувати диригентський підхід у створенні кластерів, які відповідають національним стратегічним пріоритетам з ліберальним підходом, що полягає в актуалізації керуючих параметрів, які приводять систему в стан самоорганізації, тобто самостійного виділення параметра порядку.

Кластерний підхід передбачає активну роль держави у формуванні інноваційної моделі відтворення.

В Україні поки що відсутня стратегія кластеризації регіонів, недооцінена з боку державної влади роль кластерів у забезпеченні економічного прогресу. Проте в умовах Української економіки можна очікувати виникнення нових кластерів з ініціативи органів державної влади. Найближчим часом важко очікувати виникнення кластерів методом об'єднання підприємств «знизу», коли ініціатива йде від самих підприємств чи науково-дослідних установ, оскільки існує брак взаємної довіри між господарюючими суб'єктами, так само, як і відсутня воля підприємств до інноваційного розвитку.

Новими, але вже досить поширеними методами в зарубіжних країнах є створення кластерних об'єднань та стратегічних альянсів, які не є самостійними юридичними структурами. Підвищення капіталізації підприємств таких структур відбувається шляхом одержання синергетичного ефекту, який забезпечується через кооперацію, спеціалізацію підприємств. В складі таких об'єднань часто є інноваційні підприємства, є приклади зарубіжних

інноваційних кластерів**.**

Практика економічно розвинутих країн свідчить, що при успішному розвитку підприємства його ринкова вартість за 3**-**5 років зростає у 6-10 разів**.**

Очевидною є необхідність пошуку шляхів створення та підтримки кооперацій них зв'язків між різними суб'єктами інноваційної діяльності на рівні регіонів. Задекларувавши інноваційно-інвестиційну модель розвитку Україна має прискорити впровадження кластерної концепції на загальнодержавному і локальному рівні. Реалізація кластерної концепції сприятиме інтеграційним процесам в АПК, утворенню в АПК цілісної системи, придатної для впровадження інновацій і отримання синергетичних ефектів.

Отримані результати дослідження дають змогу говорити про необхідність усвідомлення і прийняття на озброєння кластерної стратегії розвитку АПК регіонів. Як показують дослідження, в основі такої стратегії повинно бути закладено найбільш повне використання наукового потенціалу регіону, а також формування державою нового параметру порядку АПК як параметру його інтеграції у глобальний світ.

ІНТЕНСИВНИЙ ТИП ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Особа Н.П., старший викладач,
Львівський національний аграрний університет

Як відомо з економічної літератури, сутність інтенсифікації сільського господарства тлумачиться як концентрація ресурсів на одиниці земельної площі, а рівень інтенсивності визначається сумою затрат живої та уречевленої праці в розрахунку на одиницю площі та вартістю продукції, одержаної з цієї ж одиниці площі.

Такий підхід до визначення інтенсифікації сільськогосподарського виробництва протягом тривалого часу не викликав сумнівів у науковців, і сьогодні економісти визначають інтенсифікацію так само, але при цьому наголошують, що приріст продукції має забезпечуватись на основі саме якісних перетворень виробництва через впровадження інновацій і досягнень науково-технічного прогресу. Зв'язок кількісної залежності між обсягами

використовуваних ресурсів і результатами виробництва у вітчизняній економічній літературі отримав назву закону „мінімуму-максимуму-оптимуму“, яким ефективність функціонування всіх елементів процесу виробництва ставиться в залежність від того чинника, що знаходиться в мінімальному обсязі і стримує вплив інших чинників на кінцеві результати роботи. При цьому збільшення застосування зазначеного чинника дає змогу проявитися дії решти елементів виробництва. З іншого боку, надмірне застосування та нагромадження будь-якого ресурсу не сприяє підвищенню ефективності.

У сучасних умовах розвитку економіки з'явилися й інші проблеми. Зокрема, в економічній літературі наголошується на тому, що, окрім проблем визначення необхідного рівня інтенсивності виробництва, в реальних умовах додається ще й проблема обмеженості в ресурсах. Оскільки інтенсифікація пов'язана з додатковим залученням ресурсів, а ресурси завжди обмежені, то треба вирішувати проблему оптимальної інтенсивності виробництва з урахуванням наявних ресурсів, тобто в реальних умовах господарювання [2, с.366].

На думку В.Г. Андрійчука, процес формування інтенсивного типу розвитку є досить складним і багатогранним, оскільки залежить від багатьох чинників − зовнішніх, притаманих мікро- і макро-середовищу функціонування аграрних підприємств, і внутрішніх, які діють і регулюються самим підприємством. У реальному житті спостерігається тісне переплетіння зовнішніх і внутрішніх чинників, а тому сформувати інтенсивний тип розвитку можуть лише ті підприємства, які раціонально і швидко впроваджують у життя сучасні досягнення науково-технічного прогресу, що є результатом змін у макросередовищі і, зокрема, в такій його ланці, як науково-технічне середовище. Тому кардинальне прискорення науково-технічного прогресу і впровадження його досягнень у практику розглядається як один із найважливіших напрямів формування інтенсивного типу розвитку аграрних формувань [1, с. 521].

Напрями забезпечення інтенсивного типу економічного розвитку сільськогосподарських підприємств розглядаються як напрями інтенсифікації виробництва в сільському господарстві. Тому в основі формування інтенсивного типу економічного розвитку окремих сільськогосподарських підприємств реалізується конценція економічного зростання виробництва в окремих регіонах. Як відомо, існують два типи економічного зростання: екстенсивний та

інтенсивний. Екстенсивний тип економічного зростання передбачає розширене відтворення за рахунок приросту кількісних чинників виробництва, таких, як поголів'я тварин або посівних площ, за незмінних технологій. Особливість інтенсивного типу економічного зростання полягає у збільшенні обсягів виробництва за рахунок якісного вдосконалення всіх чинників виробничого процесу. Тому соціальна спрямованість економічного зростання вимагає переходу саме до інтенсивного типу, який передбачає інтенсифікацію виробництва на основі використання прогресивних досягнень науково-технічного прогресу.

Прискорення темпів економічного зростання і визначає сформований у сільськогосподарських підприємствах тип відтворення, який впливає на результати виробництва і найважливіші елементи відтворювального процесу. Це означає, що у кожному сільськогосподарському підприємстві повинна бути обґрунтована і реалізавана система заходів, що забезпечує найбільш прийнятний на найближчу перспективу тип економічного розвитку підприємства з врахуванням стану розвитку його економіки та умов господарювання.

Отже, перш ніж вести мову про обґрунтування інтенсивного типу економічного розвитку сільськогосподарського підприємства, необхідно виходити з наших міркувань, а саме: під інтенсивністю сільськогоспо-дарського виробництва слід розуміти комплекс організаційно-економічних, технологічних, технічних та екологічних заходів, що базуються на передових досягненнях науково-технічного прогресу, спрямованих на формування напруженості і посиленої діяльності сільськогосподарського виробництва через концентрацію до оптимального рівня авансованого капіталу на гектар земельних угідь, що забезпечує випереджувальне збільшення виробництва продукції з цієї площі і підвищення ефективності використання вкладених ресурсів, тому процес інтенсифікації сільськогосподарського виробництва напряму пов'язаний із залученням додаткових матеріальних ресурсів. А звідси визначення рівня інтенсивності, за якого досягатиметься максимальний прибуток, нерозривно пов'язане з оптимальним розподілом ресурсів між окремими галузями й окремими видами продукції.

Для формування інтенсивного типу відтворення слід обов'язково враховувати, що кожен напрям інтенсифікації має граничну межу використання, нехтування якою може негативно впливати на агроекологічну систему. Йдеться про екологічно

допустимий (граничний) рівень того чи іншого чинника інтенсифікації. Зокрема, застосування азотних добрив призводить, як відомо, до підвищення в біомасі вмісту нітратів, а тому максимальний рівень внесення цих добрив повинен контролюватися межею, за якою забруднення продукції нітратами перевищуватиме гранично допустимий рівень, передбачений стандартом.

Сільськогосподарські підприємства, формуючи інтенсивний тип економічного розвитку, повинні забезпечити його екологічність за наступними ознаками: раціональне використання землі, що супроводжується збереженням і підвищенням родючості ґрунту (збільшенням вмісту гумусу); забезпечення оптимального рівня розораності земельних угідь, що унеможливить розвиток водної і вітрової ерозії ґрунту; дотримання вимог недопущення перевищення встановлених рівнів забруднення виробництва сільськогосподарської продукції, забезпечення її екологічності; дотримання встановлених правил щодо транспортування, складування і внесення мінеральних добрив, засобів захисту рослин і тварин, недопущення забруднення ними навколишнього середовища і продуктів харчування; забезпечення дотримання норм відведення стічних вод від тваринницьких ферм і підсобних промислових виробництв; правильне складування, зберігання і внесення органічних добрив; дотримання екологічних вимог при під час проектування, будівництва, реконструкції і введення в дію нових будівель і споруд, зокрема тваринницьких комплексів, меліоративних систем тощо. У формуванні інтенсивного типу економічного розвитку велике значення має виважена інвестиційна політика, а також прискорення обороту авансованих виробничих ресурсів.

Література.

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : підручник. – [2-ге вид., доп.і перероб.]. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.

2. Олійник І.О. Оптимізація інтенсивності виробництва сільськогосподарської продукції / І.О.Олійник // Зб. наук. пр. Луганського національного аграрного університету : економічні науки / за ред. В.Г. Ткаченко. – 2006. – №61 (84). – С.365-368.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКІВ СІЛЬСЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Пархуць М.Р., асистент,
Львівський національний аграрний університет

Одним з найбільш важливих серед різних видів аграрного ринку, що зумовлено особливим значенням застосування ресурсоощадних технологій, сформованих на досягненнях науково-технічного прогресу, на засадах інноваційної діяльності є ринок матеріально-технічних засобів. Розвиток ринку матеріальних ресурсів, техніки, знарядь, устаткування для сільськогосподарських товаровиробників має першочергове значення, так як їм необхідні сучасні, надійні в експлуатації високопродуктивні машини і що дуже важливо – по доступних цінах, які відображають еквівалентні співвідношення затрат на промислові товари, що споживаються в аграрному виробництві, і на сільськогосподарську продукцію. Отже, ринок матеріально-технічних засобів аграрного сектора економіки має регулювати збалансованість інтересів промислових підприємств, які випускають техніку для села, і сільськогосподарських товаровиробників, які її споживають.

Сучасний закордонний ринок сільськогосподарської техніки пропонує широкий спектр машин і обладнання різного призначення. Фірми-виробники тракторів, збиральних комбайнів та інших машин для сільського господарства ведуть напружену конкурентну боротьбу за ринки збуту, за право поставляти аграрникам свою продукцію, найповніше задовольняючи їхні потреби щодо номенклатури, технічного рівня та якості. Завдяки сукупному світовому досвіду, накопиченому в машинобудуванні та інших галузях, новітнім досягненням науки, проводячи цілеспрямовану технічну політику й об'єднуючи фінансові зусилля, вони досягли значних успіхів у виробництві високопродуктивної та якісної техніки.

Основними постачальниками сільськогосподарської техніки на світовий ринок виступають США, держави ЄС та Японія. Сільськогосподарське машинобудування ЄС має річні обсяги виробництва і реалізації, як і США, на рівні 18 млрд дол. США. Найбільшу кількість тракторів виробляють Німеччина, Італія, Франція та Великобританія. Сільськогосподарське машинобудування цих країн перетворюється на одну з найважливіших і прибуткових галузей

промисловості. Обсяги виробництва сільськогосподарської техніки в Італії вищі, ніж у середньому в промисловості, у вартісному виразі в 1,5 разу, а у Великобританії та Німеччині — в 1,1 разу. В азіатському регіоні лідирує Японія з обсягами виробництва — 6,3 млрд. дол.

Конкретна політика окремих фірм на світовому ринку характеризується дуже схожими принципами. «Мислити глобально, діяти локально» — такий постійно цитований секрет успіху більшості транснаціональних компаній. На практиці це означає, наприклад, що нові технології завжди розробляються спочатку для високопотужних тракторів і, перш за все, для Західної Європи і США, і лише потім знаходять своє застосування в інших класах потужності.

На світовому ринку зернозбиральних комбайнів сьогодні щорічно реалізується близько 35 000 одиниць нової техніки. При цьому помітно, що найбільш важливі ринки цієї галузі знаходяться в Америці і Європі. Тільки у Америці (північна і південна частина континенту) реалізується більше 50% від загального об'єму проданих машин. Африка і Азія, за нинішніми оцінками, особливої ролі на ринку зернозбиральної техніки ще не грають.

На світовому ринку сільськогосподарської техніки малої потужності домінує Японія. Нарощують виробництво такої техніки Республіка Корея, Індія та Китай.

Сільськогосподарська техніка, виготовлена в США або Канаді, призначена здебільшого для великих високорозвинених господарств. Більшість техніки та обладнання середньої потужності в Європі виготовляється європейськими фірмами й дочірніми підприємствами американських компаній. Зростає випуск техніки середньої потужності в Мексиці, Бразилії та Аргентині, де її виготовляють за ліцензіями європейських та американських виробників або в рамках спільних з ними підприємств.

Світове сільське господарство має тенденцію до збільшення розмірів фермерських господарств, зростання рівня їх механізації. Найпомітніше ця тенденція проявляється в США, Канаді, Австралії та в країнах Західної Європи. Тому більшість сільгосптехніки, що реалізується на ринках цих країн, йде на заміну малопродуктивної застарілої техніки.

Отже, нинішній етап розвитку сільськогосподарського машинобудування характеризується дедалі зростаючими концентрацією, спеціалізацією та інтеграцією виробництва. Провідні фірми-виробники сільськогосподарської техніки у своїй діяльності керуються загальноприйнятою концепцією, яка включає в себе такі

основні підходи: якомога ширше й глибше охопити ринки збуту своєї продукції у регіонах світу, розмістити дочірні підприємства й підрозділи ближче до потенційних покупців (при цьому або поглинути діючі в регіонах виробництва з подальшим їх перепрофілюванням і модернізацією, або створити нові) для того, щоб якомога швидше окупити свої інвестиції на розвиток і в результаті цього підвищити ефективність виробництва, наукових досліджень і конструкторських розробок, у тому числі й за рахунок використання науково-технічного і кадрового потенціалу регіонів. Поряд з цим фірми докладають багато зусиль у напрямі залучення і закріплення за виробником потенційних і реальних покупців своєї продукції. Для цього вони розширюють спектр послуг, які надаються споживачам.

Література.

1.Головко А.М. Основні тенденції розвитку ринку сільськогосподарської техніки провідних зарубіжних країн. / П. А. Денисенко, В. О. Питулько // Економіка АПК. – 2006. – № 2. – С. 88-89.

2.Больше типов, меньше заводов. Тенденции развития рынка зерноуборочной техники. – Зерно. – 2006. – июнь. – С. 74-83.

3.Ринок сільськогосподарської техніки: проблеми становлення / за ред. Г. М. Підлісецького. // Київ: ННЦ Інститут аграрної економіки, 2005. – 220 с.

4.Транснациональный выбор. // Зерно. – 2006. – август. – С. 92-97.

5.www.ukragroportal.com.

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ДО КРИЗОВИХ УМОВ У БУДІВНИЦТВІ

Ракицька С.О., к.е.н., доцент, Жусь О.М., ст.викладач,
Одеська державна академія будівництва та архітектури

Будівництво сприяє ефективному функціонуванню багатьох підприємств народного господарства. Успішний розвиток будівельної галузі викликає економічне зростання в країні і виникнення необхідних умов для розв'язання багатьох соціальних проблем.

За останні роки спостерігалося накопичення кризових явищ і на підприємствах будівельної галузі: скорочувались обсяги реалізації підрядних робіт, знижувалась рентабельність продукції, зростала доля

збиткових підприємств.

Так, за даними Держкомстату, у січні-жовтні 2010 року підприємствами країни виконано будівельних робіт на суму 31851,6 млн. грн., що менше на 9,0%, в порівнянні з відповідним періодом 2009 року. Підприємства, які одержали прибуток у 2010 році, становить 42,4% у загальній кількості, відповідно збиткових підприємств – 57,6%. Рівень рентабельності будівельних організацій у 2010 році становить (– 1,8%), що майже вдвічі нижче аналогічного показника за попередній період (- 0,4%) [1].

Основною проблемою будівельного комплексу України є відсутність замкнутих виробничих циклів. Внаслідок цього виникають великі витрати на транспортування і трансакції, які зменшують конкурентоспроможність кінцевої продукції. Галузь відзначається високими витратами матеріалів та енергії.

Все це значною мірою впливає на ефективність функціонування будівельного підприємства.

Зміни, що відбулись в економіці України останнім часом, вимагають постійного моніторингу і вдосконалення процесу керування підприємством. Тому, в сучасних умовах господарювання, актуальною є проблема пошуку нових, більш ефективних форм та методів управління, а також оперативних заходів, що допоможуть вітчизняним виробникам адаптуватися до змін зовнішнього середовища та навчитися не тільки долати наслідки кризових явищ, а й завчасно передбачати і ліквідовувати їх на початкових стадіях розвитку.

Забезпечення сталого економічного зростання країни передбачено здійснювати на основі модернізації і реструктуризації підприємств, технологічного та організаційного оновлення виробництв з метою їх пристосування до внутрішніх і зовнішніх умов ринкової економіки.

Реструктуризація підприємств – це здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його управління, форми власності, організаційно-правової форми, з метою фінансового оздоровлення підприємства, збільшення обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва [2].

Для підприємств у ринковій економіці прибуток і рентабельність капіталу є головними цілями діяльності. Також необхідно вживати заходів щодо збереження ліквідності підприємства та незалежності від інвестора.

Вдосконалення будівельного комплексу має ґрунтуватися, перш за все на реалізації галузевих програм, найважливішими з яких є: розвиток матеріально-технічної бази будівництва, оновлення та переоснащення активної частини основних фондів будівельних і спеціалізованих організацій, створення та впровадження нових матеріалів, енергозберігаючих технологій.

Проведення заходів із реструктуризації для кожного суб'єкта господарювання потребує індивідуальних способів розв'язання завдань щодо виходу з кризового стану.

Розрізняють такі форми реструктуризації:

- реструктуризація виробництва, передбачає внесення змін до організаційної та виробничо-господарської сфери підприємства з метою підвищення його рентабельності та конкурентоспроможності;

- реструктуризація активів, яка передбачає продаж частини основних фондів, зайвого обладнання, запасів сировини, матеріалів, окремих підрозділів підприємства; зворотний лізинг і т. д;

- фінансова реструктуризація, пов’язана із зміною структури й розмірів власного та позикового капіталу, а також змінами в інвестиційній діяльності підприємства;

- корпоративна реструктуризація (реорганізація) являє собою реорганізацію підприємства, що має на меті зміну власника статутного фонду, створення нових юридичних осіб і нову організаційно-правову форму діяльності. У межах такої реструктуризації виділяють злиття, приєднання, виокремлення, перетворення тих чи інших підрозділів та створення спільного підприємства [3].

Вибір форм і методів реструктуризації підприємств залежить від очікуваних результатів, бажаного строку їх досягнення, потрібних для цього інвестиційних ресурсів і можливостей їх залучення.

Основна ідея корпоративної реструктуризації підприємств – створення конкурентоздатних виробництв і зміна поведінки підприємства через впровадження вертикальної інтеграції.

Ефективність реструктуризації забезпечується тими заходами, які покладені в основу плану реструктуризації і спрямовані на вдосконалення організації та управління виробничо-господарською діяльністю, поліпшення фінансового становища підприємства. Вибір того чи іншого виду перетворень відповідатиме вимогам і пріоритетам розвитку підприємства, технологічності виробництва та конкурентоспроможності продукції.

На нашу думку, реструктуризація будівельних підприємств, в тому числі на основі створення інтегрованих об'єднань дозволить

активізувати процес модернізації промислового виробництва та забезпечить стійкий розвиток виробництва.

Література.

1.www.minregionbud.gov.ua
2.http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1078.10951.0
3.Небава М.І., Адлер О.О., Козловський В.О., Лесько О.Й., Мокіна Ю.В. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. – Вінниця: ВНТУ. – 2010.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ МОЛОЧНОГО ЖИВОТНОВОДСТВА

Сайчук Ю.А., аспирантка,
Харьковский национальный технический університет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Одной из наиболее актуальных задач для современной Украины является определение своего объективного положения в мировом хозяйстве и выбор эффективной модели экономической политики, обеспечивающей интеграцию Украины в мировую экономику в качестве одного из ключевых геополитических центров и конструктивного партнера для других ее участников. В настоящее время реальный потенциал Украины пока ограничивает масштабы ее вклада в регулирование роста экономической ситуации в мире. Поэтому выход Украины на траекторию динамического роста экономики обеспечит не только решение социально-экономических задач страны, но и будет способствовать увеличению ее вклада в решение проблем международной безопасности и устойчивого мирового развития.

Современные экономические трансформации все больше характеризуются переходом национальных экономик многих стран к инновационному типу развития, важнейшей чертой которого является интеллектуализация основных видов труда и факторов производства. В мире интенсивно идет процесс перегруппировки сил в пользу технико-технологических, информационных и квалификационных нововведений, на долю которых в передовых странах в конце XX века приходилось до 85% прироста ВВП. В настоящее время, когда в недалекой перспективе просматривается нехватка природных ресурсов, служившие ранее для развития, конкурентная борьба

объективно смещается в сторону наукоемкого сектора экономики, вследствие чего своевременный перевод национального хозяйства на инновационный путь становится залогом дальнейшего устойчивого развития страны.

Такой переход как инновационная трансформация по мнению Плетнёва К.И., основанный на эффективном использовании достижений науки в производстве и освоении новых технологий, уже сегодня определяет динамику и качество экономического роста, конкурентоспособность страны, имеющиеся у нее возможности интеграции в мировую экономику [1].

Современные темпы осуществления инновационной деятельности в Украине являются крайне неудовлетворенными. Не смотря на то, что внедрение инноваций в предприятия являются одним из способов усовершенствования структуры производства, поддержки высоких темпов развития и уровня прибыльности, инновации до нынешнего момента не стали средствами повышения конкурентоспособности. Существующая ситуация обусловлена рядом внутренних и внешних показателей, самым весомым среди которых является несовершенство финансового обеспечения инновационной деятельности, поэтому вопрос связанный с вышеуказанным аспектом в сельскохозяйственных предприятиях приобретает особую актуальность.

В аграрной сфере, в отличие от многих отраслей промышленности, существует своя специфика, в которой производители сталкиваются непросто с необходимостью освоения новшества как такового, одинакового для всех, но и зачастую требуется адаптация одного и того же новшества к различным агроклиматическим и технологическим особенностям каждого сельскохозяйственного товаропроизводителя под его уровень производства и оснащенности.

Главным препятствием на пути инновационного развития экономики в нашей стране, по мнению Кузнецовой А.Я. и Возняк Г.В., является постоянный дефицит финансовых ресурсов. Механизм создания предпринимательской среды, благоприятной для инноваций, базируется, в первую очередь, на системе финансового обеспечения, составляющими которой выступают деньги с источников различного происхождения [2].

Проведенные нами исследования подтверждают мысль Онышко С.В. о том, что в Украине основными источниками финансирования инновационной деятельности являются собственные денежные

средства предприятий, местных и региональных бюджетов, кредиты коммерческих структур, зарубежные источники финансирования и т.д [3].

Продукция животноводства является основой обеспечения населения продовольствием. Однако сложившиеся условия, такие как диспаритет цен, монополизация закупочных цен на продукцию животноводства, снижение спроса, рост импорта, разрушение интеграционных связей, сокращение государственной поддержки и удорожание кредитных ресурсов, низкая производительность труда, технологическая отсталость, изношенность оборудования привели к стагнации отрасли.

Как отмечает Т.Г. Маренич, для сельского хозяйства, цель стабильного развития заключается в экономическом росте, финансовой стабилизации, позитивной социальной динамике. Однако, сформированная и действующая система финансирования товаропроизводителя не обеспечивает условий стабильного расширенного воспроизводства [4]. Такая же неблагоприятная ситуация наблюдается на протяжении последних лет в молочном животноводстве, которое в связи с этим потерпело значительных негативных деформаций. Проведенные реформы агропромышленного комплекса привели к тому, что основными производителями молока в Украине стали хозяйства населения, удельный вес которых составляет 80,7% от общего объема его производства в стране. Систематическое сокращение численности поголовья коров в сельскохозяйственных предприятиях наблюдается на протяжении последних двадцати лет. За этот период оно сократилось больше чем в 10 раз и составило 589 тыс. голов (рис.).

Снижение производства молока, негативно сказывается на продовольственном балансе населения Украины. Производство молока в стране на одного человека за год сократилось почти в два раза: с 472 кг в 1990 году до 252 кг в 2009 году, а в Харьковской области на 56% - с 398 кг до 174 кг соответственно. Потребление молока и молочных продуктов в 2009 году составило 212 кг, что свидетельствует о уменьшении рациональной нормы на 44%.

Снижение инновационной активности молокоперерабатывающих предприятий характеризуется о слабой инновационной направленности инвестиций, которые в свою очередь приводят к накопленню физического и морального износа оборудования.

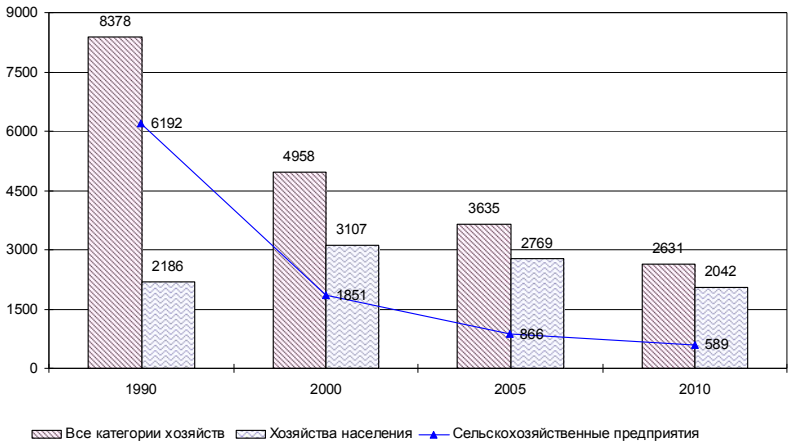

Рис. Динамика поголовья коров в Украине, тыс. голов.

Молочная промышленность имеет возможности для внедрения инноваций, но инновационную деятельность осуществляет незначительная часть предприятий молокоперерабатывающей промышленности, поскольку имеет место дефицит финансирования. Решение данной проблемы требует поиска перспективных источников финансирования; среди которых особое внимание необходимо уделить банковскому кредитованию, активизации процесса предоставления среднесрочных кредитов со сниженным уровнем кредитной ставки, предоставить льготы предприятиям АПК, которые осуществляют инновационную деятельность.

Мировой опыт показывает, что проблема масштабного распространения новшеств в сельскохозяйственном производстве может успешно решаться с помощью создания системы сельскохозяйственного консультирования, действующей в тесной взаимосвязи с научными и обучающими организациями, опытными и передовыми хозяйствами.

Неустойчивость экономических условий хозяйствования, высокая капиталоемкость отрасли, слабая восприимчивость к инновационным процессам требуют комплексного решения широкого круга вопросов. В этой связи разработка предложений по повышению ее эффективности на основе развития инновационных процессов имеет важное значение для увеличения производства отечественной животноводческой продукции.

Література.

1. Плетнёв К.И. Международное научно-техническое сотрудничество. Учебное пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2006. – 194 с.

2. Возняк Г.В.,Кузнєцова А.Я. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи фінансування в Україні: Монографія. – К:УБС НБУ, 2007. – С. 64.

3. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності: навч. посіб. Для студ. ВНЗ / С.В. Онишко, Т.В. Паєнтко, К.І. Швабій. – К.: КНТ, 2008. – С. 117-119.

4. Маренич Т.Г. Трансформаційна динаміка та механізми економічного врегулювання агрореформувань (питання теорії методології, практики): Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 454 с.

Научный руководитель – д.э.н., профессор Маренич Т.Г.

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЙ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ЇХ РИНКОВО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Смігунова О.В., старший викладач,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Нова парадигма управління, відома як «тиха управлінська революція», розглядає господарську організацію будь-якої галузі, організаційно-правової форми і розмірів як відкриту систему. Визнавши господарську організацію відкритою організацією, нова парадигма управління визнає, що головні передумови успіху організації (фірми) знаходяться у зовнішньому середовищі. Тому вона має бути здатною пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі.

Зовнішнє середовище організації аграрного профілю є багаторівневим. Найбільш впливовими на успіх функціонування організації аграрного профілю є фактори перших двох рівнів – рівня сільської агломерації, на яку вона базується (перший рівень) та рівень адміністративного району, до якого ця сільська агломерація відноситься (другий рівень).

Виходячи з першого положення нової парадигми управління, господарська організація має бути здатна до гідної відповіді на виклики

збурюючи факторів зовнішнього середовища. Тому параметри компонентів її внутрішнього середовища мають бути адекватними згаданим вище викликам. В першу чергу ця вимога стосується такого компонента як блок структурних змінних, який розмежовує внутрішнє і зовнішнє середовища господарської організації. Тому блок структурних змінних приречений першим приймати на себе збурюючий вплив зовнішнього середовища і «перемелювати» його. Це покладене на нього завдання блок структурних змінних зможе успішно виконувати лише за умови, що його складові елементи є оптимальними для даних умов. До числа цих елементів відносяться виробнича структура організаційна структура та організаційна структура управління. Найкритичнішим з них є організаційна структура, яка відображає розподіл задач та обов'язків між формальними групами. Тобто горизонтальний розподіл праці, зафіксований у виробничій структурі організації. Разом з тим організаційна структура має бути придатною для використання в якості підґрунтя для оптимальної організаційної структури управління. Якщо ж організаційна структура буде неоптимальною, то вона здатна з одного боку звести на кінець позитивний потенціал самої досконалої виробничої структури. З іншого ж боку побудована на ній організаційна структура управління може бути також неоптимальною для даних умов.

Нажаль, в даний час організаційна структура у багатьох організаціях аграрного профілю є неоптимальною. Тому її оптимізацію є всі підстави розглядати як невідкладні першочергові завдання.

Як видно з останніх публікацій, присвячених проблемам, пов'язаним із оптимізацією організаційної структури організацій аграрного профілю процесу власне проектування оптимальної організаційної структури має передувати процес проектування всіх необхідних для цього передумов, перерахованих нижче.

Перш за все має бути опрацьована програма удосконалення адміністративно-територіального устрою району, де розташована сільська агломерація, на яку базуватиметься організація аграрного профіля, яка є об'єктом досліджень. Завданням цього *першого етапу* проектування оптимальної організаційної структури є формування мережі самодостатніх оптимального розміру сільських агломерацій. Такими вважаються сільські агломерації, виробничо-підприємницький сектор яких в умовах Лівобережного Лісостепу України володіє не менше 5000 га ріллі.

На *другому етапі* проектування оптимальної організаційної структури об'єкта досліджень розробляється проект внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації тваринницької галузі. Завданням цього розділу є визначення загальної потреби кожної окремої сільської агломерації у поголів'ї сільськогосподарських тварин та визначення їх спеціалізації на виробництві конкретних видів товарної продукції тваринництва.

На *третьому етапі* проектування організаційної структури об'єкта досліджень планується розподіл визначеного на попередньому етапі поголів'я сільськогосподарських тварин між організаціями аграрного профілю сільських агломерацій, на яку базуватиметься об'єкт досліджень. Вивчається доцільність і можливість створення крупно товарного технологічного тваринницького комплексу (ТТК).

На *четвертому етапі* в тих випадках, коли буде прийняте рішення про розміщення поголів'я сільськогосподарських тварин об'єкта досліджень на крупно товарному ТТК у конкретній організації аграрного профілю, власнику цього останнього надається статус-організації-лідера, а всім іншим – статус організацій-сателітів. Так, де-юре з'являється виробниче об'єднання кластерного типу.

На *п'ятому етапі*, після формування виробничого об'єднання кластерного типу з'являється можливість для проектування оптимальної виробничої структури для кожної організації учасника, включаючи організацію-лідер, яким є об'єктом досліджень. Початок проектних проробленъ щодо оптимізації виробничої структури є початком стратегічної організаційно-економічної реструктуризації об'єкта досліджень, яка є однією із складових його ринково-підприємницької трансформації.

Отже, проект виробничої структури об'єкта досліджень може бути покладений в основу його оптимальної організаційної структури. А це вже буде завершальний *шостий етап.*

Критерієм оптимальності організаційної структури об'єкта досліджень має послугувати його придатність до впровадження концепції стратегічних зон господарювання (СЗГ), стратегічних господарських підрозділів (СГП) та центрів прибутку (ЦП).

Об'єктом досліджень є ПСП «Тавільжанське», розташоване в межах сучасних Дворічанської селищної та Тавільжанської сільської агломерацій Дворічанського району Харківської області. За станом на кінець 2010 року це господарство володіло 2825,7 га ріллі, нараховувало 14 зайнятих. Галузь тваринництва в господарстві відсутня.

На першому етапі досліджень було встановлено, що проект раціональної внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації ще не опрацьований. В даний час у Дворічанському районі є 14 сільських агломерацій. Лише п'ять з них є самодостатніми, адже площа ріллі в їх межах виробничо-підприємницьких секторів або перевищує (чотири агломерації), або майже впритул наближається (одна агломерація) до 5000 га. Всі ж інші дев'ять є не самодостатніми, а тому мають або об'єднатись одна з одною, або приєднатись до перших п'яти самодостатніх.

Лише після цього можна було вважати адміністративно-територіальний устрій району раціональним і перейти до другого етапу проектування оптимальної організаційної структури об'єкта досліджень ПСП «Тавільжанського». Його завданням було формування проекта раціональної внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації тваринницької галузі. Такий проект був опрацьований для Дворічанського району на кафедрі організації виробництва, бізнесу і менеджменту ХНТУСГ ім. Петра Василенка. Він передбачав наступну спеціалізацію сільських агломерацій на виробництві продукції тваринництва: Вільшанська сільська агломерація – відгодівля зверхремонтного молодняка великої рогатої худоби; Новоєгорівсько-Пісківська – виробництво свинини; всі ж інші 10 сільських та Дворічанська селищна агломерація – виробництво молока. В цю групу увійшла і сільська агломерація, на яку базуватиметься об'єкт досліджень – ПСП «Тавільжанське».

Після опрацювання проекта раціональної системи спеціалізації та концентрації тваринницької галузі, вже можна було перейти до третього етапу проектування оптимальної організаційної структури об'єкта досліджень – розподілу визначеної на попередньому етапі потреби у поголів'ї сільськогосподарськихз тварин між конкретними організаціями аграрного профілю, що базуються на спільну для них Дворічансько- Тавільжанську сільську агломерацію.

При цьому можливі два варіанти способу розподілу: американський, зі створенням технологічного тваринницького комплексу (ТТК); європейський, без створення цього останнього.

Оскільки Дворічанський район відноситься до підзони Лівобережного Лісостепу України, найбільш прийнятним в даному випадку є перший спосіб.

Після вибору способу розподілу поголів'я сільськогосподарських тварин між окремими організаціями аграрного профілю, які базуватимуться на Дворічансько-Тавільжанську сільську

агломерацію, з'явилась можливість переходу до четвертого етапу проектування оптимальної організаційної структури об'єкта досліджень – до формування виробничого об'єднання кластерного типу, в якому він має перебрати на себе статус організації-лідера на правах власника ТТК.

Проходження четвертого етапу проектування організаційної структури об'єкта досліджень дозволило перейти до проектування його виробничої структури цього останнього, яке було основним завданням наступного п'ятого етапу.

Основним завданням останнього п'ятого етапу проектування оптимальної структури об'єкта досліджень було формування оптимальної організаційної структури ПСП «Тавільжанського», головними критеріями оптимальності якої має послугувати її придатність для освоєння на її базі вимог концепції стратегічних господарських підрозділів (СГП) та інших надбань нової парадигми управління.

У зв'язку з цим ПСП «Тавільжанському» доцільно освоїти організаційну структуру, яка включатиме два структурних підрозділи першого порядку: відділення рослинництва на площі 2825,7 га і технологічний тваринницький комплекс молочного напрямку потужністю 2200 корів.

У складі відділення рослинництва передбачено створення двох бригад рослинників, спеціалізованих на виробництві продукції зернофуражних і кормових культур для реалізації ТТК молочного напрямку, а також ланки рослинників, спеціалізованих на продукції інших сільськогосподарських культур для реалізації за межі ПСП «Тавільжанського». Перші два підрозділи рослинників доцільно об'єднати у стратегічний господарський підрозділ СГП-1, а кожному з них надати статус центрів прибутку – ЦП-1 і ЦП-2; ланці рослинників – статус ЦП-3.

ТТК молочного напрямку включають наступні два структурних підрозділи: сектор безпосереднього обслуговування сільськогосподарських тварин і групу обслуговуючих підрозділів (технічного обслуговування тваринницького обладнання; зберігання кормів та приготування їх до згодовування; мобільних процесів; виробництва органічних добрив і біогазу). Першому в даному випадку доцільно надати статус СГП-2, спеціалізованому на виробництві молока, і виділити в його складі одинадцять технологічних груп по 200 корів в кожній, що дозволить створити одинадцять центрів прибутку (ЦП-4 – ЦП-15) по 7 працівників у кожному. Поряд із СГП-2 до складу ТТК має увійти підрозділ, відповідальний за утримання ремонтного

молодняка, який буде нараховувати 6 працівників; йому буде надано статус ЦП-16. Групі обслуговуючих підрозділів буде надано статус СГП-3, який не матиме внутрішньої організації.

Освоєння згаданої вище концепції стратегічних господарських підрозділів дозволить ПСП «Тавільжанському»:

1.оперативно реагувати на виклики зовнішнього середовища;

2.переорієнтуватись з обсягів продукції на її якість;

3.створити умови для реалізації людського капіталу та впровадження «концепції інтрапренерства» - внутрішньогосподарського підприємництва;

4.переорієнтуватись на підвищення ролі організаційної культури та нововведень;

5.релізувати вимоги концепції соціальної відповідальності перед суспільством в цілому і перед окремими членами колективу.

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

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Суворов І.О., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одним із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва. Але на сьогодні, на жаль, такий напрям економіки сільськогосподарських підприємств, аграрної сфери, сільської місцевості розвинутий недостатньо.

На сьогодні туризм, зокрема сільський зелений – найбільш стрімко зростаюча галузь у світі. Закон України «Про туризм» та «Про особисте селянське господарство» надали право власнику селянської садиби здійснювати послуги в сфері сільського зеленого туризму. Для екологічного маркування сільських осель введено програму «Зелена садиба»[1].

Сільський туризм, перш за все, слід розглядати як можливість додаткового заробітку для сільського населення, як компонент комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один з чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект полягає в популяризації

української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що є підставою для визначення сільського зеленого туризму суспільною ціною та корисною сферою відносин.

Поняття сільський туризм охоплює широкий спектр видів відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), а також орієнтований на перебування в агрооселях відпочинок (агротуризм). Поняття екоагротуризм поєднує в собі риси всіх вищеназваних видів туризму. За кордоном найбільш успішні аграрні підприємства та агрооселі паралельно займаються агротуризмом та сільськогосподарською діяльністю.

Щодо маркетингу в цій сфері, то можна сказати, що достатньо тривалий час вважалося, що ефективний маркетинг у галузі агротуризму є неможливим, адже він складається з тисячі сільських продуктів (послуг та товарів), що пропонуються приватним та громадським сектором, величезній кількості потенціальних споживачів. Але така фрагментація агротуристичного продукту, яка сильно ускладнює маркетингову діяльність, навпаки стимулює потребу у ній, щоб визначити та впорядкувати розрізнені компоненти як агротуристичного попиту, так і пропозиції.

Крім того, активна діяльність в індустрії сільського туризму як приватного сектору, так і громадських організацій обумовлює певні складнощі у провадженні маркетингових стратегій.

Поступово комерційні туристичні організації починають розуміти концепцію зеленого маркетингу і використовувати його у своїй діяльності. Сільська місцевість звичайно розглядається як зелені легені для міст і містечок; часто вона сприймається як вільний ресурс для будь-кого, хто хоче й може цей ресурс використати. Тому у багатьох державах агенції беруть участь у заохочуванні людей до відвідання сільських територій, аргументуючи це великою користю для здоров'я.

Крім того, зараз існує думка, що імідж сільської місцевості як ресурсу, «вільного у доступі», повинен змінитися, і доступ до рекреації на сільських територіях має бути обмеженим. Таким чином, зараз існує конфлікт між маркетингом сільського туризму з такою суспільною цінністю як охорона природи.

Основними ризиками, що перешкоджають розвитку туристичних послуг аграрних підприємств Харківського регіону, є: у Європі та світі немає образу Харківщини як цікавого для агротуризму краю, висока залежність туристичної сфери від погодних умов, більшість агроосель працюють у тіні, недооцінка місцевою владою та

населенням значення пам'яток історії та культури як туристичного ресурсу, недостатня кількість відпрацьованих туристичних маршрутів з презентабельними та культурними об'єктами, відсутність організаційних, психологічних і т. ін. навичок туристичного бізнесу у сільського населення; неузгодженість цін на агротуристичні послуги однакової якості, брак у брендах туристичних установ, якісних орієнтирів, категоризації як бази порівняння та ін., відсутність початкового капіталу та пільгового механізму кредитування для потенційних підприємців у сфері аграрного туризму; високі податки і відсутність податкових пільг.

Щодо кроків в цьому напрямку по Харківській області, то наприкінці вересня 2010 року була проведена виставка, яка називалася «Харківське туристичне бієнале». Метою цього заходу стала популяризація туристичного та історико-культурного потенціалу Харківщини, просування продукту суб'єктів туристичної діяльності регіону, обміну досвідом в галузі туризму на передодні проведення «Євро-2012», а також аналіз ситуації в районах та систематизація інформації про їх туристичний потенціал.

На практиці прикладами ведення зеленого сільського туризму в Чугуївському районі Харківської області є етнографічна база відпочинку і музей під одним дахом «Осинове плесо» у місті Чугуєві. А в селі Зарожному вже кілька років поспіль активно пропагує агротуризм Тарас Смалений. Його агрооселя так і називається «Пан Тарас», вона діє круглий рік. На садибі у Тараса Васильовича, яку нерідко відвідують студенти та харків'яни, живуть екзотичний страус та декілька коней [1].

Часто люди, пов'язані з життям села, не розуміють, що мають можливість гармонійно поєднати комфорт і затишок з народними традиціями. Багатьом все ще здається, що якщо це село, то воно і повинне залишатися з пилом, болотом і бездоріжжям. Тому, проаналізувавши недоліки, яких в цій сфері, ще досить багато та заручившись необхідною підтримкою, та методологією ведення агротуризму, можна зробити діяльність у сільській місцевості привабливою для випускників нашого університету та інших аграрних навчальних закладів і взагалі це на, мою думку, призупинить відтік молоді з села.

Література.

1. Суспільно-інформаційна газета Чугуївщини «Красная Звезда» №49 (10668), субота, 4 грудня 2010 р. «Туристичний бізнес на селі – це реально» с.2.

Науковий керівник – Бабловський О.Ю.

СЕКЦІЯ

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

МОЛОЧНИЙ ПІДКОМПЛЕКС АДМІНІСТРАТИВНОГО РЕГІОНУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Турченко М.М., к.е.н., професор,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Роль молочного підкомплексу у врегулюванні соціальних проблем села та у формуванні високопродуктивного конкурентоспроможного товарно-підприємницького середовища сільських агломерацій загальновизнана. Так, оскільки він репрезентує найбільш впливову галузь тваринництва якою є скотарство, то його стан багато в чому визначає ефективність і продуктивність функціонування тваринництва в цілому. Вклад молочного підкомплексу у розвиток тваринництва завжди був найбільш вагомим. Таким він залишиться і у видимій перспективі. В даному випадку йдеться про такі функції тваринництва у процесі життєдіяльності українського села як:

- найкритичніший компонент системи ведення сільського господарства;
- осередок для створення нових робочих місць;
- потужне джерело доходів сільського населення;
- інструмент для врегулювання продовольчої проблеми та для забезпечення продовольчої безпеки держави;
- інструмент для зупинення руйнації чорноземів та інших ґрунтів України;
- джерело біогазу, який можна використати для врегулювання енергетичної проблеми.

Сучасний стан молочного підкомплексу України є всі підстави кваліфікувати як вкрай незадовільний. Його вклад у процес життєдіяльності українського села катастрофічно зменшується. За період 1990-2010 років його основні параметри неухильно погіршувались. Так, поголів`я корів скоротилось у 10 разів. Скоротилось і виробництво молока на душу населення з 422 кг до 252 кг, що набагато нижче раціональної норми споживання. Отже дослідження проблем пов`язаних з формуванням високопродуктивного і конкурентоспроможного молочного підкомплексу є вкрай необхідним і своєчасним.

Саме такі дослідження проводяться в даний час на кафедрі організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ імені Петра Василенка. Їх об`єктами є молочні підкомплекси Богодухівського, Дворічанського, Дергачівського та Краснокутського районів Харківської області. Вже на перших етапах цих досліджень був встановлений тісний взаємозв`язок розвитку молочного підкомплексу адміністративного району з врегулюванням проблем ринково-підприємницької трансформації внутрішнього середовища цього останнього.

Як відомо, внутрішнє середовище адміністративного району в даний час включає два сектори: напівнатуральний і товарно-підприємницький. Перший репрезентують особисті підсобні домогосподарства (ОПДГ) населення, які виробляють близько 80% обсягу продукції молочного підкомплексу України. Отже доцільність його збереження та всілякої державної підтримки у видимій перспективі не викликає жодного сумніву. Проте цілком очевидним є і те, що всі основні резерви подальшого суттєвого нарощування обсягу продукції молочного підкомплексу в ОПДГ населення вже вичерпані. Разом з тим проведення досліджень молочного підкомплексу в ОПДГ є дуже утрудненим завдяки неможливості одержання достовірної вихідної інформації для розрахунків. Все це обумовило обмеження наших досліджень рамками товарно-підприємницького сектора.

Не викликає жодного сумніву положення про необхідність забезпечення повної відповідності основних параметрів внутрішнього середовища адміністративних районів вимогам стратегічного менеджменту та Європейської Хартії місцевого самоврядування. Однією з вимог стратегічного менеджменту є створення умов для формування самодостатніх стратегічних зон господарювання (СЗГ). В умовах Лівобережного Лісостепу з України такими можна вважати СЗГ, які контролюють не менше 5000 га ріллі. При цьому дуже бажаними є співпадіння меж СЗГ з межами низових адміністративно-територіальних одиниць, за якого одна громада низової адміністративно - територіальної одиниці контролює одну, або декілька СЗГ. Зовсім не бажаною є ситуація за якою декілька громад низових адміністративно - територіальних одиниць контролюють одну СЗГ. Метою створення СЗГ є формування раціональної внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації тваринництва. Воно має передувати будь-яким проектним проробленням щодо формування раціонального молочного під комплексу на рівні адміністративного району.

Процес проектування раціонального молочного підкомплексу адміністративного району розглянемо на прикладі Богодухівського району Харківської області. В даний час товарно-підприємницький сектор цього району володіє площею ріллі, яка знаходиться під юрисдикцією 23 сільських рад, з яких лише дві контролюють площу ріллі, достатню для формування СЗГ. Це Ул`янівська (5717,6 га) та Івано-Шийчинська (4938,3 га). Інші ж сільські ради контролювали площу ріллі від 4227,8 га (Шарівська) до 700,3 га (Червононивська). У зв`язку з цим було запропоновано на базі існуючих 23 низових адміністративно-територіальних одиниць сформувати дев`ять СЗГ. З них найбільшою за площею ріллі має бути Губарівсько-Дмитрівська (10146,8 га), а найменшою – Петропавлівсько-Сазоно-Баланівська (5255,5 га).

Згадані дев`ять СЗГ мають послугувати основою раціональної внутрішньорайонної системи спеціалізації і концентрації тваринництва, яка матиме у своєму складі два підкомплекси:

- молочний – сім СЗГ, які володітимуть 45957 га ріллі;
- м`ясний – дві СЗГ, які володітимуть 18957 га ріллі.

Після встановлення меж районного молочного під комплексу та площі ріллі у семи СГЗ, які мають увійти до його складу, з`явилася можливість для визначення поголів'я великої рогатої худоби (ВРХ) та його структури в межах кожної СЗГ. При цього були використані нормативи розраховані на 1000 га ріллі:

• поголів'я ВРХ в умовному обчисленні 590 голів, з яких корови 480 і ремонтний молодняк 110 (або 165 у фізичному обчисленні);

• поголів'я свиней на локально-допоміжній фермі у розрахунку 0,6 голови на одну корову: 480 х 0,6=290 фізичних голів або 10 умовних голів.

Отже загальний норматив щільності поголів'я на 1000 га ріллі складатиме 600 умовних голів (480+110+10), або 0,6 голови на один га ріллі.

Одночасно були розраховані також і показники продуктивності сільськогосподарських тварин у розрахунку на одну корову:

• надій молока 6,0 тонн;

• жива вага вибракованих тварин 0,135 тонн, в тому числі зверх ремонтний молодняк у віці 20 днів реалізований у м'ясний підкомплекс СЗГ 0,046 тонн (0,83*0,055 тонн);

• звичайний гній 10 тонн, або біоорганічне добриво після відбору метану– 8,0 тонн;

• біогаз у розрахунку 40 м^3 на одну тонну звичайного гною –

400м³.

Біогаз можна використати на одержання 250 тонн дизельного палива за умови виходу 25 кг з тонни звичайного гною, або на одержання 2400кВт/годин електроенергії за умови виходу 240 кВт/г з тонни звичайного гною.

Всі приведені вище нормативи були використані у ході визначення основних параметрів організаційності структури окремих СЗГ, в тому числі і для Ул`янівської: тут загальна площа ріллі у її товарно-підприємницькому секторі, який вписується в межі первинної низової адміністративно-територіальної одиниці – Ул`янівської сільської ради в даний час складає 5717,6 га. Потенційними організаціями учасниками майбутньої СЗГ є наступні сім:

- ВАТ Ул`янівське - 4810,2 га
- ТОВ «Трайтон Фармінг Харків» - 528,3 га
- державне підприємство «Богодухівській УКК» - 200,8 га
- фермерське господарство «Оніс» - 45,5 га
- фермерське господарство «Берізка» - 45,5 га
- фермерське господарство «Веснянка» - 45,5 га
- фермерське господарство «Комок» - 42,0 га

Для забезпечення бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті згаданих організацій аграрного профілю вони будуть зобов`язані утримувати 3431 умовних голів (5717,6 га х 0,6).

Після визначення загальної потреби у поголів`ї сільськогосподарських тварин організацій-учасників Ул`янівської СЗГ постало питання про його розподіл між ними та про вибір найбільш прийнятного в даних умовах способу його утримання та використання новітніх (ноосферно-космічних) технологічних процесів. В даному випадку була можливість вибору одного з двох можливих способів розподілу поголів'я тварин між організаціями аграрного профілю в межах Ул`янівської СЗГ:

- європейського, який передбачає утримання сільськогосподарських тварин в усіх без вийнятку організаціях аграрного профілю розміщених в межах СЗГ незалежно від їх розміру;
- американського, який передбачає утримання сільськогосподарських тварин лише в організаціях-учасниках СЗГ, які є власниками крупних тваринницьких високотехнологічних комплексів.

Частіш за все в організаціях-власниках крупних високотехнологічних тваринницьких комплексів власна сіяна кормова

площа є недостатньою для виробництва необхідних обсягів кормів і тому вони вимушені залучати до їх виробництва сусідні організації аграрного профілю, які не утримують сільськогосподарських тварин. Є, навіть, такі випадки коли власник крупного високотехнологічного тваринницького комплексу взагалі не має власної сіяної кормової площі. І це тоді, коли розміри молочних комплексів коливаються від 1000-1500 до 5000 корів. 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 гною – з іншого боку. Створення саме такого об`єднання в межах Ул`янівського СЗГ є всі підстави вважати не лише можливим, але і безумовно доцільним.

Як вже було встановлено вище в межах Ул`янівської СЗГ потрібно утримувати 3431 умовних голів. У перерахунку на фізичне поголів'я воно складатиме:

- ВРХ 3670 голів;

з них корови 2730 голів

ремонтний молодняк 940 голів;

- свині 1898 голів.

Отже постало питання про спосіб розміщення цього поголів'я в межах новоствореної СЗГ:

- перший варіант розміщення – один господарський центр поблизу геометричного центру території СЗГ;
- другий варіант розміщення поголів'я – два господарських центра.

Розрахунки показали, що більш прийнятним є варіант розміщення поголів'я сільськогосподарських тварин. Згідно з цим варіантом воно матиме наступний вигляд:

- технологічний тваринницький комплекс(ТТК) молочного напрямку:

корови – 2730 надоєм 6000 кг за рік

ремонтний молодняк 940 голів (620 в умовному обчисленні);

- локально допоміжна свинарська ферма – 1900 голів (676 в умовному обчисленні).

Після визначення чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин на обох перспективних тваринницьких комплексах з`явилась можливість визначення розміру сіяної кормової площі за нормативом 1,1 га на одну умовну голову:

4026 (2730+ 620+ 676)*1,1=4429 га. 4429 га це 70,5% площі ріллі в Ул`янівській перспективній СЗГ. Отже буде можливість 29,2% ріллі в організаціях-учасниках СЗГ, або 2401 га виділити під чисті пари, зернові продовольчі та технічні культури.

Інтереси освоєння проектних проробленъ щодо формування молочного підкомплексу Ул`янівської СЗГ вимагатимуть створення в її межах двох виробничих об`єднань кластерного типу в яких організації власники крупних високотехнологічних тваринницьких комплексів матимуть статус організацій-лідерів, а всі інші організації аграрного профілю статус організацій-сателітів.

А тепер перерахуємо основні позитивні наслідки створення запроектованої на перспективу Ул`янівської СЗГ.

1) по-перше, спочатку буде забезпечений бездефіцитний баланс гумусу на площі 5717.6 га, а у перспективі нарощування його вмісту, що за інших рівних умов потягне за собою зростання врожайності сільськогосподарських культур;

2) по-друге, будуть створені 208 нових робочих місць, з яких на тваринницьких об'єктах 147 і у виробництві продукції зернофуражних та кормових культур 61. Разом з тим будуть створені робочі місця у підрозділах промислової переробки сільськогосподарської сировини, підрозділах виробництва будівельної продукції, підрозділах виробничої та соціальної інфраструктури у розрахунку вісім на одне з 208 нових робочих місць;

3) по-третє, в Ул`янівській СЗГ буде щорічно вироблятись:

- молока 2730*6=16380тонн;
- живої ваги вибракованих тварин 416 тонн;

в тому числі зверхремонтний молодняк у віці 20 днів, реалізований у м`ясний підкомплекс СЗГ 125 тонн;

- звичайного гною 38500 тонн, або біоорганічного добрива 30800 тонн;
- біогазу – 1,54 млн м^3. Цієї кількості достатньо для виробництва 960 тонн дизельного палива, або близько 9,0 млн кВт.годин електроенергії.

Цілком зрозуміло, що перераховані вище обсяги продукції будуть одержані на виході перероблюючої підсистеми перспективних крупних високотехнологічних тваринницьких комплексів лише за умови якісного маркетингу та менеджменту. Все це дозволить сформувати повноцінні фонди оплати праці зайнятих на них працівників та фонди відрахувань на розвиток соціальної сфери Ул`янівської сільської агломерації.

ЛІЗІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОНОВЛЕННЯ СКЛАДУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В АГРОВИРОБНИЦТВІ

Артюшенко Ю.С., студентка,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

У 2010 році традиційно залишається проблема забезпечення сільськогосподарських підприємств основними технічними засобами. Технічне забезпечення сільського господарства знаходиться на дуже низькому рівні. Селяни виконують необхідні технологічні операції технічними засобами,зношеними на 80-90%,які залишилися ще з радянських часів. Причому ця застаріла техніка потребує значних коштів для підтримання її в робочому стані,а якість виконаних нею робіт є дуже низькою. Внаслідок цього сільськогосподарські підприємства втрачають великі обсяги врожаю. Нині кількість списаної техніки перевищує кількість придбаної більш як у десять разів. На селі майже припинилися процеси відтворення й оновлення матеріально-технічної бази.

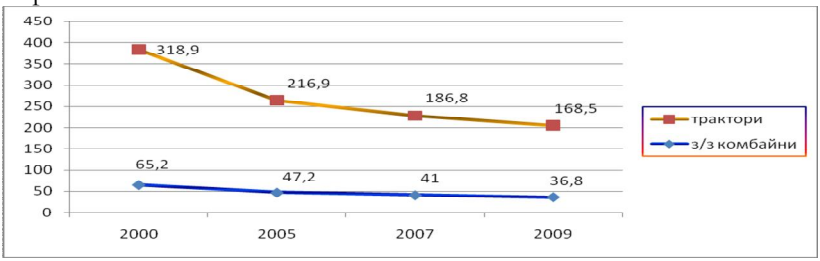

Рис.1. Динаміка чисельності основних видів сільськогосподарської техніки в сільгосппідприємствах у 2000-2009 рр. [1]

Особливо гостро стоїть проблема джерел оновлення складу основних засобів в агровиробництві. Внаслідок щорічного зменшення кількісного складу машинно-тракторного парку та його балансової вартості у сільськогосподарських підприємств втрачаються можливості власних традиційних джерел оновлення й поповнення машинно-тракторного парку,таких як амортизаційний фонд і прибуток (табл.1)

Крім вищенаведених джерел,існують кошти,що надходять до сільськогосподарських підприємств у відповідності з наданою Законом України «Про податок на додану вартість» пільгою по ПДВ,яка дозволяє залишати сальдо між податковим зобов'язанням і кредитом у

сільськогосподарських підприємствах на наявності документів про використання цих коштів на купівлю матеріально-технічних ресурсів виробничого призначення.

Таблиця 1

Динаміка основних власних джерел оновлення основних фондів у сільськогосподарських підприємствах,млн.грн [2]

Показник	2000	2005	2008	2009
Сума амортизаційних відрахувань	13164,6	7027,8	8419,1	9208,5
Чистий прибуток (збиток)	-121,4	1253,2	5462,1	7120,0

За розрахунками фахівців нормативна сума на оновлення основних виробничих фондів,за ідеальних умов,у тому числі за наявності достатньої кількості коштів у сільськогосподарських підприємствах,повинна біти на рівні 17 млрд. грн. на рік

Практично всі кошти, які б мали інвертуватися в техніку й обладнання використовуються переважно на фінансування оборотного капіталу,в тому числі на купівлю насіння,паливно-мастильних матеріалів,мінеральних добрив,сплату банківських процентів за кредит тощо. Цим змінюються принципи фінансування сільськогосподарських підприємств, і, як наслідок, ці процеси сприяють вимиванню капіталу із сільськогосподарської галузі. У такій ситуації сільськогосподарські підприємства вимушені дедалі більше залучати сторонні організації для виконання основних технологічних операцій для виконання основних технологічних операцій, втрачаючи власні прибутки; вдаватися до допомоги позикових джерел,таких як, довгострокові кредити банків, емісія облігацій, цільовий державний кредит, податковий інвестиційний кредит та лізинг .

Довгострокові кредити не є ефективним джерелом фінансування відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств. Причини цього – високі процентні ставки за кредитами, низька кредитоспроможність сільськогосподарських підприємств. Лізинг є альтернативою довгостроковому банківському кредитуванню. Переваги лізингу складаються у відсутності іммобілізації коштів на придбання основних фондів, можливості використання їх на правах оренди.

Розглянемо ситуацію, коли керівництво підприємства вважає економічно доцільним придбати основні засоби за схемою фінансового лізингу. Можливо, у агровиробника немає необхідних ресурсів для оновлення складу основних засобів за власний рахунок

або такий спосіб вважають економічно недоцільним. Як і у випадку з кредитними коштами, генеруючи прибуток шляхом використання активів,придбання основних засобів здійснюють протягом строку їх корисного використання. Зауважимо, що об'єктом лізингу може бути нерухоме і рухоме майно,призначене для використання в якості основних фондів, не заборонене законом до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг.

На відміну від варіанта з отриманням кредиту на придбання основних засобів, лізингоодержувач отримує не гроші, а необхідне обладнання і поступово, у терміни, визначені контрактом, відшкодовує лізингодавцю вартість цього обладнання. У підсумку, оформивши договір фінансового лізингу та сплативши авансовий платіж, підприємство отримує необхідне обладнання. Лізингові платежі за договором фінансового лізингу відносять до валових витрат підприємства, тобто ресурс для їх оплати формується на підприємстві до сплати податку на прибуток.

За досить простої схеми забезпечення предмет лізингу виступає гарантом безперервного фінансування договору. У порівнянні з кредитним договором початкові капіталовкладення менші, тому й вільні активи підприємства більші. По закінченні терміну дії договору фінансового лізингу, після сплати останнього платежу предмет лізингу переходить у власність підприємства за залишковою вартістю. До недоліків цього джерела фінансування для підприємства слід віднести те, що у фінансовий лізинг не можуть передаватися нематеріальні активи,корпоративні права, сировина, матеріали та цінні папери.

З кожним роком лізинг стає все більш поширеним на теренах України. Розповсюджений при купівлі та оновленні складу основних засобів у агровиробництві, він зміцнює позиції у державних закупівлях. Однак щоб зробити лізинг більш конкурентоспроможним фінансовим інструментом на ринку фінансових послуг, слід суттєво удосконалити вітчизняне законодавство. Пошук шляхів удосконалення чинного законодавства з метою наближення його до світової практики нормативно-правового регулювання лізингових відносин є перспективою наших подальших досліджень. Лізинг дозволяє підприємству придбати основні засоби за наявності у нього мінімального власного капіталу.

Порівняння джерел фінансування з точки зору оподаткування також свідчить на користь лізингу. Але остаточний вибір джерела фінансування придбання основних засобів слід здійснювати за результатами фінансового аналізу. Слід зазначити, якщо підприємство

лише розпочинає свою діяльність, лізинг стає практично безальтернативним варіантом.

Інвестування у майновій формі знижує ризик неповернення коштів порівняно із кредитом. Лізингове майно не зараховується на баланс лізингоодержувача, що звільняє його від сплати податку на це майно. Лізингова угода укладається швидше,ніж кредитна, вимагаючи меншої кількості різного виду довідок від клієнта. При цьому графік погашення заборгованості розробляють індивідуально для кожного замовника, що не завжди можливо при звичайному кредитуванні.

Література.

1. Сільське господарство України 2009.Статистичний збірник.- Держкомстат України, 2010. - с. 194.

2. О.Ярославський Проект «Аграрна політика для людського розвитку» [Електроний ресурс].

3. Господарський процесуальний кодекс України : Офіційний текст із змінами/ Мін- во юстиції України. – К., 2009. – 128 с. – (Кодекси України). – ISBN 966-7752-70-4.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Красноруцький О.О.

РОЛЬ І ЗАВДАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Беспалов Г.В., магістрант,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Кадрова політика – це сукупність соціально-правових, організаційно-економічних і психологічних заходів в держави з формування. Використання і відтворення трудового (кадрового) потенціалу [1].

Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації.

Основними завдання кадрової політики є:

- своєчасне забезпечення підприємства (організації) персоналом необхідних професій та кваліфікації й у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;

- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Основні різновиди кадрової політики:
- політика добору кадрів;
- політика професійного навчання;
- політика оплати праці;
- політика формування кадрових процедур;
- політика соціальних відносин.

Кадровою політикою традиційно вважають систему правил і норм, що приводять людські ресурси організації у відповідність до стратегії компанії. Тому методи роботи з персоналом підприємство використовує згідно з обраною концепцією бізнесу.

Метою кадрової політики є забезпечення збалансованості процесів поновлення та збереження кількісного та якісного складу кадрів. Безумовно, що основними факторами впливу на кадрову політику фірми є стан зовнішнього середовища та ситуація на ринках послуг і праці [2].

Кадрова політика в умовах ринкової економіки передбачає, перш за все, підходити до роботи з кадрами, розглядаючи її в нерозривному зв'язку з сутністю проблем, що вирішуються на даному етапі, підбираючи кадри у відповідності з новими задачами. Вирішальним критерієм при підборі та оцінці кадрів, перш за все керівних кадрів, є їх відношення до роботи в умовах ринку, причому відношення не на словах, а на ділі. Особливе значення має висунення і підтримка людей ініціативних, мислячих, енергійних, які можуть і бажають на практиці активно просувати в життя курс на розвиток підприємства в умовах ринкової економіки.

Особлива увага приділяється використанню людського фактору, підвищенню якості і творчої віддачі інтелектуального, кадрового потенціалу, покращенню підготовки і використання спеціалістів.

Кадрова політика в організації може відігравати пасивну, превентивну та активну роль.

Пасивна роль кадрової політики зводиться до ліквідації негативних наслідків конфліктів, коли керівництво врегульовує суперечку без прагнення виявити чи усунути її причину.

Превентивна роль базується на діагностиці персоналу та прогнозуванні кадрової політики на середньостроковий період.

Активна роль кадрової політики надає можливість розробки цільових кадрових програм, їх корекції на основі постійного

моніторингу службової ситуації та відповідно до змін зовнішнього середовища [3].

Кадрова політика – один із найважливіших інструментів активної дії на всі процеси, що відбуваються в колективі, в тому числі і на розвиток економіки країни, тому що вирішення багатьох господарських питань, які виникають, багато в чому залежить від правильності використання кадрів.

Робота з кадрами відноситься до ключових моментів діяльності будь-якого підприємства як елемента економіки держави.

Сучасний етап політичного і економічного розвитку не може обійтися без енергійних, творчо мислячих керівників, які вміють аналізувати ситуацію, чітко формувати цілі та виявляти альтернативи, володіти методами їх об'єктивної оцінки, брати на себе відповідальність в складних ситуаціях.

Зростання ролі людського фактору в сучасному виробництві підтверджується результатами досліджень провідних американських вчених. Вкладення в людські ресурси і кадрову роботу стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності і виживання фірм.

Кадрова політика набуває все більш важливе значення як фактор підвищення конкурентної спроможності, довгострокового розвитку. Більшість спеціалістів формулюють сучасну концепцію управління людськими ресурсами достатньо широко, підкреслюючи її відмінності за критеріями оцінки ефективності (більш повне використання потенціалу співробітників, а не мінімізація витрат); за ознакою контролю (самоконтроль, а не зовнішній контроль); за переважною формою організації (органічна, гнучка форма організації, а не централізована бюрократична) тощо. При цьому ними відмічається наявність тенденції до підвищення ролі аналітичних функцій кадрових служб, особливо в останні два десятиліття. Характерна риса в організації роботи з персоналом в рамках нової концепції – прагнення кадрових служб до інтеграції всіх аспектів роботи з людськими ресурсами, всіх стадій їх життєвого циклу з моменту найму до виплати пенсійної винагороди.

Велике значення має розробка підходів до оцінки роботи службовців і управлінського апарату. Метою акції з вирішення цієї проблеми є не скорочення робочих місць, а раціоналізація праці шляхом оцінки всіх операцій, які проводяться. Фіналом є визначення ідеальної схеми функціонування адміністративної ланки підприємства. Для цього конкретними діями є: перепідготовка персоналу, переорієнтація і навіть реорганізація деяких підрозділів.

Література.

1. Александрова А.І. Ринок робочої сили та проблеми зайнятості населення / А.І. Александрова // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 71. – Харків: ХНТУСГ, - 2008. – 440 с.

2. Липсиу Й.В. Секреты умелого руководителя: [Текст] / - Й.В. Липсиу. - М.: Экономика, - 2001. – 320 с.

3. Основы менеджмента и маркетинга: [Учебник] / Под ред. Р. Садогорова. - Минск.: Высшая шк., - 2000. – 382 с.

Науковий керівник – доцент Бобловський О.Ю.

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Білоцерківський О.Б., к.е.н., Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Економічний ефект відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати промислового виробництва на підприємстві (в галузі чи в промисловості в цілому). До таких показників відносять обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції, величина одержаного прибутку, економія тих або інших видів виробничих ресурсів або загальна економія від зниження собівартості продукції тощо. Для визначення економічної ефективності енергозберігаючих заходів (проектів) використовується система економічних показників. У цій системі використовують вартісні показники використання енергоресурсів і супутніх виробничих процесів з метою визначення можливих витрат та результатів.

В цілому розрізняють два метода оцінки економічної ефективності: 1) від реалізації організаційно-технічних заходів (ОТЗ) щодо енергозбереження; 2) від вкладення інвестицій в енергозберігаючі проекти.

1. Методи оцінки економічної ефективності заходів з енергозбереження

Основою для оцінки ефективності ОТЗ з енергозбереження є такі показники фінансової діяльності підприємства протягом одного розрахункового періоду:

а) Для рентабельних підприємств – ріст прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства:

$$\Delta П_i = П_{2i} - П_{1i}, \quad (1)$$

де $П_{1i}, П_{2i}$ – прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства протягом і-го розрахункового періоду до і після реалізації ОТЗ відповідно.

б) Для тимчасово збиткових підприємств – зменшення збитковості підприємства:

$$\Delta З_i = З_{2i} - З_{1i}, \quad (2)$$

де $З_{1i}, З_{2i}$ – збиток підприємства протягом і-го розрахункового періоду до і після реалізації ОТЗ відповідно,

Зміна показника прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства в *і*-му розрахунковому періоді внаслідок реалізації ОТЗ щодо енергозбереження, визначається з виразу, що враховує зміну витрат по окремих статтях:

$$\Delta П_i = \sum_{i=1}^{N_П} \Delta \hat{А}_{п1^з} + \Delta \hat{А}_{ên.^з} + \Delta \hat{А}_{å.^з} + \Delta \hat{А}_{ñ.ç.^з} + \Delta \hat{А}_{íá.^з} + å \cdot \hat{К}_{â}, \quad (3)$$

де $N_П$ – кількість видів палива, що використовується на підприємстві; $\Delta \hat{А}_{п1^з}$ – зміна вартості одного виду палива, що спожите за *і*-й розрахунковий період внаслідок реалізації ОТЗ з енергозбереження; $\Delta \hat{А}_{ên.^з}$ – зміна вартості купівельної тепло енергії за. *і*-й розрахунковий період внаслідок реалізації ОТЗ; $\Delta \hat{А}_{å.^з}$ – зміна вартості електроенергії, спожитої за *і*-й розрахунковий період; $\Delta \hat{А}_{ñ.ç.^з}$ – зміна суми платежів за забруднення довкілля за і-й розрахунковий період, зумовлена проведенням ОТЗ; $\Delta \hat{А}_{íá.^з}$ – зміна експлуатаційних витрат на обслуговування технологічного устаткування за і-й розрахунковий період, зумовлена реалізацією організаційно-технічних заходів; $е$ – внутрішня норма ефективності; $\hat{К}_{â}$ – капітальні витрати, пов'язані з реалізацією ОТЗ.

Оцінка ефективності ОТЗ з технологічного енергозбереження за розрахунковий період експлуатації енергозберігаючого устаткування проводиться з урахуванням інтегрального дисконтування зміни прибутку та норми внутрішньої ефективності або максимального розміру банківської облікової (дисконтної) ставки, при якій кредит на реалізацію ОТЗ може бути погашений протягом терміну реалізації заходів.

2. Методи оцінки ефективності інвестицій в енергозбереження

Для оцінки інвестицій сьогодні використовують такі методи:

1. Метод визначення чистої поточної вартості.
2. Метод розрахунку рентабельності інвестиції.
3. Метод розрахунку внутрішньої норми прибутку.

2.1. Метод визначення чистої поточної вартості (ЧПВ) ґрунтується на визначенні чистої поточної вартості, на яку цінність фірми може збільшитися в результаті реалізації інвестиційного проекту. Він ґрунтується на двох передумовах:

- будь яка фірма прагне до максимізації своєї цінності;
- витрати в різний час мають неоднакову вартість.

Чиста поточна вартість ЧПВ – це різниця між сумою грошових поступлень (грошових потоків), одержаних у результаті реалізації інвестиційного проекту, і дисконтованих до їх поточної вартості, та сумою дисконтованих поточних вартостей всіх витрат (грошових потоків), які необхідні для реалізації цього проекту. Формула розрахунку чистої поточної вартості буде мати такий вигляд:

$$\text{ЧПВ} = \sum_{i=1}^{n} \frac{\text{ПК}_i}{(1+k)^i} - \text{П}_0\text{ВК}, \qquad (4)$$

де *ПК* – поступлення коштів (грошовий потік) в кінці періоду і; *П0ВК* – початкове вкладення коштів.

Якщо чиста поточна вартість проекту *ЧПВ* позитивна, то це означає, що внаслідок реалізації цього проекту цінність фірми зросте і отже, інвестування піде її на користь, тобто проект можна вважати прийнятним.

Однак інвестор може попасти в ситуацію, коли проект допускає не "разові витрати – тривалу віддачу", а "тривалі витрати – тривалу віддачу", тобто звичайну ситуацію, коли інвестиції здійснюються не в один момент, а по частинах – протягом декількох, місяців або навіть років.

Тоді чиста поточна вартість визначається за формулою:

$$\text{ЧПВ} = \sum_{i=1}^{n} \frac{\text{ПК}_i}{(1+k)^i} - \sum_{i=1}^{n} \frac{\text{ІВ}_i}{(1+k)^i}, \qquad (5)$$

де *ІВі* - інвестиційні витрати в період і.

Особливою ситуацією є розрахунок *ЧПВ у* випадку вкладення коштів у проект, тривалість якого, очевидно, не обмежена. У таких випадках для визначення *ЧПВ* можна використати таку формулу:

$$\text{ЧПВ} = \sum_{i=1}^{n} \frac{\text{ПК}_i}{k \pm g} - \text{П}_0\text{ВК}, \qquad (6)$$

де ПК_i - поступлення грошових коштів в кінці першого року

після здійснення інвестицій; *g* - постійний темп, в якому, як очікується, в подальшому буде відбуватися щорічний ріст грошових поступлень.

Метод *ЧПВ* можна використовувати при різних комбінаціях початкових умов, при цьому можна знайти економічно раціональне рішення. Однак цей метод дає відповідь тільки на питання, чи сприяє варіант інвестування, що аналізується, росту цінності фірми або багатства інвестора взагалі, але ніяк не свідчить про відносну міру такого росту. Ця міра завжди має велике значення для будь - якого інвестора. В зв'язку з тим використовують другий показник – *метод розрахунку рентабельності інвестиції.*

2.2. Метод розрахунку рентабельності інвестиції. Рентабельність інвестицій PI – це показник, який дозволяє визначити, в якій мірі росте цінність фірми(багатство інвестора) в розрахунку на 1 грн. інвестицій. Цей показник визначають за формулою

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{ÏK_i}{(1+k)^i}}{Ï^2}, \qquad (7)$$

де *ПІ* - початкові інвестиції; *ПК*$_i$ - грошові поступлення першого року, що будуть одержані завдяки цим інвестиціям.

Якщо при визначенні чистої поточної вартості *ЧПВ* має місце "тривалі витрати – тривала віддача", то формула (7) матиме вигляд

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{ÏK_i}{(1+k)^i}}{\frac{²Â_з}{(1+k)^i}}, \qquad (8)$$

де $²_з$ - інвестиції і-го року.

2.3. Метод розрахунку внутрішньої норми прибутку. Внутрішня норма прибутку або внутрішній коефіцієнт окупності інвестицій *(ВКОІ),* представляє собою рівень окупності коштів і за своєю природою близький до різного роду процентних ставок, які застосовуються в різних аспектах фінансового менеджменту. Найближчими до внутрішньої норми прибутку можна вважати:

- дійсну (реальну) річну ставку прибутковості, що пропонується банками за своїми заощадженими рахунками;

- справжню (реальну) ставку відсотка за позикою за рік, яка розрахована за схемою складних відсотків через неодноразове погашення заборгованості протягом року (наприклад, кожний квартал).

Якщо повернутися до рівнянь (4) і (5), то *ВКОІ* – це таке значення *k*, при якому *ЧПВ* буде рівна нулю.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ СТРУКТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ, ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ЇХ РИНКОВО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Власенко Т.В., старший викладач,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Світовий досвід навчає, що всі господарські організації (фірми), які успішно здійснюють ринково-підприємницьку трансформацію внутрішнього середовища багато уваги приділяють оптимізації виробничої структури. Це пояснюється тим, що саме вона лежить в основі блоку структурних змінних, на якій надбудовуються організаційна структура та організаційна структура управління. Всі ці структурні змінні уявляють ієрархії:

- виробнича структура – галузево-функціональних виробничих блоків;
- організаційна структура – формальних груп операційних працівників,

взаємозалежних та взаємодіючих одна з одною і кожна з яких має свою конкретну задачу та обов'язки;

- організаційна структура управління – формальних груп та окремих працівників сфери управління, тобто органів управління, покликаних координувати виробничу діяльність формальних груп операційних працівників, які вони очолюють.

Цілком зрозуміло, що якими б досконалими не були організаційна структура та організаційна структура управління вони не здатні сповна реалізувати свій позитивний потенціал за умови базування на неоптимальну виробничу структуру. Нажаль саме такою вона є в багатьох організаціях аграрного профілю України і Харківщини зокрема. Тому оптимізацію виробничої структури таких організацій є всі підстави розглядати, як невідкладне першочергове завдання.

Ознайомлення з дослідженнями та публікаціями, орієнтованими на пошук шляхів врегулювання проблем, пов'язаних із здійсненням оптимізації виробничої структури організацій аграрного профілю дозволяє прийти до висновку, що вони тісно пов'язані з проблемами

відродження тваринництва. В основу проектних пророблень, щодо оптимізації виробничої організації аграрного профілю, мають бути покладені надбання нової парадигми управління, відомої як «тиха управлінська революція» та її «продуктів» - стратегічного та глобального менеджменту.

Одним з основних положень нової парадигми управління є визнання того, що:

- будь-яка господарська організація є відкритою системою і має розглядатись у єдності внутрішнього і зовнішнього середовища;
- головні передумови успіху організації (фірми) знаходяться у зовнішньому середовищі.

Оскільки стратегічний менеджмент і його складова - стратегічне планування розглядаються як «продукти» нової парадигми управління, то його методологія є разом з тим і методологією оптимізації виробничої структури організацій аграрного профілю. Тому, правомірними є в ході проектних пророблень, орієнтованих на оптимізацію останньої також методи стратегічного планування і метод сценаріїв майбутнього зокрема. Як правило такі сценарії являють собою якісний опис.

Тому оптимізацію виробничої структури окремої організації аграрного профілю не можна починати доти, поки не будуть опрацьовані програми ринково-підприємницької трансформації її зовнішнього середовища, яке має дворівневу побудову:

- перший рівень - внутрішнє середовище сільської агломерації, на яку базується організація, що є об'єктом досліджень;
- другий рівень – внутрішнє середовище адміністративного району, до складу якого відноситься сільська агломерація, на яку базується дана організація.

В даний час в Україні розгортається процес опрацювання програми ринково-підприємницької трансформації зовнішнього середовища організацій аграрного профілю, як адміністративних районів так і окремих сільських територій.

Аналіз таких проектів показав, що саме такі проокблення вже проводились як у зарубіжних країнах, так і у колишньому СРСР. Так, наприклад, у СРСР були опрацьовані, а потім і реалізовані проекти внутрішньорайонної спеціалізації та концентрації тваринництва в адміністративних районах. Вони передбачали укрупнення сільських агломерацій і впровадження крупно-технологічних тваринницьких

комплексів. У минулому сторіччі в кожному адміністративному районі були введені в експлуатацію такі тваринницькі комплекси:

- один або два відгодівельних зверх ремонтного молодняка ВРХ;
- один або два свинарських;
- вівчарський;
- один або два птахівничих;
- молочного напрямку в усіх інших господарських суб'єктах.

Все це робилося в умовах відсутності приватної власності на засоби виробництва і вироблену продукцію. Саме тому очікуваний ефект від впровадження цих систем одержати так і не вдалося.

Більш вдалим виявилося перехоплення досвіду СРСР розвинутими країнами Заходу, де в даний час аналогічні системи успішно функціонують на засадах стратегічних альянсів. Кожний такий альянс являє собою інтегровану виробничу аграрну, або агропромислову систему (інтегровану систему бізнесу «ІСБ»). В деяких виданнях її називають сільським АПК.

Системоутворюючим ядром такого об'єднання виступають, або крупно-технологічний тваринницькій об'єкт, або об'єкт переробної харчової промисловості. На практиці частіш за все зустрічаються технологічні тваринницькі комплекси (ТТК), які можуть бути трьох видів, виділених за ознакою наявності власної кормової бази.

1. Засновник ТТК має власну кормову базу, здатну забезпечити повне задоволення потреби в кормах і основою якої є сіяна кормова площа – власна , або орендована. Проблема позбавлення від гною тут майже відсутня, адже практично весь гній вироблений на ТТК використовується в межах власної сіяної кормової площі. Продуктивне співіснування тваринництва і рослинництва в межах такої організації аграрного профілю є вагомим критерієм оптимальності їх співвідношення, а відтак і оптимальності виробничої структури організації в цілому.

2. Засновник ТТК також має власну кормову базу, але її розміри є недостатніми для повного задоволення потреби в кормах. Дефіцит кормів власного виробництва обумовлює потребу у закупці кормів. Джерелом їх надходження є розташовані поблизу сусідські організації аграрного профілю, які не утримують поголів'я сільськогосподарських тварин, а тому не виробляють тваринницьку продукцію. Разом з тим ці організації аграрного профілю мають

рослинницьку спеціалізацію і зацікавлені в одержані гною, виробленого на ТТК. Відсутність тваринництва не є критерієм не оптимальності їх виробничої структури. В даному випадку є всі підстави для створення стратегічного альянсу, засновниками якого будуть організація-власник ТТК і організації, які постачатимуть недостаючи обсяги кормів і купуватимуть у неї гній.

3. Засновник ТТК не має землі в обробітку, що породжує одразу дві проблеми:

- проблему покупних кормів;
- проблему позбавлення від гною.

Тому іншого шляху врегулювання цих проблем крім створення стратегічного альянсу з оточуючими організаціями аграрного профілю у власника ТТК просто немає. У створенні стратегічного альянсу мають бути зацікавлені і організації, що постачатимуть корми тому що вони одержують гарантований ринок збуту виробленої ними продукції.

Із сказаного вище випливає висновок про особливості впливу виробничої структури організацій учасників виробничого об'єднання. Так у першому випадку вплив виробничої структури охоплюватиме як виробництво продукції тваринництва ,так і виробництво продукції зернофуражних кормових культур в межах землеволодіння засновника ТТК. У другому випадку вплив на ефективність його функціонування охоплюватиме:

- в межах землеволодіння засновника ТТК сумарний ефект на виході його операційної системи, від виробництва продукції як тваринництва так і рослинництва;
- ефект на ринку покупних кормів і гною.

Одним з об'єктів досліджень, проведених на кафедрі організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ імені Петра Василенка сільськогосподарське ТОВ ім. Ватутіна Івано-Шийгинської сільської ради Богодухівського району Харківської області. За станом на кінець 2010 року це господарство володіло 2356,48 га ріллі та 56,7 га багаторічних плодових насаджень, нараховувало 130 зайнятих та утримувало 407,6 умовних голів, або по 0,178 голови на 1 га, при потребі як мінімум 0,6 голів на 1 га.

Згідно з проектом внутрішньорайонної системи спеціалізації та концентрації в межах району передбачено на базі існуючих 23 сільських агломерації створити дев'ять стратегічних зон

господарювання СЗГ. В одну з них - Сіннянсько-Івано-Шийгинську має увійти сучасна Івано-Шийгинська сільська агломерація. Цю СЗГ передбачено спеціалізувати на виробництві свинини. Загальна площа ріллі в її межах складатиме 8318,37 га, чого достатньо для створення тут ТТК потужністю 25000 голів молодняка знятого з відгодівлі у віці сім місяців та живою вагою 100кг, а також локально-допоміжної молочної ферми на 140 корів з річним надоєм не менше 6000 кг на одну корову.

Згаданий вище ТТК буде системоутворюючим ядром майбутньої СЗГ свинарського напрямку. Її власником має бути найбільша організація з числа організацій засновників, яких за станом на кінець 2010 року було 22. Найбільшою з них було СТОВ ім. Ватутіна (2356,48 га), а найменшою ФГ «Берізка» (30,16 га).

Загальна мінімальна потреба СЗГ у поголів'ї сільськогосподарських тварин для забезпечення бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті складатиме близько 5000 умовних голів. Розрахункова чисельність поголів'я на ТТК свинарського напрямку складатиме близько 6700 умовних голів.

Потреба ТТК свинарського напрямку у сіяній кормовій площі складатиме 6750 га, тоді як власник володіє усього 2356,48 га. З цієї площі можна буде виділити не більш ніж 80%, тобто 1885,0 га. Отже дефіцит сіяної кормової площі складатиме 4865,0 га, або 72,0%. Цей дефіцит можна буде перекрити лише за рахунок землеволодінь інших організацій-засновників СЗГ, числом 21, сума яких складатиме 5361,89 га (8318,37-2356,48). Цієї площі буде достатньо не лише для покриття дефіциту 4865,0 га, а ще й для товарних посівів інших сільськогосподарських культур на площі близько 1100,0 га. Разом з тим інші організації-засновники СЗГ будуть звільнені від утримання сільськогосподарських тварин, адже в обмін за продукцію зернофуражних та кормових культур, реалізовану на ТТК, вони одержуватимуть від нього органічні добрива.

Щоб все це стало можливим треба сформувати в межах СЗГ виробниче об`єднання кластерного типу, в якому одержують статус організації-лідера СТОВ ім. Ватутіна, а статуси організацій-сателітів всі останні організації-засновники СЗГ. Успіх функціонування такого виробничого об`єднання також буде залежатиме від оптимальності виробничої структури організацій-учасників і організації –лідера перш за все.

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вознюк Д.Ю., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Ефективне функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку вимагає чіткого усвідомлення його завдань та можливостей функціонування. Обсяги виробництва продукції, ціна її реалізації, пошук надійних партнерів щодо постачання необхідних ресурсів та збуту власної продукції – ось основні завдання , що стоять перед підприємствами в сучасних умовах. Створення маркетингових підрозділів та ефективна організація їх функціонування може бути шляхом вирішення поставлених завдань.

Одним з головних підходів щодо організації діяльності суб'єктів на ринку є маркетингова діяльність. Основний зміст якої полягає у дослідження кон'юктури ринку та визначенні обсягів його ємності. Важливим також є ефективність зусиль підприємства щодо задоволення суспільного попиту. В цьому контексті виділяють різні підходи, такі як: мережевий, плановий та дійовий [1]. Названі підходи взаємопов'язані і лише у комплексі дозволяють говорити про ефективну організацію маркетингової діяльності.

Тривалий період розвитку маркетингу, особливості та умови його використання в різних країнах та галузях зумовили існування різних видів маркетингових стратегій. Окремо називають цільовий маркетинг, стимулюючий, розвиваючий, протидіючий, підтримуючий, соціально-етичний та ре-маркетинг [2]. Під концепцією маркетингу розуміють сукупність принципів, що утворюють основу маркетингу в галузях виробничої та комерційної діяльності. Котлер Ф. Вважає, що концепція маркетингу – орієнтація на потреби споживача, підкріплена комплексними зусиллями маркетингу, спрямованими на створення споживацького задоволення як основи для досягнення цілей [3.]

Сільськогосподарська продукція у своїй більшості має нееластичний попит. Всі її види у кінцевому вигляді використовуються населенням для щоденного споживання. Проте підприємства орієнтуються у формуванні товарної політики переважно не на потреби ринку та вимоги споживачів, а на власні виробничі

можливості і так званий стартовий капітал. Спеціалізація підприємств на зерновій та технічній продукції сприяє певним змінам у функціонуванні аграрного ринку, коли більшість його операторів працює саме із такою продукцією. Постійна увага і з боку уряду та посередників сприяє збільшенню реалізаційного ланцюжка та формуванню додаткових витрат споживачів. Проблематичним є завдання щодо зберігання продукції та формування збутової мережі, як того вимагає безперебійна реалізація сільськогосподарської продукції та продукції її переробки. Проте саме це створює додаткові труднощі у формуванні маркетингової стратегії підприємств, у вигляді додаткових витрат часу та коштів.

Необхідно зауважити, що підприємства маркетингової орієнтації виробництва за основу приймають потреби споживачів, а потім формують свою виробничу та маркетингову стратегії, звичайно прогнозуючи їх реакцію та вплив ризикових факторів. Для сільськогосподарських підприємств цей підхід не є виправданим, оскільки вони належать більше до техніко-технологічного типу. Розраховуючи на власні ресурси важко відповідати ринковим потребам та змінювати товарну стратегію. Тому процес організації їх маркетингової діяльності повинен базуватися на поєднанні ринкових потреб та внутрішніх можливостей підприємства. Тільки після цього можна формувати маркетингову стратегію або «маркетинг-мікс». Виконання таких запланованих заходів вимагає створення маркетингової управлінської структури та постійного контроля.

Науковці пропонують для організації маркетингової діяльності в малому агробізнесі використовувати такі етапи як: дослідження ринку; прогнозування та планування; організація діяльності; координація та контроль процесом маркетингу, оцінка ефективності маркетингової служби [4]. Вважаємо такий підхід правильним, оскільки він поєднує життєво необхідні функції управління підприємством з кінцевим результатом його діяльності. Проте дослідження показують, що він не може бути втілений у практику, оскільки у агроформуваннях середнього і малого бізнесу, відсутні маркетингові плани, а ефективність маркетингової діяльності взагалі не визначається. За нашими дослідженнями, у більшості сільськогосподарських підприємств маркетингові підрозділи знаходяться у зародковому стані і лише розпочинають свою маркетингову діяльність.

Спеціалізація на зернових та технічних культурах сприяє високому рівню залежності підприємства від держави та її закупівених цін, що активно впливає на цінову ситуацію на ринку і у разі

несприятливих умов для товаровиробника дозволяють ринковим операторам отримати високі прибутки. Це впливає на повільне впровадження маркетингової науки у виробництво.

Так маркетингової служби в приватному підприємстві «Агропрогрес» Кегичівського района Харківської області не існує. Однак її функції частково виконує планово-економічний відділ. Він займається розробкою фінансового плану підприємства та визначенням ціни реалізації. Відповідно до цього формується і цінова політика та обираються необхідні методи ціноутворення. Використанням такого інстуменнту маркетингу як товарна політика опікується головний агроном, який згідно обгрунтованої сівозміни визначає товарну стратегію щодо продукції ростинництва та розраховує планові показники щодо обсягів виробництва такої продукції. Комерційна діяльність господарства націлена на обласний ринок, де воно пропонує такі сільськогосподарські продукти, як пшениця, гречка, соняшник, цукровий буряк, молоко, м'ясо. До основних каналів реалізації продукції відносять :переробні підприємства, такі як: Красноградський та Харківський молокозаводи, Харківський м'ясокомбінат, закупівельно- торгівельні підприємства та деякі інші посередницькі фірми.

Усвідомлюючи необхідність підвищення ефективності функціонування підприємства на ринку, керівництво планує створити маркетинговий підрозділ.

Маркетинг як управління виробничо-збутовою діяльністю в аграрному бізнесі тільки починає свій розвиток. Товаровиробники поки не повною мірою усвідомили значення й можливості інструментарію маркетингу і не приділяють належної уваги його запровадженню їх на практиці. Проте сьогодення свідчить при тимчасовість такої поведінки та розуміння, про небхідність використання нових підходів функціонування на ринку.

Література.

1. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу /Г.О. Андрусенко /. –К.: Урожай, 1995. – 176 с.

2. Голубков Е.Н. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. /Е.Н. Голубков/ .- М.: Дело, 1995. – 192 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. /Ф. Котлер / . – М.: Бизнес-книга, 1995. – 702 с.

4. Беспалов В., Цыпкин Ю. Технология процесса агромаркетинга в формированиях малого бизнеса // АПК: экономика, управление. – 1995. - №3. – С. 34-36

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ОСОБИСТЕ СЕЛЯНСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК ВІДКРИТУ СОЦІО-ЕКОНОМІЧНУ СИСТЕМУ

Войнича Л.Й., асистент,
Львівський національний аграрний університет

Особисте селянське господарство як відкрита соціо – економічна система існує у деякому середовищі, яке умовно поділяють на зовнішнє та внутрішнє. В свою чергу зовнішнє середовище розглядається як зовнішнє середовище прямої дії (так зване мікрооточення) і зовнішнє середовище непрямої дії (так зване макрооточення). До чинників зовнішнього середовища, які прямо впливають на результати роботи особистого селянського господарства можна віднести державу, постачальників, споживачів, конкурентів. До непрямих чинників зовнішнього середовища відносять: стан економіки в країні, науково – технічний прогрес, політичні, економічні, соціальні, демографічні.

Параметри чинників внутрішнього середовища формуються під впливом зовнішнього середовища. До чинників внутрішнього середовища відносять: цілі та потенціал системи.

Функціонування особистих селянських господарств направлене на досягнення наступних цілей: задоволення інтересів членів особистих селянських господарств, досягнення самозабезпечення, економічної незалежності за рахунок сільськогосподарського виробництва; досягнення добробуту і соціальних цілей членів господарства за рахунок отримання від функціонування сільськогосподарського виробництва доходів; забезпечення самозайнятості.

Загалом, використовуючи системний підхід до аналізу внутрішнього середовища особистих селянських господарств, доцільно було б трактувати його як виробничий потенціал. Тобто це наявні засоби, запаси та джерела, що можуть бути використані для досягнення певної мети, розв'язання певного завдання, а також можливостей окремої особи, групи осіб.

Діагностика зовнішнього середовища допомагає отримати

важливу інформацію про умови в яких доводиться працювати особистим селянським господарствам.

Розглянемо основні чинники зовнішнього середовища:

1. Загальний стан економіки, тенденції розвитку постійно змінюють економічне середовище господарювання. До економічних чинників належать: рівень інфляції, цикл розвитку виробництва та економіки, існуюча система оподаткування, умови фінансування, платоспроможність контрагентів і т.д.

Як зазначають науковці, спеціалісти аграрного виробництва, факторами, що спонукають активізувати підприємницьку діяльність в аграрній сфері є:

- скорочення попиту на продукти харчування внаслідок зниження реальних доходів;
- придбання дешевих продуктів, які дають господарствам менші прибутки (хліб, картопля)
- відносно високі ціни на промислову продукцію, зростання транспортних витрат і витрат на енергоносії;
- відносно низька ціна робочої сили.

Власне, таку ситуацію ми спостерігаємо і сьогодні.

2. Політична ситуація – це також важливий аспект, який має враховуватися головою сім'ї у веденні господарства. Настрої адміністрації законодавчих органів у ставленні до бізнесу впливають на такі дії уряду, як оподаткування доходів, вимоги щодо найму працівників, закони на захист споживачів, стандарти на чистоту навколишнього середовища і безпеку праці, контроль за цінами тощо.

В Україні, хоч і повільно, але поступово створюються законодавчі економічні передумови для розвитку особистих селянських господарств як рівноправної форми сільськогосподарського виробництва та їх можливої трансформації в самостійні господарства товарного типу.

3. Будь-яке селянське господарство функціонує щонайменше в одному культурному середовищі. Тому соціокультурні фактори, серед яких переважають настанови, життєві цінності, традиції, впливають на господарство. До них відносяться: ставлення людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей тощо.

4. Демографічні чинники в свою чергу характеризують зміну структури населення за віковими, національними, кваліфікаційними

ознаками, рівнем освіти, доходів, споживацькими перевагами тощо. За твердженнями провідних науковців Інституту аграрної економіки УААН П.Т. Саблуком та К.І. Якубою інтенсивний відплив сільської молоді через незадовільні умови трудової діяльності і проживання в сільській місцевості активізував негативні демографічні процеси.

5. Важливого значення особливо на даному етапі розвитку цивілізації набуває екологічний чинник, тобто відповідність ведення господарювання критерію безпеки людини і навколишнього середовища. До основних факторів впливу на оточуюче середовище, що мають враховуватися і прогнозуватися у селянському господарстві, належать: обсяги викидів у середовище забруднюючих та отруйних речовин; рівень фізичного впливу на середовище; надійність і соціо – екологічна безпека виробничих систем; кількість і якість продукції, що вирощується, її безпечність; стан природного середовища в якому здійснюється виробнича діяльність і розміри можливих незворотних негативних наслідків.

6. З точки зору системного підходу, господарська діяльність – це механізм перетворення входів у виходи. Забезпечують введення ресурсів постачальники. Для особистих селянських господарств у даний вид ресурсів та послуг входять: насіння, корми, молодняк тварин; мінеральні добрива, засоби захисту рослин, ветеринарні препарати, комбікорми, господарський реманент; послуги з оранки, культивації, перевезення продукції, ветеринарного обслуговування, забою тварин; послуги з реалізації продукції рослинництва, тваринництва тощо.

7. Виживання суб'єкта господарювання залежить від його здатності знаходити споживача і задовольняти його попит. Зважаючи на сучасний розвиток торгівельної діяльності з купівлі продукції особистих селянських господарств, проблем з реалізацією практично не виникає. Однак важливе значення при цьому відіграє близькість ринків збуту.

Отже, врахування впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища особистого селянського господарства як відкритої соціо-економічної системи сприятиме підтримці його виробничого потенціалу на рівні здатному забезпечити виробництво якісної продукції сільського господарства для реалізації та власного споживання.

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гадяцький Р.А., аспірант,
Харківський національний аграрний університет
ім. В.В. Докучаєва

За сучасних умов господарювання великого значення набуває поліпшення якості продукції. Ті підприємства, які не позбулися старих стереотипів, у тому числі нехтування якістю продукції, нині зазнали відчутних втрат у конкурентній боротьбі.

Під якістю врожаю розуміють вміст основних органічних речовин у продукції, що зумовлюють мету та доцільність вирощування культури (наприклад, білка в зерні пшениці, цукру в коренеплодах цукрових буряків, крохмалю у бульбах картоплі). Якість продукції можна охарактеризувати як сукупність властивостей, що відображають здатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Якісні атрибути продукту мають економічне та естетичне значення для споживачів. Параметри якості сільськогосподарської продукції передбачають врахування таких характеристик як фізичні властивості, внутрішні особливості, вміст поживних речовин, а також дотримання санітарних норм та правил безпеки. Фізичні атрибути (колір, наявність пошкоджень, розміри, спосіб оформлення та параметри пакувальних матеріалів) піддаються візуальній ідентифікації. Внутрішні атрибути (вміст поживних речовин, смакові якості, дієтичні параметри, наявності сторонніх домішок) – це складові компоненти, що мають важливе значення для споживача, і частково їхня оцінка вимагає застосування фізичних або хімічних аналізів.

Якість плодів і ягід регламентується стандартами, які структурно складаються з вступної частини та розділів, де показано класифікацію, технічні умови (вимоги до якості), правила приймання і методи випробовувань, правила пакування, маркування, транспортування та зберігання.

Вимоги до технологічних процесів при виробництві молока сформульовані ДСТУ 46.069 – 2003 «Молоко коров'яче незбиране. Первинне оброблення, зберігання і транспортування. Основні вимоги.» При цьому враховуються затверджені Головним державним інспектором ветеринарної медицини України ветеринарно-санітарні

правила для молочних ферм, які реалізують молоко за прямими зв'язками або у вільний продаж.

У показниках якості харчових продуктів і продовольчої сировини відображено комплекс ознак і властивостей, притаманних даному виду продовольства, що визначають його харчову цінність і споживчі властивості та дають можливість ідентифікації конкретного харчового продукту чи продовольчої сировини. Документами, що підтверджують якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини, можуть бути декларація про відповідність, сертифікат відповідності чи свідоцтво про визнання відповідності, висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи, свідоцтво про державну реєстрацію, гігієнічний сертифікат, ветеринарні документи (ветеринарна довідка, ветеринарне свідоцтво, ветеринарний сертифікат), сертифікат якості та карантинний дозвіл.

Перш ніж обговорювати питання про взаємозв'язок якості продукції з прибутком, отриманим від її реалізації, необхідне розуміння того, що прибуток не є метою виробничої діяльності, а є наслідком задоволення потреб споживача.

Коли підприємець організує своє підприємство, то в першу чергу він визначає для себе – які потреби своїх майбутніх споживачів буде задовольняти його продукція. Якщо розглядати підприємницьку діяльність у цьому ключі, то прибуток є премією за те, наскільки точно підприємець зміг вгадати бажання споживачів його продукції найдешевшим для підприємця способом. І що точніше він вгадає ці потреби, й що повніше продукція підприємця задовольнить ці потреби, то вище буде прибуток. У цьому випадку прибуток є наслідком усієї діяльності підприємця.

При такому підході до оцінки підприємницької діяльності вимоги загального керування якістю**,** викладені в стандартах ІСО серії 9000, є життєво необхідними для будь-якого підприємства, незалежно від масштабу бізнесу (малого, середнього чи великого).

Успішна діяльність будь-якого підприємства забезпечується випуском продукції, що задовольняє вимогам, описаним у міжнародному стандарті – МС ІСО 9004-1 і викладеним вище. Цей стандарт стверджує, що ці вимоги до продукції можуть бути забезпечені через проектування ефективної системи якості на підприємстві.

Вдалим прикладом зв'язку якості з прибутковістю підприємства є дані наведені у таблиці експортних цін реалізації пшениці за класами якості.

Таблиця 1

Експортні ціни реалізації пшениці за класами якості

Назва товару	Середньозважена ціна за одну тонну з ПДВ, грн.			Ціна USD, середня
	мінімальна	середня	максимальна	
Пшениця м'яка 1клас	1422,14	1422,14	1422,14	180,00
Пшениця м'яка 2 клас	1343,14	1343,14	1343,14	170,00
Пшениця м'яка 3 клас	1279,93	1279,93	1279,93	162,00
Пшениця м'яка 4 клас	1185,26	1185,26	1185,26	150,00
Пшениця м'яка 5 клас	1145,62	1145,62	1145,62	145,00
Пшениця м'яка 6 клас	845,64	1072,51	1106,11	135,75

Як бачимо, ціна реалізації знаходиться у прямій залежності від класності пшениці, тобто чим якісніший товар, тим вища ціна, а отже і прибутковість.

В той же час прибуток є істотним чинником підвищення якісних показників продукції підприємства.

Саме ці два процеси - вплив якості на прибуток і одночасний вплив прибутку на якість є основою успішної роботи підприємства.

Науковий керівник – к.е.н,. доцент Гуторова О.О.

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯ ПЕРЕХОДА К РЫНОЧНЫМ ОТНОШЕНИЯМ

Животкова Ю.А., Вознюк Л.А, студенты,
Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Предприятие малого бизнеса, по определению Управления малого бизнеса, - это независимо управляемая, не доминирующая в области своей деятельности фирма, отвечающая определенным стандартам размеров в плане количества работников и годового объема поступлений.

Мировой опыт и практика убеждают, что важным элементом рыночной экономики является существование и взаимодействие больших, средних и малых предприятий. При этом малое предпринимательство рассматривается не только как дополнение к большому производству, а как самостоятельная форма функционирования и развития современных продуктивных сил – гибкая, жизнеспособная, эффективная, прогрессивная.

Малое предпринимательство – один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта

Активный рост доли малых предприятий в структуре экономики западных стран начал происходить с середины 70-х, начала 90-х годов. На сегодняшний день в наиболее развитых странах Запада малые фирмы составляют 70-90% от общего числа предприятий

Что касается Украины, то развитие малого предпринимательства началось еще в условиях социалистической экономики и своего наибольшего размаха достигло в период рыночной трансформации. Так, за период с 1991 до 2001 года общее количество предприятий которые можно отнести к сфере малого предпринимательства , выросла в несколько раз. В этом секторе экономики работает более 12% общего количества работников, и который формирует около 8% валового внутреннего продукта страны.

Обобщение результатов опроса предпринимателей приводит к выводу, что одной из наиболее острых проблем деятельности, большей части субъектов малого предпринимательства, является проблема поиска и получения финансовых ресурсов, необходимых для авансирования процесса хозяйствования. По этому особое значение для развитии сектора малого бизнеса имеет проблема государственного содействия в финансовом обеспечении предприятия малого бизнеса. В этом направлении можно выделить следующие виды финансово- кредитной помощи.

В Украине же в связи с отсутствием у государства возможностей прямая финансовая помощь практически отсутствует. На сегодняшний день основным способом финансовой поддержки малого бизнеса является банковский кредит.

В реализации государственной политики содействия в развитии предпринимательства активная роль принадлежит также Государственному центру занятости Украины, который согласно

действующему законодательству предоставляет беспроцентные кредиты безработным для занятия предпринимательской деятельностью. Учитывая ограниченные финансовые возможности нашего государства, финансово-кредитная политика может осуществляется на принципах широкого привлечения различных негосударственных источников финансирования.

В частности, финансовые и кредитные рынки, сформировавшиеся за последние годы в Украине, не обеспечивают потребности предпринимательских структур в финансово-кредитных ресурсах. Поэтому для решения проблемы финансового обеспечения субъекты предпринимательской деятельности должны самоорганизовываться, например, в товарищества взаимного финансирования.

Важным фактором, позитивно влияющим на формирование финансового обеспечение малого предпринимательства, может стать применение различных форм государственного и негосударственного обеспечения гарантий, возращения заемных средств предпринимательскими структурами. Хотелось бы заметить, что несомненная перспективность сектора малого и среднего предпринимательства в современной экономике и, следовательно, большой интерес к нему не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисных мер. Но и как долговременное направление структурной политики, естественным образом обеспечивающей органическую смычку воспроизводственных и рыночных процессов в украинском хозяйстве, реализацию современной стратегии экономического роста в течение долговременного перехода. Ибо, именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

Научный руководитель – доцент, к.е.н. Сахненко В.І.І.

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ

Кишка Е.В., Неділько М.Г., студенти,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В Україні сільські території традиційно пов'язуються з агровиробництвом, тоді як розвинені країни характеризуються інтегрованим сільським розвитком, що відбиває комплексні зв'язки і взаємодії сільських економік. З огляду на загальносвітові тенденції зменшення важливості аграрного сектора, сьогодні вже не залишається жодних сумнівів у тому, що концепція сільського розвитку є набагато ширшою порівняно з концепцією аграрного розвитку .

Питання формування соціально-економічних передумов розвитку сільських територій набуває особливо актуального значення, оскільки вимагає від держави і регіонів не лише напруженості організаційної роботи щодо забезпечення соціального становища, а й величезних фінансових ресурсів.

Мета статті – вивчення сучасного стану розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні.

Можна виділити фактори місцевої економіки, на яких засновано формування стратегій подальшого розвитку – це наявність природних ресурсів, матеріальних засобів виробництва (формування інфраструктури), фінансових ресурсів, людського потенціалу, суспільного капіталу – "обличчя цілої громади", взаємозв'язків влади і селян, місця і значення урядових і неурядових організацій у формуванні інституціональної владної системи на селі, а також багатофункціональність розвитку сільської місцевості.

На сільські території покладено виконання низки функцій, які визначаються передусім у можливості формування малого підприємництва на селі (економічна функція), вирішення суспільних і соціальних проблем, можливість одержати додаткові економічні вигоди від туристичної діяльності і створення рекреаційних зон, необхідність забезпечення захисту довкілля, а також створення сприятливих умов для покращання демографічної ситуації на селі.

Є варіант зростання чисельності населення на сільських територіях, і це відповідно призводить до розгляду проблеми розвитку сільських територій і поза межами сільськогосподарських підприємств. Важливого значення набуває офіційне і приховане безробіття;

низький рівень освіти селян; забезпеченість робочими місцями в несільськогосподарській діяльності; недостатній рівень розвитку будь-якої інфраструктури; слабка активність населення і держави щодо формування середнього класу на селі.

При визначені політики стосовно села і сільських територій – необхідно визначити проблеми і цілісно підходити до їх вирішення. Основою стабільного розвитку села є інтегрований підхід. Розвитком сільських територій повною мірою повинні опікуватися всі міністерства, що мають хоча б якесь відношення до сільських територій. Політика повинна бути спрямована на інноваційність, збалансованість розвитку всіх виробництв, перебудову сільськогосподарського і лісного сектора – все це в комплексі дозволить отримати позитивний результат.

Головними принципами, на яких повинна бути побудована державна політика сприяння розвитку аграрного сектора, є гарантування мінімального рівня рентабельності через мінімальні закупівельні ціни і обов'язковий протекціонізм власної економіки. Припинення централізованого державного управління аграрним сектором економіки в ході його реформування призвела до транзиту функції регламентування розвитку сільських територій мікроекономічному рівню. Однак трансформація господарської системи функціонування аграрної економіки відбувалася на фоні поглиблення кризових явищ у сільськогосподарському виробництві. Тому питання розвитку сільських територій ставали другорядними, оскільки необхідно було вирішити проблеми економічного виживання сільськогосподарських підприємств. Проблеми, які виникли у вітчизняному сільському господарстві, не могли не позначитися на розвитку сільських територій. Продовжує нижуватися зайнятість сільського населення, внаслідок чого чимало найбільш працездатних і кваліфікованих жителів села працюють лише на присадибних ділянках, ведуть власне дрібне виробництво чи виїжджають на заробітки до великих міст або за кордон.

Сталий розвиток сільських територій залежить від наповнення місцевих бюджетів, значна частина яких формується за рахунок власних податкових надходжень. Це можливо лише за умов і створення ефективної системи управління та координації комплексу реформ системи влади адміністративної, територіальної, системи місцевого самоврядування.

Завжди було переконання, що село – це тільки сільське господарство. Щоб підняти село, необхідно підняти сільське

господарство. Але виявляється, що великий відсоток селян не працює в сільському господарстві, і цю особливість необхідно враховувати.

Необхідними умовами розвитку сільських територій в Україні є:

– створення сприятливих умов для формування стабільної економіки сільської родини;

– перекваліфікація селян, за умови спеціальних програм, через скорочення осіб, що задіяні в сільському господарстві;

– підвищення рівня суспільної інфраструктури;

– формування справжньої, міцної територіальної громади; селяни мають бути рушійною силою у розбудові сільської місцевості;

– важливість підтримки з боку районних і обласних структур;

– пошук джерел фінансування, а також залучення власних коштів.

Запобігання подальшому поглибленню руйнівних процесів на селі передбачає активізацію опрацювання і поступового втілення в життя комплексу нормативно-правових та організаційно-економічних заходів, тобто посилення регулятивного впливу органів місцевого самоврядування на засадах органічного поєднання функцій місцевих владних структур та регіональних і загальнодержавних органів влади у вирішенні завдань розвитку сільських територій.

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

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ОСНОВНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Коваль М.В.,асистент, Азаренко Ю.В., студент,
Харківський національний автодорожній університет

Маркетинг потребує управління – безумовно. Управління маркетинговою діяльністю є важливою складовою існування і процвітання для будь-якої компанії.

Дуже важливо вірно обрати і правильно інтегрувати необхідну концепцію управлянні маркетингом на підприємстві. Відомо, що існує багато підходів для реалізації тієї або іншої концепції, але ми живемо в час інформаційних технологій, коли підходи і концепції застарівають миттєво. Тому необхідно постійно відслідковувати новітні тренди. Останнім з таких є соціальні мережі в інформаційній системі.

Використання соціальних мереж є потенційно перспективним, бо концентрує в собі велику кількість потенційних покупців, що підтверджує рисунок 1.

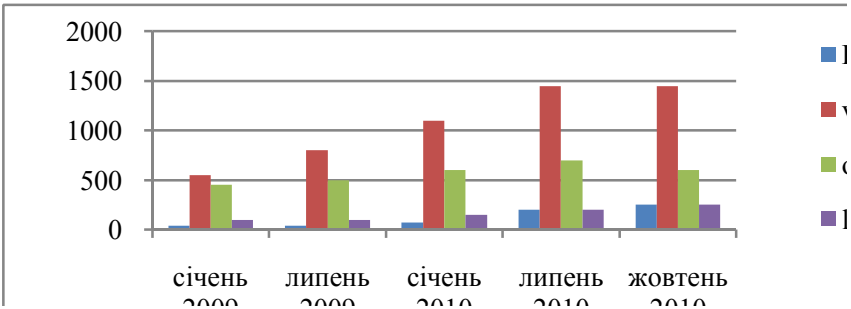

Рис. 1. Динаміка росту відвідування соціальних мереж українськими користувачами

На діаграмі відображено кількість унікальних відвідувачів сайтів в день на відповідну дату, вимірник – тисяч відвідувачів. [Джерело: 1000 самих відвідуваних сайтів, doubleclick ad planner, Google, жовтень, 2010]

В класичних літературних джерелах концепції маркетингу визначається як система цілей, принципів і методів управління виробничо-збутовою і торговою діяльністю, орієнтованих на потреби ринку.

Серед основних концепцій управління маркетингом на сучасному етапі виділяють наступні основні підходи (концепції), на основі яких комерційні організації здійснюють свою маркетингову діяльність, тобто діяльність по управлінню попитом: удосконалення виробництва; удосконалення товару; інтенсифікація комерційних зусиль; соціально-етичний маркетинг; концепція маркетингової взаємодії.

Ці концепції характеризують різні періоди і основні соціальні, економічні і політичні зміни, які відбулись в розвинутих країнах. В якості домінуючої тенденції змін виступає зміна акценту з виробництва і товару на збут, а також на проблеми, які стоять перед споживачами і суспільством в цілому.

Використання концепції управління маркетингом дозволить організації працювати більш ефективно, і кожна наступна концепція більш досконала, ніж попередня (наприклад, концепція удосконалення

товару більш досконала, ніж концепція удосконалення виробництва, але більш застаріла, ніж концепція інтенсифікації зусиль, і т.д.).

Найбільш сучасна, а отже найбільш ефективна – концепція маркетингу взаємодії. Вона виникла в зв'язку з тим, що продукт усе більше стає стандартизованим, а послуги уніфікованими, що призводить до формування повторюваних маркетингових рішень. Тому єдиним способом утримання споживача є індивідуалізація відносин з ним, що можливе на основі розвитку довгострокових взаємин партнерів. Відносини стають найважливішим ресурсом, яким володіє підприємство поряд з матеріальними, фінансовими, людськими й іншими ресурсами. Маркетинг взаємодії підвищує значення особистості, особистих контактів у системі ефективних комунікацій.

По даним компанії «Перша рейтингова система» 40 % дорослого населення мегаполісів України використовують соціальні мережі. На рисунку 2 представимо кількість користувачів соціальними мережами серед загальної кількості користувачів Інтернету.

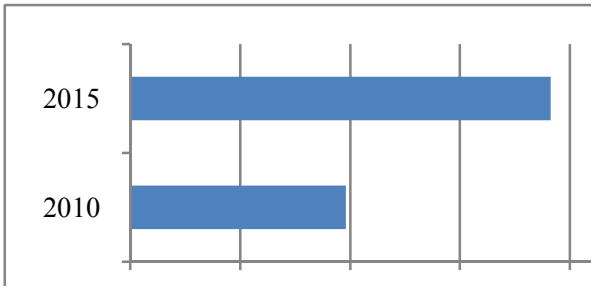

Рис. 2. Прогноз J'son and partners consulting

По даним сайту інтернет-статистики Alex найбільша соціальна мережа Fasebook затримує кожного користувача на своїх сторінках у середньому 40 хвилин в день. Доля користувачів соціальних мереж серед загальної кількості користувачів інтернета в 2010 р. становить 39,2 % по даним компанії J'son and Partners Consulting.

З вище наведеної інформації можна зробити висновок, що велика кількість потенційних покупців регулярно відвідує соціальні мережі. Серед них найбільш популярними є: Фейсбук (540 млн. чол.), Твіттер (98 млн.чол.), ЛінкдІн(42 млн.чол.).

Для реалізації на підприємстві концепції маркетингової взаємодії необхідно враховувати даний факт. Соціальні мережі можна

використовувати як ефективний промомайданчик, це перспективне направлення для просування товарів і послуг.

Але нажаль на сьогоднішній день корпоративний блоггінг лише зароджується. Сторінки в соціальних мережах можна шукати довго, а ті що там присутні представлені досить слабо. Одним із самих активних користувачів соціальних мереж в українському корпоративному середовищі є ІТ-компанії і деякі банки. Для ПриватБанка Fasebook – один з каналів продажу і один з каналів спілкування з клієнтами.

Яскравим прикладом впровадження концепції взаємодії з допомогою соціальної мережі є віртуальний тріумф Барака Обами. Його регіональні виборчі штаби почали запроваджувати масову «розвіртуалізацію» прихильників в Fasebook, проводячи для них вечірки в регіонах. В ході цих політичних вечірок виборці знайомились з представниками Обами і це формувало довіру і прихильність.

Впровадження концепції взаємодії з допомогою соціальних мереж, можна поділити на два етапи:

- ✓ перший – реєстрація фірми як користувача в

господарствах населення виробляється переважна кількість молока – 80,7% його загального обсягу. Виробництво молока в Україні на одну особу за цей період зменшилося з 472,3 кг до 252,1 кг або на 46,6%.

Основною причиною такого становища є припинення виробництва у більшості молочних товарних фермах і комплексах, руйнування матеріально-технічної бази комплексів, низька окупність витрат.

За даними Держкомстату України в Україні майже не залишилося великих господарств молочного напрямку, тільки 38 господарств мали корів понад 1000 голів, а основна питома вага (18,1 %) із існуючих припадає на господарства з чисельністю 100 – 200 корів [1]. Близько 80% поголів'я корів припадає на долю господарств населення, у переважній більшості яких утримують по 1-2 корови, що перешкоджає впровадженню новітніх технологій утримання й годівлі тварин, а також їх належному ветеринарному обслуговуванню, а отже, технологічно не дозволяє забезпечити отримання високоякісної молочної продукції. Так, молоко, вироблене у господарствах населення, відповідає вимогам лише другого ґатунку, тоді як вироблене у великих сільськогосподарських підприємствах – у переважній більшості реалізується вищим і першим ґатунком. Проблему погіршує й низька продуктивність наявних в Україні молочних корів, яка майже вдвічі нижча за рівень, досягнутий в країнах Західної Європи (в країнах ЄС – понад 6350 кг) [2].

Існуючий рівень виробництва молока за останні роки в межах 12,7-11,6 млн. тонн забезпечує споживчий попит населення в молочних продуктах в середньому на рівні 212-225 кг на одну особу в рік. При цьому біля 8% молока використовується з експортною метою, при незначному імпорті (близько 3,8 %) молочних продуктів [1]. Зростаючий попит на молоко і молочні продукти а також дефіцит молочної сировини сприяли підвищенню закупівельних цін в Україні до рівня світових. Так, на початку жовтня 2010 року окремі молокопереробні заводи за молоко ґатунку «екстра» встановили ціну 4,5 грн/кг, а за молоко вищого ґатунку – 3,8 – 4,0 грн/кг. Ціна реалізації молока по Україні коливалась від 3,7 до 5,0 грн. залежно від його якості, обсягів і графіків постачання [3].

Перехід до стійкого економічного росту в галузі скотарства України неможливий без стимулювання використання досягнень науки і техніки, впровадження передових технологій. Важливим напрямом збільшення обсягів виробництва продукції скотарства, підвищення її якості та окупності витрат є запровадження

інноваційних технологій безприв'язного утримання високопродуктивних корів і молодняку у боксах з використанням сучасного обладнання для утримання і обслуговування тварин. З цією метою в українському аграрному секторі нині відбувається процес вертикальної інтеграції в молочній галузі. Це здійснюється, насамперед, шляхом інвестування великими молокопереробними підприємствами, особливо з іноземним капіталом, у розвиток молочного скотарства з метою скорочення дефіциту молочної сировини, підвищення її якості та забезпечення вищого рівня завантаження наявних виробничих потужностей. Такий підхід уже використовують «Галактон» та «Західна молочна група».

Проте будівництво нових та реконструкція старих комплексів з виробництва молока на інноваційній основі потребує значних інвестицій, доцільність яких потребує попереднього визначення (табл. 1, 2).

Таблиця 1

Основні показники ефективності проекту будівництва молочного комплексу на 1000 корів

Показники	Варіанти будівництва			
	власні кошти	кредит (6% річних)	кредит (12% річних)	кредит (18% річних)
Інвестиційні витрати в основний капітал, млн грн	77,26	77,26	77,26	77,26
Реалізація молока, т	6400,6	6400,6	6400,6	6400,6
Реалізація м'яса (жива маса), т	397,5	397,5	397,5	397,5
Виручка (без ПДВ), млн грн	29,03	29,03	29,03	29,03
Собівартість реалізованої продукції, млн грн	14,09	14,09	14,09	14,09
Прибуток, млн грн	14,94	14,94	14,94	14,94
Прибуток після сплати відсотків, млн грн	14,94	12,25	8,72	4,15
Рівень рентабельності, %	106,07	86,91	61,9	29,47
Простий період окупності проекту, міс.	69	79	93	120
Дисконтований період окупності проекту , міс.	93	106	126	164

Дані табл. 1 свідчать про високу економічну ефективність будівництва комплексу з виробництва молока на інноваційній основі за рахунок власних коштів. Рівень рентабельності виробництва продукції скотарства при дотриманні усіх технологічних вимог може досягати 106,07%, а дисконтований період окупності проекту (при дисконтній ставці 12%) становить 7 років і 9 місяців. При здійсненні будівництва комплексу за позичкові кошти ефективність проекту зменшується по мірі збільшення кредитної ставки. Так, при здійсненні будівництва комплексу за кредитні кошти під 18% річних, рівень рентабельності виробництва продукції скотарства становить лише 29,47%, а дисконтований період окупності проекту – 13 років і 8 місяців, що є неприйнятним в теперішніх умовах для суб'єктів господарювання.

Потреба в інвестиційних коштах при варіанті реконструкції молочного комплексу на 23,7% менші ніж при його будівництві.

Таблиця 2

Основні показники ефективності проекту реконструкції молочного комплексу на 1000 корів

Показники	Варіанти реконструкції			
	власні кошти	кредит (6% річних)	кредит (12% річних)	кредит (18% річних)
Інвестиційні витрати в основний капітал, млн грн	58,97	58,97	58,97	58,97
Прибуток після сплати відсотків, млн грн	14,94	13,26	11,03	8,1
Рівень рентабельності , %	106,07	94,13	78,3	57,52
Простий період окупності проекту, міс.	48	55	64	76
Дисконтований період окупності проекту, міс.	64	72	84	98

Період окупності коштів значно менші при варіанті реконструкції молочного комплексу. Проведені розрахунки свідчать про доцільність вкладення коштів у реконструкцію молочного комплексу при ставці кредитування 12% річних, так як дисконтований період окупності проекту становить 7 років.

Таким чином, підвищення рівня фінансово-кредитного забезпечення підприємств, зниження відсоткових ставок кредитування,

часткове відшкодування (до 25%) інвестицій після їх освоєння дасть можливість впроваджувати у виробництво інноваційні заходи та підвищувати економічну ефективність виробництва молока.

Література.

1.Сільське господарство України за 2009 р. – К.: Держкомстат України, 2010. – 375 с.

2.Васильчак С.В. Формування ринку молока в Європейському Союзі: уроки для України // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 139–143.

3.Milk incomes loss contract program. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.fsa.usda.gov.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИМ ОБ'ЄДНАННЯМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Краля В.Г., асистент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

У зв'язку зі значними негативними процесами деградації трудового потенціалу і матеріально-технічної бази села і земельних ресурсів є нагальна потреба в забезпеченні стійкості та стабільного розвитку села (сільських територій). Сучасні обставини вимагають нових підходів, метою яких є забезпечення життєдіяльності сільського господарства, його конкурентоспроможності.

Як показує досвід, значні зміни в організації виробництва на національному рівні сприяють створенню інтеграційних об'єднань. Ці об'єднання в сільському господарстві надають регіонам, де вони утворюються, велику кількість переваг та можливостей і виступають як важливий інструмент впливу на розвиток сільських територій. Очевидною перевагою є можливість для підприємств та влади працювати спільно над зміцненням місцевої економіки. Така співпраця призводить до більш ефективного використання ресурсів і сприяє розвитку об'єднань. В сучасних умовах цілі і задачі інтеграції - це можливість відродити в багатьох господарствах України виробництво галузі тваринництва.

Необхідність інтеграції сформована необхідністю формування відповідних структур на основі об'єднання господарств з метою забезпечення високого рівня конкурентоспроможного виробництва. Також через інтеграцію надається можливість прискорити відновлення виробництва найбільш складної та трудомісткої, але необхідної тваринницької продукції.

Нагадаємо,що в 1990 році в Україні нараховувалось 25млн. голів великої рогатої худоби і в тому числі корів близько 8.4млн. голів. У 2005 році нараховувалось великої рогатої худоби 6.5млн. голів і в тому числі 3.6 млн. корів. За наступні п'ять років скорочення чисельності поголів'я сільськогосподарських тварин продовжувалось. Якщо брати окремо Харківську область, то згідно статистичних даних частина господарств зовсім не мають тваринницьких галузей, 42% підприємств не мають корів взагалі. Більшість підприємств має невелику кількість продуктивного поголів'я, а питома вага продукції тваринництва складає тільки біля 5-10%. Склалась загрозлива причинно-наслідкова залежність: знищення тваринництва - припинення застосування органічних добрив-руйнування гумусу в ґрунті - пониження родючості українських чорноземів - падіння урожайності сільськогосподарських культур-остаточне знищення українського села - втрата продовольчої незалежності.

Щоб цього не трапилось треба негайно ініціювати відродження тваринництва, що є з цілого ряду причин непростим, але невідкладним завданням . Поголів'я сільськогосподарських тварин треба неухильно нарощувати з тим, щоб його щільність досягла не менше 0,6-0,8 умовних голів на один га ріллі. Розрахунки показують, що для того щоб вийти на рівень продуктивності який би наближався до аналогічного показника розвинених країн ЄС треба з кожного га ріллі виділити 0.65-0.75га під сіяну кормову площу,тобто під посівну зернофуражних та кормових культур і лише 0.25-0.35га може бути відведено під чисті пари та посіви інших сільськогосподарських культур.

Виходячи із сказаного вище потрібно сформувати шлях для вирішення проблеми відродження тваринництва та чорноземів. На наш погляд одним із таких шляхів може бути створення в Богодухівському районі Харківської області інтеграційного об'єднання по виробництву яловичини. В це об'єднання повинні входити два підприємства , що спеціалізуються на виробництві яловичини, підприємство для вирощування нетелей та підприємства по виробництву молока. Очолюватиме таке об'єднання головне

підприємство. Оперативне управління в об'єднанні буде виконувати апарат головного підприємства, який керує виробничою діяльністю і координує роботу учасників об'єднання.

Через надзвичайну складність управління як явища у суспільному житті, незважаючи на вагомі надбання в цій галузі, ряд актуальних засад її становлення й формування залишаються вичерпно не дослідженими. Крім того, залишки атмосфери минулого, нестабільність суспільного буття в Україні в період економічних перетворень, національні традиції та типові риси характеру населення зумовлюють певну специфіку моделі українського менеджменту, що має формуватися прискореними темпами і використовуватися господарюючими суб'єктами АПК України. Новостворені виробничі структури різних форм власності, що виникли в процесі аграрних реформ, ще недостатньо пристосовані до жорстких умов ринкової конкуренції. Частина сучасних керівників неспроможна адаптуватись до нових умов господарювання із суб'єктивних і об'єктивних причин, а їхня управлінська діяльність значною мірою ґрунтується на теорії та практичному досвіді, що склалися протягом десятиліть панування командно-адміністративної системи і зберігають силу інерції й дотепер.

В наш час умови господарювання висувають нові вимоги до системи управління. Управління інтеграційним об'єднанням охоплює різною мірою всіх учасників об'єднання та вирішує загальні питання. Воно призначене для реалізації планів (програм) сумісної діяльності, заснованих на єдиній інформаційній базі.

Для підвищення результативності інтеграційних процесів необхідно, щоб структура управління забезпечувала взаємне представництво корпоративного управління та керованість програм. Єдина інформаційна база повинна вирішувати завдання взаємодії кожного об'єкту господарювання з інформаційною системою в єдиному інформаційному просторі. Вона забезпечує органи управління відповідними програми та ресурсами, які необхідні для розв'язання оперативних та стратегічних завдань інтегрованого формування.

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

УПРАВЛІНСЬКІ РОЛІ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Куропата В.,студент, Запорізький національний університет

Організація бізнесу в сучасних умовах, що характеризуються розгортанням глобалізації та глокалізації, обумовлює ускладнення процесу забезпечення ефективного управління компанією. Цей процес включає багато аспектів, в тому числі постачання, виробництво, реалізацію вироблених товарів і послуг. Особлива роль в організації та управлінні бізнесом відводиться особі менеджера.

Менеджмент являє собою раціональну оцінку ситуації і систематичний вибір цілей; розробку стратегій досягнення цих цілей; розміщення необхідних ресурсів; раціональне планування, організацію, управління і контроль діяльності, необхідної для досягнення обраних цілей, і мотивацію з винагородою людей за виконану роботу. Саме на менеджерів покладається основна відповідальність за ефективне досягнення встановлених цілей, тому вивчення ролей, що виконують менеджери набуває значної актуальності.

Дослідженням проблем визначення сутності управлінських ролей менеджера присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед яких доречно відзначити наробки І. Адізеса [1], Т. Базарова [2], Г. Мінсберга [3] та інших.

Г. Мінсберг виокремлював наступні групи ролей менеджера: міжособистісні, інформаційні ролі, а також ролі пов'язані з прийняттям рішень. До основних міжособистісних ролей він відніс: головний керівник (виконує звичні обов'язки правового чи соціального характеру), лідер (відповідальний за мотивацію й активізацію підлеглих, набір, підготовку працівників і пов'язані з цим обов'язки) та сполучна ланка (забезпечує роботу мережі зовнішніх і внутрішніх контактів і джерел інформації, що надають інформацію і надають послуги).

Серед інформаційних ролей за Г. Мінцбергом виокремлюють: роль приймача інформації – він одержує спеціалізовану інформацію для використання в інтересах справи; виступає як центр зосередження внутрішньої і зовнішньої інформації, що надходить до організації; роль розповсюджувача інформації, який передає інформацію із зовнішніх джерел або від інших людей членам організації, при чому частина цієї інформації носить фактичний характер, інша може

вимагати інтерпретації фактів, крім того, сюди ж відноситься роль представника інформації, який передає інформацію для зовнішніх контактів щодо планів, політики дій, результатів роботи організації, діє як експерт з питань даної галузі.

Ролі пов'язані з прийняттям рішень поділяються на:

- підприємець, що вишукує можливості у межах організації і за її межами, розробляє і запускає проекти змін, контролює розробку проектів;

- той, що ліквідує перешкоди, який відповідає за корегувальні дії, коли організація має важливі та несподівані перешкоди;

- той, що розподіляє ресурси – він відповідальний за розподіл різних ресурсів організації, що фактично полягає у прийнятті або схваленні усіх значних рішень в організації;

- той, хто веде переговори - відповідальний за представництво організації на важливих переговорах.

Класифікація ролей за Мінцбергом не протирічить підходу запропонованому Т.Ю. Базаровим, який виділив чотири основні ролі менеджера: управлінець, організатор, адміністратор і керівник. Роль управління виникає при аналізі управлінської ситуації. Проаналізувати цю ситуацію можна по-перше визначити межі кожної ситуації, а, по-друге, побачити процеси в ситуації та визначити їх результати. Інструментом управління є програмування. Програмування - це вміння правильно та зрозуміло формулювати розвиток подій. Наступний крок - це визначення того що з цього можна розглядати як цілі і якими є аспекти прийняття рішень про їх досягнення. Після визначення управлінської ролі менеджера, виникає наступна роль - роль організатора. В цьому випадку вони повинні забезпечити перетворення визначених цілей у результати. Інструментом організатора є описання покрокового руху до результату. Наступна роль - роль адміністратора. Мета адміністратора – оперативне управління, підтримка бізнес-процесів і організаційної структури в режимі функціонування. Провідна діяльність адміністратора – контроль, адміністрування, розподіл ресурсів і визначення термінів. Четвертою управлінською роллю є роль керівника або лідера. Його завдання визначення і реалізація конкретних ідей. Для нього провідною діяльністю є мотивація інших людей.

Ще однією класифікацією ролей менеджера є класифікація, запропонована І. Адізесом. Згідно з якою, менеджер повинен виконувати чотири основні ролі: виробник результатів, адміністратор, підприємець і інтегратор. Виконання одразу всіх чотирьох ролей

менеджера є запорукою спішного розвитку компанії. Але одна людина не зможе виконати ефективно всі чотири ролі одночасно, і якщо він спробує це зробити то в результаті з'являться управлінські помилки.

Таким чином, для ефективного виконання своїх функцій в умовах, що формуються під впливом глобалізації та глокалізації, підтримання конкурентоспроможності компаній в яких вони працюють та власної цінності, сучасним менеджерам необхідно поєднувати велику кількість ролей, зміст яких змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Література.

1. Адизес И. Идеальный руководитель : почему им нельзя стать и что из этого следует / Ицхак Калдерон Адизес ; [пер. с англ. Т. Гутман]. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. - 262 с.

2. Базаров Т. Ю. Управленческие роли менеджера. [Електронний ресурс] / Т. Ю. Базаров. // Интернет портал «Мое образование». – Режим доступу : http://moeobrazovanie.ru/roli_menedjera.html

3. Минцберг Г. Действуй эффективно! : лучшая практика менеджмента / Генри Минцберг ; [пер. с англ. В. Кузин, А. Стативка]. - Москва : Питер, 2011. – 281.

Науковий керівник – к.філос.н., доцент Олійник О.М.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ АПАРАТУ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ВИМОГИ ДО НИХ

Лебідь О.В., Пустова І.В., Кращенко А.О., асистенти, Дніпропетровський державний аграрний університет

Одним із найскладніших видів розумової діяльності людини є управління підприємством. Враховуючи надзвичайну складність і різноманіття функцій керівників, чисельність зв`язків з різними явищами і процесами в організації, процес визначення ефективності керівництва є досить проблемним. Попри існуючі проблеми здійснення подібних дій є обов`язковими.

Вивчення даного питання знайшло відображення у працях таких вчених, як Я.В. Соколової, В.Ф. Палія, М.А. Вахрушиної, Ф.Ф. Бутинця.

Визначення оцінки праці бухгалтера-аналітика підприємства є дуже важливим аспектом діяльності господарюючого суб`єкта, воно має організаційне, економічне і соціальне значення. Тут постає питання – якою кваліфікацією він повинен володіти? Можна виділити

кілька якостей. Насамперед, робота керівника полягає в оптимізації впровадження наявних ресурсів. Він намагається якомога частіше спілкуватися з працівниками, щоб дізнатися про реальні потреби підрозділів та задовольнити їх. Відвідує оперативні наради, прагне діяти у команді, а не як окремий фахівець.

Основою роботи бухгалтера-аналітика є більшою мірою мотивація підлеглих осіб, ніж контроль. З вищесказаного виділимо основні риси бухгалтера-аналітика: на перше місце ставиться результат, а не витрачений на його одержання час; мінімум уваги приділяє контролю і вважає його другорядною справою; надає підлеглим максимальні можливості для проявлення ініціативи.

Керівник повинен мати на увазі, що ефективність роботи всього апарату управління ще не означає ефективності праці деяких окремих менеджерів чи їх груп, хоча можна стверджувати, що ефективна діяльність окремого керівника зумовлює підвищення результативності роботи управлінської команди, а це, в кінцевому підсумку повинно позитивно відобразитись на результатах організації в цілому.

Результат управління залежить від індивідуальних потреб та можливостей членів команди, їх здатність до співпраці, усвідомлення певних спільних потреб, задовольнити які вони можуть лише через ефективну тісну співпрацю. Кінцевий показник залежить також і від способів роботи з інформацією, можливостей узгодження дій між собою, що визначається складністю, централізацією та формалізацією структури управління, а також станом об`єкта управління.

Діяльність працівника підприємства пов`язана з підвищеною відповідальністю за результати роботи як в моральному, так і юридичному плані. В процесі роботи можливі ситуації, коли від професіоналізму менеджера підприємства залежить успішність реалізації поставлених перед підприємством завдань, а також характер між корпоративних відносин.

Дуже важливою професійною якістю для успішного менеджера є наявність емоційної врівноваженості, тобто цей показник рівня стабільності людини указує на позитивність його особи, оптимізм і уміння безконфліктно взаємодіяти з людьми.

Ефективному менеджеру необхідна наявність високо-розвинутої оперативної пам`яті, яка прямо пропорційно пов`язана з силою волі людини і її увагою та умінням вирішувати складні задачі. Особливу увагу слід приділяти такому аспекту, як вираженість негативних якостей характеру, або акцентуації характеру (надмірна вираженість окремих негативних рис людини), такий персонал створює нездорову

обстановку в колективі, провокує конфлікти, суперечливі ситуації, тому що вони не вміють знаходити спільної мови і є некерованими.

Важливим параметром, який повинен бути присутній у керівника підприємства є екстраверсія. Екстравертовані особи орієнтовані на контакти з людьми і події, вони легко адаптуються і не губляться в складній обстановці. Хороший менеджер – це екстраверт, який уміє взаємодіяти з різними людьми і швидко вирішувати управлінські задачі.

Вказана орієнтація матиме бажаний для організації прояв лише за умови сприятливого впливу на неї організаційного оточення.

Отже, розглянутий матеріал дає змогу сформувати ефективну систему дослідження результативності працівників апарату управління. Даний підхід до питання вивчення та аналізу важливої управлінської інформації дозволяє продуктивно здійснювати інформаційну функцію оцінювання праці керівників. Це корисно як для самого управлінського працівника, адже він знатиме, в якому напрямку йому розвиватись, які загрози в його роботі є, яких слід очікувати, так і для організації в особі власника, який знатиме основні важелі за допомогою яких результативність системи менеджменту можна підвищити.

До підбору управлінського персоналу варто підходити використовуючи ретельно підібрані методи дослідження особи, щоб вакантну посаду міг посісти професіонал з відповідними параметрами. Правильний підбір персоналу дає можливість створювати колективи з високим рівнем продуктивності праці, а також формувати ділову обстановку і згуртованість колективу.

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК АККУМУЛЯТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Малий В.О., студент,
Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Информационные технологии для бизнеса все чаще используются в продвинутых странах зарубежья. У нас в Украине этот двигатель недооценен. Комплексное видение системы электронной коммерции, инструментов ведения переговоров и обработки информации и оплаты услуг удаленных сотрудников поможет воплощать новые решения в бизнесе.

Для начала рассмотрим новый рынок рабочей силы, сформировавшийся в Интернете. За основу возьмем исследования американской компании CareerPlanner и российского представителя рынка – сайта rabota.ru.

В динамике развития рынка труда были определены профессии, которые будут востребованы в ближайшем будущем. Одной из самых перспективных отраслей является сфера маркетинга и рекламы, так как интернет-торговля развивается и компании нуждаются в все большем переносе стоимости своего бренда в онлайн, в этом нелегком деле компаниям помогут:

1. Специалист по продаже рекламных площадей
2. Рекламный агент
3. Менеджер по рекламе
4. Дизайнер рекламы
5. Агент рекламный
6. Директор по маркетингу
7. Интернет -маркетолог или специалист по интерактивным коммуникациям
8. Маркетолог - аналитик
9. Менеджер по маркетингу и телемаркетингу
10. Трейд-маркетинг менеджер
11. Администратор сайта
12. Редактор сайта
13. Менеджер интернет-проектов
14. Web-программист
15. Программист

С популяризацией Интернет-торговли и появлением в супермаркетах США автоматических касс самообслуживания спрос на профессии связанные с ручной реализацией продукции значительно сократился. Кроме того, профессия посредника между производителем и продавцом также может исчезнуть - развитие коммуникаций позволяет установить непосредственную связь между производителем и конечным потребителем.

По данным портала Rabota.Ru и МКЦ «Фаворит» в Топ-10 популярных профессий на рынке труда войдут:

Web-дизайнер - совместит обязанности программиста и дизайнера. От специалиста будут требоваться знания как в области ИТ, так и в сфере дизайна, а также регулярное повышение квалификации.

Менеджер по продажам - специалисты по продаже продуктов и

услуг будут востребованы в сфере услуг, в сегментах рынка B2B, B2C.

Маркетологи - предстанут как перспективные управленцы, выполняющие функции финансовых директоров.

Журналисты - вдобавок займутся PR-технологиями и явят себя как отличные рекламщики.

Представителей этих и других IT профессий всегда можно нанять удаленно на профильных ресурсах, таких как www.free-lance.ru.

Связь между работниками по всему миру осуществляется стандартными и привычными уже многим средствами онлайн коммуникации, которые обеспечивают разную степень «близости». По возрастанию степень их близости примерно следующая:

– электронное письмо;

– ICQ или другой аналогичный чат – улучшилась «одновременность» контакта;

– телефонный разговор – добавился живой голос;

– видеоконференция, в простейшем варианте программа Скайп, – добавился визуальный контакт;

– «вебинар» (то есть онлайн-семинар) – добавились одновременная работа с документами, голосования, возможность показать друг другу рабочий стол и т. п.;

Эти средства аккумулируют работу бизнеса, направленного в глобальную сеть и могут стать на вооружение корпоративного проекта, опирающегося на офисных работников. Для перехода в режим работы онлайн человеку необходим современный ноутбук с веб-камерой и микрофоном, мобильный интернет (стандарта 2G, 3G или 4G) и программное обеспечение, подробнее о котором я расскажу дальше в тезисной форме, затем более подробно остановлюсь на некоторых моментах.

Если вы заинтересованы в проведении небольшой видео-встречи для двух-трех участников, воспользуйтесь программой Skype или ее аналогом. Skype удобен своей чрезвычайно широкой распространенностью.

Видеоконференции, предполагающие большее число участников, а также работу со слайдами, файлами, голосованиями, удобно организовывать с помощью специализированных сервисных (например, Вебинар.ру) или серверных (например, Adobe Connect) решений.

Для синхронизации электронной почты, коллективной работы с календарями, задачами, контактами и прочими ресурсами, нуждающимися в обобщении, подойдет Microsoft Exchange Server.

В большинстве компаний уже есть, но во многих еще не используется Share Point – удобное решение для хранения корпоративной информации, документооборота, создания единого информационного пространства.

Все более популярным становится Microsoft Communication Server, интегрирующий различные способы связи: телефонию, почту, обмен мгновенными сообщениями и файлами, видеоконференции, информацию о доступности человека.

В этом кратком перечне еще стоит отметить программу MindManager (для коллективной работы ее аналог MindJet Connect) позволяет визуализировать информацию, делает наглядной коллективную работу над стратегией, проектами, сложными документами.

Далее подробнее остановимся на программе Скайп. Одна из самых популярных в мире и простых программ для онлайн-общения – программа Скайп. Скачивается бесплатно на Skype.com. Что позволяет Скайп?

– Звонить бесплатно через интернет другим скайп-пользователям. Общаться с ними голосом либо голосом и видео. В версиях начиная с 4.1 – демонстрировать свой рабочий стол.

– Звонить за деньги на городские и мобильные, при этом довольно существенно экономя деньги по сравнению с тарифами обычных операторов связи.

– Обмениваться сообщениями в чате, файлами.

– Видеть статус людей из контактного листа: «В сети», «В сети, но просит не беспокоить» и т. п.

– Синхронизировать контакты из Скайпа с контактами Outlook и звонить со Скайпа на телефоны, указанные в контакте Outlook. Правда, к сожалению, в контактах Outlook нет специального поля для скайп-адреса.

Есть много программ для онлайн-общения, которые в тех или иных аспектах могут быть удобнее Скайпа. Но у него, как и у Microsoft Outlook, есть одно колоссальное преимущество: широчайшее распространение в мире, общеизвестность и простота подключения нового участника.

Инструменты проведения онлайн-семинаров используются, когда объединить в конференцию нужно больше двух-трех человек. Воспользуйтесь Adobe Connect: www.adobe.com/products/acrobatconnectpro или Webinar.ru: www.webinar.ru.

Adobe Connect – сервер, достаточно недешевый и удобный для

использования в практике средней (сто-двести человек управленческого аппарата) и крупной компании.

Вебинар. ру – удаленный интернет-сервис, дающий возможность проводить определенное тарифным планом количество онлайн-семинаров в месяц.

Функционал очень похож в обоих случаях. Участники собрания могут:

– видеть и слышать других участников (каждый в отдельном небольшом окне), участник с правами администратора может предоставлять кому-то слово и т. п.;

– общаться в чате, что особенно удобно, когда участников несколько десятков. Тогда видео и звуком пользуются только два-три выступающих, а остальные задают им вопросы и общаются между собой через чат;

– выкладывать файлы в общий доступ и скачивать их;

– показывать слайды (презентацию);

– включать режим «Демонстрация рабочего стола», то есть, по сути, демонстрировать другим участникам экран своего компьютера.

– организовывать опросы, голосования.

Все эти возможности демонстрируются на одном экране, который делится на несколько небольших участков: например, видеоизображение выступающих, чат, презентация. Размер и сочетание этих частей экрана можно менять.

Преимущество AdobeConnect в серверном варианте – возможность поддерживать достаточно большое количество одновременных мероприятий с сотнями участников, не оглядываясь на тарифы.

Преимущество же сервисных вариантов, таких как Вебинар. ру, – отсутствие необходимости в существенных инвестициях, возможность платить каждый месяц всего несколько сотен гривен и при этом гибко регулировать тарифный план в зависимости от того, сколько мероприятий вы проводите. Недостатки – более высокая цена одного онлайн-мероприятия, если вы их проводите много.

Пары слов достоин онлайн-инструмент называемый корпоративным порталом. В большинстве компаний разные виды коммуникаций пока, как правило, не объединены. Переписка существует сама по себе, корпоративный портал – сам по себе, телефон, Скайп, ICQ – сами по себе. В какой-то момент это становится препятствием к повышению эффективности.

Одно из наиболее распространенных в мире решений,

преодолевающих эту проблему, – Microsoft Communication Server, который сейчас все активнее внедряют российские корпорации и средний бизнес. Суть этой технологии проста – интегрировать все потоки информации, как то: телефонию, почту, обмен мгновенными сообщениями и файлами, видеоконференции, информацию о доступности человека – в привычном офисном интерфейсе.

Например, вам нужно связаться с человеком. Кликнув мышкой на его контакте Outlook или письме от него, вы видите, занят ли сейчас этот человек и как с ним удобнее пообщаться.

Возможно, человек занят, на встрече: статус показывает, что лучше его сейчас не беспокоить, – и тогда вы надиктовываете ему сообщение, которое придет в его входящую почту Outlook.

Или если статус показывает, что человек ненадолго отошел от рабочего компьютера. Тогда удобнее всего позвонить ему на мобильный, причем сделать это можно прямо отсюда же, из меню, не доставая телефон и не отыскивая в нем нужный контакт.

Наконец, вы можете выяснить, что человек на рабочем месте: его статус говорит, что он готов к общению, – тогда можно сделать видеозвонок и полноценно пообщаться.

Это лишь немногие возможности Communication Server. Общая идеология «связать все каналы общения: видео, голосовые, текстовые – воедино» реализуется во множестве различных удобств. Как и Exchange Server, как и SharePoint Server, сервер коммуникаций можно не покупать, а арендовать в форме хостинга. Естественно, все три сервера при этом тесно связаны между собой, используют единый список сотрудников компании и т. д.

Если вы перешли к управлению делами и записками онлайн, используя Outlook, то для вас становится доступен интересный инструмент – сервис vselisdelal.ru. Суть в следующем: вы звоните на бесплатный телефон 8-800-… и надиктовываете какую-либо задачу, мысль. Текст расшифровывается и приходит вам по электронной почте, либо вносится к вам в Google Calendar, либо напоминает о себе с помощью SMS в заданное время и т. п. Есть специальные метки, которые позволяют к мысли или задаче добавить дату, контекст («места», «люди») и другую подобную информацию. Этим сервисом очень удобно пользоваться в автомобиле, во время прогулки, на отдыхе, а потом, в ходе работы с электронной почтой, внести пришедшую задачу в Outlook для дальнейшей отработки.

Нужно обзорно показать последнюю важную составляющую

онлайн-работы - удаленное управление деньгами и оплату труда. Вариантов тут несколько: для оплаты счетов и работы удаленных сотрудников можно использовать стандартные банковские переводы с возможностью проведения транзакции через веб-сайт, например Приват 24. В случае, когда исполнитель работы находится вне Украины стоит воспользоваться новым инструментом - интернет-деньгами.

Крупнейшими системами в русскоязычных странах считаются: система WebMoney и ЯндексДеньги. Ввести деньги на счет в этих системах можно любым удобным способом, например, банковским переводом или напрямую введя купюры в городской терминал быстрых платежей. Различие этих методов пополнения счета в размере комиссии посредника, изымаемой за перевод средств.

Когда средства введены в систему, становится возможным свободно оплачивать услуги удаленных сотрудников и программное обеспечение необходимое для бизнеса.

И напоследок, если вы имеете дело со специалистами далекого зарубежья, удобным инструментом оплаты станет международная система PayPal. Я внес ее в этот обзорный материал т.к. она широко распространена в мире и имеет более низкую комиссию за перевод в сравнении с устаревшими денежными переводами, такими как Western Union.

Онлайн-технологии дают качественно новый уровень свободы общения человеку, бизнесу и обществу. Мы становимся ближе друг другу – люди и компании из разных городов и стран.

Основной риск для работника в виртуальном информационном пространстве - сверхдоступность. Можно оказаться разорванным на части сообщениями, приходящими по ICQ, Скайпу, корпоративной и личной электронной почте. Потерять время, необходимое для сосредоточения над серьезной рабочей задачей – или для того, чтобы просто побыть с самим собой. Но риски эти можно и нужно оптимизировать, введя в корпоративную рабочую культуру свои правила тайм-менеджмента.

Все риски и время на обучение новым технологиям оправданы. Они с лихвой компенсируются приобретенным временем и сэкономленными деньгами, что есть главное в любом бизнесе.

Научный руководитель – к.э.н., доцент Ткаченко С.Е.

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Маркова Є.Г., студентка,
Полтавська державна аграрна академія

На сьогодні досить гостро постала проблема мотивації праці на підприємстві. Кожна людина бажає реалізувати себе як особистість, тому прагне зменшити контроль над собою і отримати у відповідь психологічну, кар'єрну та матеріальну винагороду за свою працю. Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність, якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи.

Розгляд даної проблеми є актуальним для сучасного економічного середовища чи окремого підприємства, оскільки не завжди використовуються всі елементи мотивації, а лише ті, що є менш затратними, а тому не раціональними для стимулювання персоналу на окремому підприємстві.

Вивченню теоретичних, методологічних і практичних питань мотивації праці та підвищенню її ефективності присвячено немало наукових публікацій вітчизняних і закордонних економістів, зокрема,О.В. Гривківська, Адамчук В.В., Амосова О.Ю., .Афоніна А.С., Багрової І.В., Богуцького О.А., Дієсперова В.С., Копачева Н.Л., Маліка М.Й. та інших. Незважаючи на значний внесок цих вчених і певний ступінь опрацьованості теми, гострота і актуальність проблеми вимагають подальшого поглибленого аналізу, переосмислення традиційних концепцій та розробки сучасних методик формування та реалізації мотиваційних моделей для кожного окремого підприємства.

Розкрити принципові положення та сформулювати принципи розвитку сучасної системи мотивації праці в Україні, оскільки суть ефективного управління полягає в тому, що люди розглядаються як здобуток організацій у конкурентній боротьбі, який потрібно мотивувати, розвивати разом з іншими ресурсами з урахуванням характеру роботи, конкретних результатів праці, ініціативності, дисципліни, бажання підвищити кваліфікацію, то необхідно розглянути основні проблеми мотивації праці та можливі шляхи їх подолання.

Вперше термін «мотивація» було запроваджено у науковий обіг А. Шопенгауером у статті «Чотири принципи достатньої причини» (1900-1910 рр.). Існує досить багато теорій мотивації, тому кожне

підприємство вибирає лише ту, яка краще відповідає його фінансовому становищу. Адже сьогодні кожна людина хоче бачити якусь винагороду за зроблену ту чи іншу справу, яка буде для неї стимулом на майбутнє [1].

Мотивація праці – це задоволення особистих потреб людини, які неодмінно приведуть до досягнення цілей підприємства. Найчастіше людину до таких дій спонукає бажання, потреби, стимули та інтереси. Якщо у людини виникає бажання працювати з метою досягнення цілей, то це мотивація. Але якщо виникає внутрішнє протиборство, то можна говорити про демотивацію. Найбільш поширеними демотиваторами є стиль керівництва, ігнорування ідей та ініціатив, відсутність почуття приналежності до компанії, відчуття досягнення, професійного росту, невизнання досягнень і результатів, відсутність ресурсів, нечітка постановка цілей тощо [5].

Мотивація персоналу - це поєднання цілої низки складових, таких як спонукання персоналу до ефективної трудової діяльності, що забезпечує необхідні винагороди і задовольняє наявні потреби; заохочення до стабільної та продуктивної зайнятості; розвиток конкурентоспроможності працівника.

Підприємство, намагаючись зберегти кваліфікований персонал, має підвищувати рівень оплати праці. Це є позитивним фактором, однак зростання розмірів заробітної плати не характеризує рівень задоволення наявних потреб і провадження заходів щодо вдосконалення існуючої методологічної бази мотивації праці, заснованої на врахуванні національних особливостей. Однією з першочергових проблем сучасних мотиваційних систем на вітчизняних підприємствах є розробка й контроль за дотриманням зіставного зростання ефективності праці всіх категорій працюючих .

Особисті потреби носять активний характер, є спонукальним мотивом діяльності людини, мають такі напрями розвитку: зростання загального обсягу та розширення видів; якісні зміни в структурі; підвищення потреб усіх соціальних прошарків і груп працюючих та пов'язане з цим вирівнювання соціально - економічних відмінностей у рівні і структурі особистих потреб; наближення особистих потреб до раціональних науково обґрунтованих орієнтирів, з одного боку, із змістовністю і корисністю праці, а з іншого - із самовиявленням і самореалізацією працівника. Статусна мотивація характеризує становище працівника у виробничому колективі.

В економічній літературі в деяких випадках існує ототожнення матеріального стимулу з розміром заробітку за принципом : чим вища

заробітна плата, тим більший й матеріальний стимул до праці. Про те це далеко не так. Заробіток буде лише в тому випадку справжнім стимулом до праці, якщо він відповідає індивідуальному трудовому внеску робітника. Несправедливий розподіл заробітків та премій, навіть якщо їх розмір достатньо великий, знижує стимулюючу роль оплати праці.

Визначення мотиваційного потенціалу підприємства включає два етапи. Перший етап полягає у виявленні мотиваційних потреб працівників, другий — у вимірі ступеня задоволеності виявлених потреб [2]. Для здійснення першого етапу розглянемо можливість використання такого інструментарію, яким є мотиваційний профіль. Цей профіль визначається за допомогою виявлення у працівників їх ставлення до мотиваційних факторів, серед яких фактор матеріального характеру є лише одним з дванадцяти.

Наведемо перелік дванадцяти факторів мотивації: високий заробіток, фізичні умови праці, структурування роботи, соціальні контакти, стійкі взаємовідносини, визнання, прагнення до досягнень, влада і впливовість, різноманітність і зміни, креативність, самовдосконалення, цікава та корисна робота. Під дією цих факторів змінюється механізм трудової діяльності, так само не може залишатися без змін зміст та характер праці. Структура мотиваційних факторів є неоднорідною та залежно від поточного стану розвитку підприємств, розвитку системи суспільних цінностей чи динаміки ринку праці питома вага певних факторів у загальній системі управління буде змінюватися. Слід також враховувати фактори, які зумовлюють поведінку працівника, і їх необхідно враховувати в практиці мотивації трудової діяльності. До таких факторів належать: фізичний тип особистості (вік, стать тощо), професійна підготовка, рівень самосвідомості та освіченості, вплив зовнішнього середовища, психологічний клімат у колективі.

Однак, сьогодні на багатьох підприємствах України застосовуються лише окремі елементи системи мотивації. Тому така система не має комплексного характеру, оскільки традиційно ці елементи не поєднані один з одним, використовуються окремо. Ще одним недоліком такої системи мотивації є те, що вона має поточний, короткотерміновий характер, не націлена на майбутнє. На більшості вітчизняних підприємствах керівництво не приділяє стратегічної уваги розробці системи мотивації, яка в більшості випадків має відтінок перманентний характер.

При організації системи мотивації праці на підприємстві

потрібно дотримуватися високої внутрішньої мотивованості працівників. Для досягнення більших результатів необхідно створити сприятливий клімат у колективі, визначивши які заохочення вони оцінять найбільше. Також потрібно здійснювати особисту похвалу працівників за добру роботу, обов'язково підтримувати своїх працівників у їх стимулі покращити свою трудомісткість. Особисто пояснити працівникам роль їх участі у здійсненні спільного плану підприємства, довести до уваги те, як підприємство заробляє і витрачає грошові кошти, а також як воно пропонує на ринку свої послуги. Потрібно давати можливість працівникам рости і розвивати уміння і навички роботи у даній галузі.Намагатись створити відкриту та веселу робочу атмосферу у колективі. Робити все можливе, щоб працівники могли навчатися на особистих помилках. Насамперед потрібно бути творчим, повним свіжих ідей і нестандартних рішень, щоб досягти успіху.

Оцінивши застосування найбільш відомих теорій мотивації праці підприємства можливо розробити відповідну схему заходів у певній послідовності: проінформувати персонал про ситуацію на підприємстві, що приведе до мобілізації персоналу для продуктивної роботи, самовіддачі, а також впевненості кожного у важливості його ролі; змінити систему прийняття рішень радикально (концепція партисипативного управління); визначити цілі, що забезпечать безперервність процесу мотивації; стимулювати персонал матеріально; забезпечити вчасне та раціональне навчання персоналу; підтримувати відповідний морально-психологічний клімат в колективі; інформувати про перші успіхи, що забезпечують установлення зв'язку між докладеними зусиллями та результатами.

В результаті переходу від централізованої до ринкової економіки в Україні необхідно створити власну економічну модель системи господарювань, в якій якомога повніше і гармонійніше поєднувалися б традиційні ринкові атрибути особливості національного менталітету та економіко-соціальної структури суспільства. В цих умовах значну роль має відігравати мотивація.

Література.

1.Гриковская О. В., Соловьева Ж. В. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу /Гриковская О. В., Соловьева Ж. В.// Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №9(87). - С. 86 – 91.

2.Стахів О.В. Оцінка мотиваційного потенціалу персоналу підприємства в контексті реалізації вимог міжнародного стандарту управління якістю ІСО 9001.// Економіка та держава. № 7 - 2007. - С 79-81.

3.Новикова А. Психология мотивационных стимулов персонала /А. Новикова// Вісник КІБіТ. – 2010. - №1. – С. 91 – 96.

4.Крючков В. Кто в ответе за демотивацию персонала? // Управление персоналом. – 2007. - №7. – с.25.

5. Ядранська О.В. Щодо створення національної моделі мотивації праці.// Держава і регіони. № 5 - 2008. - С 212-21

Науковий керівник – професор Савченко О.Ф.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

Нагірна Л.В., аспірант,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Сьогодні формування, підтримка та розвиток конкурентних переваг для підприємств будь-якої галузі напрочуд актуально, особливо, для галузі сільського господарства. Наявність конкурентних переваг підприємств щільно взаємопов'язано та обумовлено конкурентоздатністю, рівнем конкурентного потенціалу, рівнем наявної конкурентоспроможності та ступеня її реалізації. У свою чергу, конкурентні переваги слугують підвищенню конкурентоздатності підприємства, конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності та її реалізації на ринку у забезпеченні конкурентостійкості, міцної конкурентної позиції та конкурентного статусу. Таким чином, конкурентні переваги, слід розглядати через систему їх формування, класифікації видів, через організаційний взаємозв'язок окремих складових та джерел формування, що в результаті визначають синергічний ефект у досягненні успіху підприємства в ринковому середовищі.

Серед вчених-економістів не існує однозначного підходу щодо видової класифікації конкурентних переваг, так у роботі [3, с. 44 – 46] на основі систематизації класифікаційних ознак існуючих літературних джерел [8, с. 185; 4, с. 114; 1, с. 50; 2, с. 53; 7; 6, с. 20; 5, с. 369; 9, с. 90] та доповнень авторів, виділяють наступні класифікаційні ознаки конкурентних переваг в залежності від: джерела походження, відношення до системи; ступеня відтворюваності (стійкості), характеру динаміки; методу або способу одержання конкурентної переваги; фактора та суб'єкта (ініціатора); рівня ієрархії; змісту фактора переваги;

методу конкуренції; сфери прояву; виду одержуваного ефекту від реалізації переваги; тривалості дії (терміну дії); характеру фактора; характеру виникнення; зв'язку із силами конкуренції; ступеня значущості для підприємства; можливості управляння з боку підприємства; відповідності характеру цілей підприємства; ролі у забезпеченні конкурентної стратегії, а також визначені їх види.

Проаналізувавши та оцінивши основні підходи авторів до класифікації видів конкурентних переваг, можна зробити висновок проте, що вони є досить універсальні щодо різних об'єктів і не розкривають повноту системної цілісності щодо формування та розвитку конкурентних переваг на підприємстві. Нами пропонуються наступні класифікаційні ознаки конкурентних переваг, що можуть бути сформовані на підприємстві:

1) за системно комплексним підходом: переваги підприємства; переваги структурних підрозділів; переваги системи менеджменту; переваги функціональних служб підприємства; переваги управлінської команди; переваги особи (інтелектуальні переваги); переваги продукції, послуг;

2) за функціональною ознакою: переваги, що формуються: в загальній системі менеджменту; маркетингу; управління персоналом; антикризового управління; управління конкурентоспроможністю; системи управління безпекою; обліково-аналітичного забезпечення; фінансово-економічного управління; логістичного управління; інноваційного управління; стратегічного управління; управління якістю діяльності; управління ефективністю діяльності; управління екологічним розвитком; управління економічним, екологічним та соціальним розвитком як системи;

3) залежно від рівня забезпечення успіху: кількісні і якісні характеристики соціальних, економічних, екологічних цілей;

4) за цільовою спрямованістю господарської структури: глобальні; локальні;

5) за функціональністю цільового спрямування: організаційні; економічні; техніко-технологічні; соціально-психологічні; сервісні; цінові; якісні; цінності для споживача; ресурсні; виробничі; переваги моніторингу, діагностики та контролю; кадрові; логістичні; реалізаційні; інтеграційні; стратегічні;

6) за рівнем адаптивності до цільової спрямованості: стійкі; нестійкі;

7) за термінами дії: короткострокові (до 1 року); середньострокові (від 1 до 3 років); довгострокові (від 3 років);

8) залежно від джерел формування: внутрішньо-системні; зовнішні;

9) залежно від матеріальних і нематеріальних активів: технічні; технологічні; біологічні; кадрові; інтелектуальні; економічні; інституціональні; інформаційні; інноваційні; природно-кліматичні; екологічні; фінансові; структурно-виробничі; сервісу; переваги експорту; іміджеві; логістичні; маркетингові; переваги збуту та реалізації продукції; комунікаційно-господарських зв'язків; управлінські; організаційні; бренд; патенти;

10) залежно від напряму орієнтиру: на споживача; на виробника; на постачальника; протидія конкурентам; розширення меж на внутрішньому ринку; вихід на зовнішній ринок; вимоги інших суб'єктів;

11) залежно від обраної стратегії розвитку: засновані на диференціації (якісні); засновані на низьких витратах (вартісні); засновані на сегментації ринку; фокусування; вертикальній, горизонтальній інтеграції; впровадженню нових технологій виробництва; асортиментна політика; раціональні, адекватні системи управління;

12) залежно від чинників поставлених задач: економічні задачі; соціальні задачі; екологічні задачі; єдність економічних, соціальних, екологічних задач;

13) залежно від моделі розвитку та чинників реалізації системи: інноваційні; інтеграційні; інституційні; підприємницькі; еволюційні; стратегічні;

14) залежно від видів та типів управління: управління адаптивною діяльністю; управління економічною безпекою;

15) залежно від вимог управління: за слабкими сигналами; за можливостями; за відхиленням; за результативністю; за видами орієнтованими на управління;

16) залежно від системи розв'язання задач: базові; другорядні;

17) управління конкурентними перевагами за часом впровадження: переваги, що потребують короткострокового періоду впровадження; переваги, що потребують середньострокового періоду впровадження; переваги, що потребують довгострокового періоду впровадження.

Стратегічні конкурентні переваги визначаються рівнем сформованого конкурентоспроможного потенціалу та його можливостей до адаптації щодо визначених стратегій розвитку конкурентних переваг, підприємства, здатності системи менеджменту

упереджувально формувати систему управління конкурентними перевагами на зміну та вимоги ринкового середовища. Від рівня сформованої системи конкурентних переваг, їх гнучкості та адаптивності залежатиме стратегічний розвиток та ефективність функціонування підприємства на ринку як відкритої соціально-економічної одиниці.

Запропонований підхід щодо класифікаційних ознак конкурентних переваг підприємства охоплює весь спектр можливостей розкриття їх сутності, формування та забезпечення адаптивного розвитку. Виділення однієї конкурентної переваги не дає змогу забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Лише система, комплекс наявних конкурентних переваг, що є адаптованими до стратегічного розвитку підприємства, в змозі забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності та відповідної позиції на ринку. В такому випадку, види конкурентних переваг взаємопов'язані і взаємодіючі.

Література.

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков ; Государственный университет управления, Национальный фонд подготовки кадров. – М. : «Тип «НОВОСТИ», 2000. – 256 с. - Бібліогр. : с. 251 - 252.

2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства : сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50 – 53.

3. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с. рис., табл. – Бібліогр. : с. 288 – 307.

4. Кныш М. И. Конкурентные стратегии : чеб пособие / М. И. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с., рис., табл. – Библиогр. : с. 281 – 283.

5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : [учеб. для слушателей, обуч. по прог. «Мастер делового администр.] / Ж.-Ж. Ламбен; [пер. с англ. С. Жильцов]; под общ. ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2008. – 800 с. : ил. – (Серия «Классика МВА»).

6. Отенко І. П., Полтавська Є. О. Управління конкурентними перевагами підприємства / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с. : рис., табл. – Бібліогр. : с. 159 – 172.

7. Портер М. Международная конкуренция / М. Е. Портер ; [пер. с англ. И. В. Квасюк, Д. С. Комисарова, С. Д. Комисаров и др.;] ; под. ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с. : рис. – Библиогр. : с. 877 – 895.

8. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю підприємства : підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська (ред.). – К. : «Кондор», 2009. – 470 с. : рис., табл.

9. Шевченко Л. С. Конкурентное управление : уч. пособие / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с. : ил., табл. – Быблыогр. : с. 500 – 518.

Науковий керівник – д.е.н. Гудзинський О.Л.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МЕШКАНЦІВ СЕЛА

Неділько М.Г, Кишка Е.В, студенти,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Всебічний аналіз стану соціально-економічного розвитку сільських територій показав, що незважаючи на окремі позитивні зміни, досягнуті в результаті реформування аграрного сектору економіки, відбувається занепад та руйнація українського села. Стан сільського ринку праці характеризується загостренням проблем зайнятості та безробіття, низьким професійно-кваліфікаційним рівнем незайнятих осіб, відсутністю нових робочих місць для селян. Ці та інші факти становлять загрозу продовольчій безпеці країни, демографічному відтворенню селянства, створюють соціальну напругу на селі.

В сільській місцевості значно знизився рівень життя та доходів населення, зросла чисельність осіб, що живуть за межею бідності, поглиблюється розрив між багатими і бідними, зникає, так остаточно і не сформувавшись так званий «середній клас», який би мав слугувати основою розвитку цивілізованого суспільства.

Як показують дослідження, занепад сільської соціальної інфраструктури, відсутність робочих місць, елементарних культурно-побутових умов життя селян, низький розвиток сільських територій, недостатні умови для розвитку підприємництва на селі, сприяють відтоку сільського населення, особливо молоді, до міст і за кордон

заради більш престижних заробітків та в пошуках кращої долі. Обмеженість виробничої сфери села сільським господарством, низький розвиток різних видів несільськогосподарської діяльності призводять до неможливості працевлаштування осіб, вивільнюваних із сільського господарства, без зміни місця проживання, а отже, сприяють обезлюдненню сільських територій.

Значні проблеми свого розвитку відчувають новостворені сільськогосподарські підприємства. Головна з них полягає у тому, що ці агроформування виявились нездатними створити достатню кількість робочих місць, забезпечити належну зайнятість та гідну заробітну плату селян. Це зумовлено самою природою діяльності таких приватних агроформувань. Їх засновники мають одну головну мету – забезпечити якомога більший прибуток від своєї діяльності. Взявши в оренду земельні та майнові паї селян, вони несуть перед ними, як правило, лише одну відповідальність – гарантувати орендну плату. До того ж власники землі передають її в оренду на короткий термін. За даними Держкомзему України, майже 88 % селян передають землю в оренду на строк до 5 років. Це не зацікавлює товаровиробника вкладати капітал для збереження та підвищення родючості землі. Він намагається за цей період отримати найбільший зиск від її використання. Інших зобов'язань, і в першу чергу, надання робочих місць, забезпечення гідних доходів, вирішення питань соціальної інфраструктури села :будівництва житла, доріг, надання різних послуг, тощо, вони на себе не беруть. І це все відповідає чинному законодавству України. Орендуючи землю, керівники агропідприємств не несуть відповідальності за стан та напрями її використання. Не вагаючись, підприємства скорочують обсяги трудомісткої та низькорентабельної сільськогосподарської продукції, оскільки виробляти її не вигідно, тому, що це призводить до зменшення прибутків, збільшення зарплатомісткості продукції, необхідності додаткових відрахувань до фондів соціального страхування, а отже, зростання собівартості продукції.

Актуальною є і соціальна сторона проблеми сільської зайнятості. Адже відсутність суб'єктів господарювання та робочих місць – це тільки половина проблеми. Друга половина полягає у занепаді українського села, а отже відсутності умов пристойного життя селян. Як показали дані суцільного обстеження сільських населених пунктів, які здійснював Держкомстат України, станом на 01.11.2009 р.,

70 % сільських населених пунктів не мали на своїй території дитячих дошкільних закладів, 51 % з них (де є діти 7-17 років) не мали шкіл. Незадовільним є забезпечення сільських населених пунктів побутовим, медичним обслуговуванням, послугами зв'язку, радіо тощо. Значна частина показників, що характеризують рівень забезпечення послуг на селі, постійно знижується. Таке становище зумовлене, не тільки зменшенням суб'єктів соціальної інфраструктури, але й відсутністю будь-яких інших суб'єктів господарювання на селі. Із загального числа сільських населених пунктів 13975, (або майже половина 49,0 %) не мали на своїй території будь-яких суб'єктів господарської діяльності. Причому, переважну частину (63,1 %) з них складали невеликі села з чисельністю населення у діапазоні: до 49 осіб - 25,7 %, 50-99 осіб - 16,8 %, 100-199 осіб - 20,6 % .

Відповідно до законодавства України витрати сільськогосподарських підприємств на будівництво об'єктів соціальної інфраструктури повинні компенсуватися за рахунок державного бюджету. В результаті аграрної реформи усі суб'єкти сільської соціальної інфраструктури, що були у складі сільськогосподарських підприємств передані на баланс сільських рад. Проте, через відсутність фінансування із місцевих бюджетів, такі суб'єкти поступово згортають свою діяльність, або здебільшого перепрофілюються на інші види суто комерційної діяльності. Ось чому актуальною є необхідність здійснення кардинальної територіальної реформи у сільській місцевості та розвитку продуктивних сил на селі. Сільська рада фактично є недієвим органом, який намагається перекладати виконання своїх функцій на органи вищого порядку та безкінечно вимагати надання дотацій із державного та місцевих бюджетів, що не можна вважати нормальним.

Сьогодні, не лише виробництво сільськогосподарської продукції повинно бути фундаментом розвитку сільських територій, а й піклування, в першу чергу, про селянина, його потреби, бажання, створення умов для нормальної життєдіяльності сільського населення.

Питання розвитку сільських територій та зайнятості сільського населення, подолання труднощів і перешкод на цьому шляху й надалі стоятимуть надзвичайно гостро, а вирішення їх потребуватиме подальших наукових досліджень.

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

УДОСКОНАЛЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Ніценко В.С., к.е.н., доцент,
Міжнародний гуманітарний університет (м. Одеса)

У сучасних кризових умовах попит збільшився на товари первинного споживання. Отже, перспективними галузями є ті, які їх виробляють. Одним з них є сільське господарство, яке «пережило» кілька криз.

Агробізнес зумовлює розвиток сфер виробництва, переробки, зберігання, транспортування та доведення до кінцевого споживача сільськогосподарської продукції. Його розвиток зачіпає інтереси забезпечення продовольчої безпеки країни та соціального благополуччя її громадян, має сприяти розвитку економіки в цілому, різних форм власності, вдосконалення агропродовольчої політики, зміцненню позицій АПК України на світових ринках.

Ґрунтуючись на активній державній підтримці, агробізнес дає можливість малому, середньому і великому бізнесу реалізувати свої потенціал у виробництві високорентабельної продукції і досягненні конкурентних переваг, про що свідчить сучасний досвід зарубіжних країн, в яких агробізнес суттєво впливає на економіку.

В даний час державна підтримка аграрного сектору в більшості економічно розвинених країн реалізується за допомогою різного роду субсидій, дотацій і пільг, при цьому фінансові вкладення в сільське господарство в 1,5-2 рази перевищують ринкову вартість його продукції.

Саме державна підтримка сільського господарства відіграла основну роль збільшенні виробництва продовольства у країнах, що є в даний час найбільшими експортерами: у США, Канаді, країнах ЄС.

В Україні агробізнес не зайняв належного місця в системі економічних відносин і вимагає подальшого вивчення.

Для подальшого розвитку агробізнесу потрібно рішення ряду проблем:

- наявність фінансової нестабільності, викликаної головним чином незначними грошовими надходженнями від реалізації продукції внаслідок низького рівня цін на сільськогосподарську продукцію;
- брак власних оборотних коштів для сезонного фінансування виробництва;
- недоступність банківського кредиту;
- відсутність законодавчих гарантій прав власності і виконання

контрактів;

- низький рівень менеджменту;
- нестача техніки, не своєчасне її впровадження та оснащення;
- відсутність необхідних грошових надходжень, як наслідок фізичний знос більшої частини основних засобів сільгосппідприємств, багаторазове скорочення закупівель нової техніки та обладнання;
- велика кількість посередників, що надалі призводить до зниження частки сільських товаровиробників в роздрібній ціні кінцевого продукту;
- припинення або зниження внесення добрив і недотримання технологій;
- недостатній рівень інвестицій;
- необхідність забезпечення налагодженої роботи товаропровідної ланцюжка – від поля до прилавка;
- необхідність коректування державної програми підтримки АПК у питанні про землю – основному активі в цьому бізнесі (можливість оренди землі, покупки в розстрочку, в кредит);
- високі ціни на пальне, які роблять неможливим високорентабельне виробництво сільськогосподарської продукції;
- високі процентні ставки на кредит;
- високі митні платежі на сільськогосподарську техніку і незахищений внутрішній ринок від поставок продуктів харчування з-за кордону;
- соціальні проблеми сільських жителів (необхідне будівництво житла на селі, поліпшення соціальних умов для селян, боротьба з пияцтвом).

На наш погляд, доцільним є вжиття заходів, що мають прикладний характер, з метою вирішення проблем, негативно впливаючих на розвиток агробізнесу:

- залучення інвесторів в сільське господарство (заохочення, різного роду пільги, більш низькі ставки податку);
- регулювання цін з боку держави на сільськогосподарську продукцію;
- запровадження більш спрощеної системи для оформлення сільськогосподарських кредитів;
- створення системи земельно-іпотечного кредитування;
- стимулювання розвитку малих форм господарювання в агропромисловому комплексі (збільшення частки особистих

підсобних господарств і селянських (фермерських) господарств);

- орієнтація бізнесу відповідно до перспектив розвитку даного сектора економіки;
- організація контролю за правильністю розподілу і своєчасності виплат заробітної плати;
- вдосконалення системи зовнішнього та внутрішнього контролю;
- спрощення процедури формування земельних ділянок із земель сільськогосподарського призначення та зниження плати за проведення землевпорядних робіт при постановці на кадастровий облік;
- розробка концепції державної підтримки;
- стимулювання працевлаштування молоді в сільському господарстві;
- розробка цільових програм зі стимулювання кадрів;
- розробка комплексу заходів щодо захисту вітчизняних сільгоспвиробників.

Важливість аграрного сектора для розвитку економіки безумовна. Будучи виробником товарів первинного споживання, агробізнес завжди має попит. Однак даний сектор економіки має великі прогалини в організації, фінансуванні та функціонування в цілому.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ СТРУКТУРИ ПЕРЕРОБЛЮЮЧОЇ ПІДСИТСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ ЯК ОДИН З НАПРЯМКІВ ЇХ РИНКОВО – ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Островерх О. В., асистент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Як навчає світовий досвід одержаний на виходах господарських організацій ефект уявляє собою результат функціонування їх перероблюючої підсистем. В свою чергу цей результат залежить від виробничої структури цих останніх яка може бути як оптимальною так і неоптимальною. Цілком зрозуміло, що неоптимальна виробнича структура перероблюючої підсистеми не може сприяти нарощуванню ефекту на її виході і разом з тим також і підвищенню ефективності господарських організацій.

Не є секретом, що виробнича структура перероблюючої підсистеми є неоптимальною у багатьох організаціях аграрного профілю України. Тому усунення цього негаразду є першочерговим завданням керівників і колективів цих останніх.

Узагальнення думки цілого ряду дослідників дозволяє розглядати виробничу структуру перероблюючої підсистеми як співвідношення між окремими галузево – функціональними осередками внутрішньогосподарської ділової активності.

Кожний з таких осередків відзначається певними ресурсними наповненнями в якому домінуючу роль відіграють трудові ресурси зайняті у виробництві тих чи інших матеріальних благ. На практиці вони мають різні назви – виробництва, функціональні зони, функціональні блоки, сектори, підсектори, тощо. Оскільки згадані галузево – функціональні осередки виділені за ресурсним принципом, а домінуючим ресурсом є трудові ресурси, то для характеристики їх розмірів в якості показника розмірів правомірним є використання чисельності зайнятих операційних працівників.

Визнання виробничої структури перероблюючої підсистеми як співвідношення між її галузево – функціональними осередками вимагає його оцінювати з позиції оптимальності. А оптимальним його можна вважати лише за умови коли стан перероблюючої підсистеми в цілому а також стан кожного з її галузево – функціональних осередків відповідатиме вимогам внутрішньої збалансованості. Засобом для забезпечення стану внутрішньої збалансованості є оптимізація співвідношення між галузево – функціональними осередками. Тому здійснення заходів цього процесу є всі підстави розглядати як один з важливих напрямків ринково – підприємницької трансформації організацій аграрного профілю.

Оскільки перероблююча підсистема є ієрархічним сполученням галузево – функціональних осередків, то в основу процесу оптимізації її виробничої структури правомірно покласти методологічні принципи провідної (ведучої) ланки в ланцюгу задач що вирішуються. Стосовно корекції виробничої структури перероблюючої підсистеми це означатиме що з усіх можливих курсів дій треба обрати найбільш продуктивні, а з їх числа – особливо продуктивні. Саме ці останні і покликані стати своєрідними локомотивами здатними «витягти» за собою менш продуктивні курси дій. На роль такого локомотиву в даному випадку може претендувати співвідношення між

тваринництвом і рослинництвом.

Оптимізація співвідношення між тваринництвом і рослинництвом є особливо продуктивним в умовах Лівобережного Лісостепу України. А особливо продуктивним курсом дій воно є завдяки входженню в цю спарку рослинництва. Адже структурні зрушення в рослинництві можна здійснити за відносно невеликих інвестицій. В той же час вони здатні забезпечити суттєву віддачу за коротший порівняно з будь якими іншими галузями термін. Так наприклад перехід до нової системи сівозмін, які відповідають вимогам зональних систем землеробства, вже за першу ротацію дозволяє одержати за всіх інших рівних умов приріст у розмірі 25-30% проти рівня у вихідному періоді.

В силу цілого ряду причин співвідношення між тваринництвом і рослинництвом у крупно – технологічних організаціях аграрного профілю, розташованих у Лівобережному Лісостепу рідко коли було оптимальним. Тваринництво було нездатним забезпечити рослинництво органічними добривами, дози внесення в грант систематично понижувались. Внаслідок цього з року в рік нарощувались темпи вимивання гумусу з ґрунту. Разом з тим необґрунтований пріоритетний розвиток виробництва продовольчого зерна, та соняшнику супроводжувався хронічним порушенням схем чергування сільськогосподарських культур в сівозмінах і витискування зернофуражних і кормових культур з сівозмін. До того ж перевага надавалась малобілковим культурам. Все це обумовило нарощування кількісної та якісної неспроможності кормової бази тваринництва. Тому не дивно, що воно продемонструвало завдяки цьому продуктивність яка була набагато нижчою від можливої.

Як показали дослідження проведені на кафедрі організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка для того щоб співвідношення між тваринництвом та рослинництвом було оптимальним в організаціях аграрного профілю Лівобережного Лісостепу України треба утримувати у розрахунку на один га ріллі 0,6-0,9 умовних голів. Щільність поголів'я може коливатися в залежності від того якою буде питома вага гною який надходитиме до реакторів біогазових установок. Адже після відбору з гною метану вміст діючої речовини підвищується на 20 і навіть, більше процентів. Тому 800 кг біоорганічного добрива буде містити

діючої речовини стільки ж, скільки її є в тонні звичайного гною. Отже впровадження мікробіологічних технологій виробництва органічних добрив дозволить одержати близько 20% економії капіталовкладеннях у тваринництво, скоротити площу під зернофуражними і кормовими культурами також майже на 20%, а також одержати від кожної тонни звичайного гною 30-50 м^3 метану.

Особливістю переробної підсистеми організацій аграрного профілю є те, що її складова «основне виробництво» яке репрезентують рослинництво і тваринництво не здатне нормально функціонувати без взаємодії із доповнюючим виробництвом. Це останнє, як відомо репрезентують промислове підсобне виробництво і виробництво будівельної продукції. Світовий досвід навчає, що потреба у впровадженні згаданих виробництв є виправданою в організаціях аграрного профілю які володіють не менше 1000 га ріллі і утримують поголів'я сільськогосподарських тварин 600 умовних голів. Оперативний персонал такої організації має нараховувати 100 зайнятих з яких у матеріальному виробництві має бути зайнято 45 операційних працівників з яких у основному 30 (67%) і у доповнюючих виробництвах – 15 (33%).

Структура основного виробництва матиме вигляд зайнятих операційних працівників у рослинництві – 10, а у тваринництві – 20, або 33% і 67% в чисельності зайнятих у основному виробництві.

Структура доповнюючих виробництв матиме наступний вигляд: зайнятих операційних працівників у промисловому підсобному виробництві 10, а у виробництві будівельної продукції – 5, або 67% і 33% відповідно.

Забезпечення приведених параметрів виробничої структури перероблюючої підсистеми організацій аграрного профілю Лівобережного Лісостепу України обов'язково потягне за собою цілий ряд позитивних зрушень. Серед них найбільш значущими мають бути екологічні, економічні та соціальні. Найбільш суттєвим екологічним наслідком слід визнати гальмування впритул до повного призупинення руйнування гумусу в ґрунті та змиву гумусового горизонту на схилових землях. Дуже важливим економічним наслідком має бути суттєве поліпшення всіх показників ефективності та продуктивності функціонування перероблюючої підсистеми що дозволить їй збільшити свій вклад у розвиток соціальної сфери села та задоволення соціальних інтересів персоналу.

ПРОГНОЗУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Павлик В., к.т.н.,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Оскільки управління бізнесом ґрунтується на передбаченні результатів діяльності підприємства то використання методу прогнозування у прийнятті управлінських рішень має теоретичне і практичне значення, стає вирішальним у досягненні ефективності виробництва продукції. Для управління бізнесом необхідно враховувати основи здійснення виробництва продукції, що мають на нього вплив, зокрема: державне управління підприємствами, основу якого становить законодавство, яке встановлює їх реєстрацію, функціонування і оподаткування; фінансова система країни, діяльність національного банку, встановлення ним процентної ставки на позику коштів, визначення курсу національної валюти – визначають умови ведення бізнесу; встановлення центральним банком курсу національної валюти обумовлюватиметься функціонуванням як вітчизняної, так й іноземними фінансовими системами, які враховують грошову масу, валовий внутрішній продукт, ціноутворення на продукцію; рівень інфляції в країні вказує наскільки знецінюються гроші у національній валюті, продукція яка купується за їх рахунок; визначення критерію ефективності виробництва продукції; вимоги ринку до виробництва продукції. У теорії і практиці управління бізнесом узагальненим показником діяльності підприємства є рентабельність виробництва, а ефективність діяльності підприємства визначає одержаний ним прибуток. Враховуючи це, вважаємо, що затрати праці є визначальним у виробництві, оскільки всі інші економічні показники такі як собівартість, ціна продукції, прибуток, рентабельність виробництва будуть обумовлюватися саме ними. Тому за основний критерій ефективності виробництва продукції доцільно прийняти продуктивність його процесів. Безумовно на діяльність підприємства, ведення і управління бізнесу матиме вплив ринок, який встановлює вимоги до організації виробництва продукції на підприємстві. При цьому необхідно враховувати, що виробник, який має велику частку обсягу реалізації продукції на ринку визначає для себе вигоду від ціни, однак ризикує реалізувати її у повному обсязі, а споживач продукції може задовольнити свої потреби у її, якщо матиме платоспроможність. На нашу думку тенденції економічного розвитку

великих підприємств будуть ґрунтуватися на адаптації їх до вимог ринку, створенні розгладженої структури з малих представництв для того тільки щоб бути впевненими у реалізації продукції. В основі управління бізнесом повинен здійснюватися принцип – вся вироблена продукція підприємством має бути реалізована. Для того щоб визначитися з своєю участю на ринку необхідно знати кількість виробників продукції, середній обсяг виробництва продукції одним виробником та кількість споживачів. З врахуванням вказаного, пропонується визначити середній обсяг реалізації продукції одним виробником. Виходячи із зазначеного принципу, якого доцільно дотримуватися в управлінні бізнесом підприємства запишемо формулу:

$$Q_{â} = Q_{ð} \tag{1}$$

де $Q_{â}$ - обсяг виробленої продукції, $Q_{â}$ - обсяг реалізованої продукції. Введемо у вказану формулу $N_{â}$ - кількість виробників продукції та $N_{ñ}$ - кількість споживачів продукції, $Q_{ñâ}$ - середній обсяг виробництва продукції одним підприємством, $Q_{ñð}$ - середній обсяг продукції, який реалізовано одному споживачу, а також зазначемо, що невся вироблена продукція може бути реалізована у вигляді математичного рівняння:

$Q_{ñâ} = Q_{ñð} + Q_{ñí}$, де $Q_{ñí}$ - середній обсяг нереалізованої продукції одним підприємством. Враховуючи вказане, запишемо формулу:

$$N_{â} * \left(Q_{ñâ} - Q_{ñí}\right) = N_{c} * Q_{ср} \tag{2}$$

Позначемо у формулі показники, значення яких необхідно визначити через X та Y. Наведена формула матеме вигляд:

$$N_{â} * \left(Q_{ñâ} - Y\right) = N_{ñ} * X, \tag{3}$$

звідки

$$Q_{ñâ} = \frac{N_{ñ}}{N_{â}} * X + Y, \tag{4}$$

$$Y = Q_{ñâ} - \frac{N_{ñ}}{N_{â}} * X \tag{5}$$

При $Y = 0$ тобто коли вся вироблена підприємством продукція реалізована, середній обсяг продукції реалізованої одним підприємством визначатиметься за формулою:

$$X = \frac{Q_{ñâ}}{N_{ñ}} * N_{â} \qquad (6)$$

Підставивши у формулу (5) умовні числові значення, визначемо, який обсяг продукції залишиться для підприємства нереалізованим при відповідному співвідношенні кількості споживачів і виробників та умові, що підприємство намагається всю вироблену продукцію реалізувати тобто $Q_{ñâ} = X$ всі числові значення наведені в умовних одиницях:

$$10 = 20 - \frac{5}{10} * 20, \qquad 18 = 20 - \frac{1}{10} * 20 \qquad (7)$$

Як видно з розрахунків при збільшенні кількості споживачів зменшується частка нереалізованої продукції у її обсягу виробництва. Підставивши умовні числові значення у формулу (6), визначемо середній обсяг продукції, який реалізовано одним підприємством: $4 = \frac{20}{10} * 2,$ при вказаних умовах підприємство реалізує обсяг продукції у п'ять разів менше передбаченого. Визначемо середню вартість продукції, яку виробляє підприємство скориставшися твердженням, що дохід виробника від реалізації продукції дорівнює грошовим витратам споживача, запишемо формулу:

$$S * W = N * (M - Z), \quad X = \frac{N}{S} * (Y - Z),$$

$$X = \frac{5}{10} * (Y - 100), \qquad (8)$$

де S – кількість виробників продукції, W – середня вартість проданої продукції одним підприємством, N – кількість споживачів, $W = (M - Z)$ середня вартість купленої продукції одним споживачем, M – кількість грошей споживача, Z – залишок грошей після здійснення куплі продукції, $W = X$, $W = Y$, підставивши умовні числові значення визначемо при $Y = 1000$; $X = 450$ умовних одиниць, знаючи вартість проданої продукції та її обсяг можна визначити ціну продукції. Таким чином, використання викладених положень дасть змогу управляти бізнесом, прогнозувати результати діяльності підприємства, досягати ефективності у виробництві продукції.

ТИПОВІ ПОМИЛКИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Пономаренко О.В., к.е.н., доцент, Пономаренко Є.Ю., к.е.н., ст. викладач, Харківська державна зооветеринарна академія

В наш час типова світова та українська практика доводять, що нерідко стандартні та однотипні, так би мовити шаблонні, маркетингові підходи до вирішення певних комерційних цілей не завжди себе виправдовують. Таким чином з'явилася необхідність чіткого аналізу та перегляду підходів до вирішення цих цілей та недопущення в майбутньому типових помилок що виникають в результаті застосування не чітко вивірених комерційних стратегічних рішень. Це дуже важливо зараз, в період кризи, та може стати в нагоді для в подальшому і дасть змогу компаніям, застосувавши ці підходи, вийти на етапі піднесення на ринок з більш стійкими позиціями по відношенню до конкурентів та серйознішою перспективою збільшення свого власного капіталу. В цій статті ми і розглянемо ті аспекти маркетингових стратегічних рішень на які треба звернути увагу при вирішенні проблем зі збільшення компанією свого прибутку та недопущення втрати конкурентних позицій на ринку.

На основі наукових маркетингових практичних досліджень було виявлено 6 найбільш поширених помилок менеджменту, що зустрічаються при стратегічному плануванні діяльності підприємства:

1. Неправильна або нечітка постановка цілей;
2. Вторинне положення маркетингової стратегії по відношенню до сейлз-стратегії;
3. Відірваність стратегії маркетингу від цілей і завдань інших бізнес-підрозділів (перш за все з продажу).
4. Підміна стратегії маркетингу комунікаційною стратегією;
5. Сліпе копіювання схем, що привели до успіху;
6. Відсутність даних маркетингових досліджень при розробці стратегії.

Проаналізуємо ці помилки детальніше: **1. Неправильна або нечітка постановка цілей.** Складно оптимізувати шляхи досягнення цілей, якщо самі цілі сформульовані нечітко, не мають прив'язки до конкретних результатів і критеріїв оцінки. Наприклад, таке поширене формулювання, як «стати лідером ринку», вимагає цілого ряду уточнень: про те на якому саме ринку (або в якому сегменті) компанія планує зайняти лідируючу позицію; про те за допомогою яких критеріїв оцінюватимуть положення компанії на ринку; про те з якими

конкурентами компанії доведеться зіткнутися.

Без цих уточнень амбітна мета стає розмитим гаслом, виконання якого фактично не піддається виміру. Для перевірки точності постановки мети підійде класичний метод SMART (від specific – «конкретна», measurable – «вимірювана»

achievable – «досяжна», realistic – «реалістична»,

time-bound – «з позначеним терміном».

2. Вторинне положення маркетингової стратегії по відношенню до сейлз-стратегії. У ідеалі і маркетингова, і сейлз-стратегія повинні ґрунтуватися на стратегічному баченні власників або топ-менеджерів. На практиці функція маркетингу часто виявляється вторинною по відношенню до функції продажу. Відповідно, цілі і завдання, які ставлять перед підрозділом маркетингу, носять тактичний характер і направлені на підтримку конкретних програм підрозділу продажів. В цьому випадку стратегічна функція зводиться нанівець, що робить стратегію компанії однобокою, не дозволяючи активно завойовувати ринок маркетинговими засобами. Зазвичай подібний перекіс приводить до того, що маркетингові рішення компанії виявляються другорядними по відношенню до дій конкурентів. Ключ до успіху – здоровий баланс, синергія маркетингової і сейлз-стратегії для досягнення глобальних цілей.

3. Відірваність стратегії маркетингу від цілей і завдань інших бізнес-підрозділів (перш за все з продажу). Ця ситуація протилежна описаній вище, але має в собі не менше прихованих небезпек. Коли цілі маркетингу не погоджені з можливостями продажу, маркетингова стратегія або не може бути реалізована, або не досягає поставлених цілей. Маркетинг не може існувати як «річ в собі», він повинен доповнювати і підсилювати активність компанії на всіх напрямках її діяльності. На жаль, внутрішній конфлікт між підрозділами маркетингу і продажів – реальність багатьох компаній. Боротьба за бюджети і (або) сфери впливу, а також проблеми з розділенням відповідальності за результати приводять до неузгодженості дій підрозділів і герметизації при розробці стратегій.

У цій ситуації активні маркетингові дії можуть не лише виявитися неефективними, але і нанести компанії істотну шкода. Наприклад, рекламна кампанія fmcg-товару на тлі його відсутності в роздробі може викликати спочатку підвищений інтерес (коли споживач шукає товар), а потім потужну негативну хвилю (коли він його не знаходить). Виправлення подібних помилок – процес дуже складний і дорогий. Як і у попередньому випадку, ключ до вирішення

проблеми – активна і гармонійна взаємодія відділу маркетингу з іншими бізнес підрозділами.

4. Підміна стратегії маркетингу комунікаційною стратегією. Комунікаційна стратегія – невід'ємна частина маркетингової стратегії, але не слід забувати про три інші елементи маркетинг-міксу, таких як: product, place, price. Адже комунікація – лише спосіб донести до споживача розроблені компанією повідомлення.

Інколи під маркетинговою стратегією мають на увазі медіа план, поєднаний з графіком розробки рекламних матеріалів. Зазвичай такі казуси пов'язані з недостатньою кваліфікацією персоналу, що відповідає за стратегічний маркетинг в компанії. Аналогічна ситуація може виникнути також при дробленні функцій маркетингу і розділенні зон відповідальності, коли у сфері впливу відділу маркетингу залишаються лише комунікаційні і рекламні цілі. Подібний підхід може призвести до того, що життєво важливі складові процесу розвитку компанії будуть або недооцінені при розробці маркетингової стратегії, або неузгоджені між собою. Будь-який варіант Може обернутися серйозними проблемами в довгостроковій перспективі.

5. Сліпе копіювання схем, що привели до успіху. Ця помилка характерна для локальних компаній, які знаходяться в управлінні власника з авторитарним стилем керівництва. Проблема найбільш актуальна в ситуаціях, коли компанія активно розширюється і виходить на вищий рівень розвитку, але не отримує професійних керівників. Власники, що створили бізнес з нуля, часто не мають ні необхідних навичок і знань в області маркетингу, ні часу (або бажання) їх придбати. У питаннях маркетингу і реклами вони часто приймають рішення, ґрунтуючись на інтуїції і минулому досвіді. У жодному випадку не зменшуючи їх значення для успіху стратегічного планування, слід зазначити, що без серйозної професійної бази вони можуть завести маркетинг в безвихідь глобальних стратегічних помилок. Вихід один: підсилювати компанію за допомогою найманих менеджерів – фахівців в певних галузях, підкріплювати свою інтуїцію вивченням ринку і споживачів.

6. Відсутність даних маркетингових досліджень при розробці стратегії. Основні причини подібної ситуації – відсутність засобів на покупку інформації або негативне відношення до неї з боку розробника стратегії. У першому випадку можна знайти більш прийнятні з точки зору бюджету варіанти купівлі даних. Що

стосується іншої ситуації, то вона безпосередньо пов'язана з рівнем професіоналізму маркетолога. Стандартні аргументи «Нічого нового вони мені не скажуть» або «Я їм не довіряю» змушують засумніватися у висоті цього рівня. Для розробки ефективної стратегії необхідно: а) добре орієнтуватися в поточній ситуації на ринку; б) правильно визначити свою поточну і бажану позицію; в) мати якомога повнішу інформацію про споживачів. Джерелом подібної інформації слугують маркетингові дослідження. Без їх даних можна зробити немало стратегічних помилок: від некоректної постановки цілей до підміни споживчих інсайтів чиєюсь думкою про те, що повинні думати споживачі. Ці помилки найбільш типові. На жаль, нерідко в компанії взагалі немає маркетингової стратегії і розуміння того, навіщо вона потрібна. В цьому випадку топ-менеджменту слід серйозно задуматися про майбутнє. Адже швидкозростаючих ринків з незадоволеним попитом стає все менше. Щоб розробляти і упроваджувати високоефективні маркетингові стратегії, необхідний комплексний підхід, який передбачає поєднання принципів наукового маркетингу з інноваційним підходом до реалізації поставлених цілей.

РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНЫХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В УКРАИНЕ

Пятушка Т.С., студентка,
Харьковский национальный технический університет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Фермерское хозяйство, относящееся к индивидуальным, или фермерским сельскохозяйственным предприятиям известно законодательству всех стран СНГ и Европы.

Закон Украины «О фермерском хозяйстве» 1991 года рассматривается крестьянское хозяйство в качестве отдельного юридического лица представленного гражданином, семьей или другой группой лиц осуществляющих производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции на основе использования имущества и земельных участках находящихся в их пользования, в т.ч. и аренде, в пожизненном наследуемом владении или в пользовании.

За прошедшие годы реформа принесла в аграрный сектор существенные изменения. Появление большого числа земельных

собственников создает предпосылки аграрной реформы, и ее дальнейшего развития.

Более половины фермерских хозяйств Украины имеют площадь менее 20 га. Преобладают мелкоземельные хозяйства, что снижает объем выпускаемой продукции и снижает ее конкурентоспособность в рыночных условиях.

Фермеры переживают те же трудности, что и крупные хозяйства. Практика показывает, что без помощи государства, особенно в начальный период становления, их деятельность малоэффективна. Учитывая это, государство должно ввести ряд конкретных мер по поддержке малых фермерских хозяйств и их объединений, а именно:

1) выдавать материальную помощь на развитие хозяйства;

2) предоставлять технику на условиях лизинга;

3) снизить налоги и взносы для малых семейных фермерских хозяйств;

4) компенсации;

5) предоставление кредитов и снижение процентных ставок по ним.

В ходе аграрной реформы фермерские хозяйства приобрели полную экономическую самостоятельность, однако их возможности в повышении производительности высокоэффективного производства сельскохозяйственной продукции остаются невостребованными из-за нерешенных проблем. Острый недостаток финансовых средств, несвоевременность расчетов государства за продукцию, жесткий кредитный и налоговый прессинг - главные причины того, что многие фермеры, не видя выхода из создавшейся обстановки, теряют интерес к самостоятельному хозяйствованию и свертывают свою деятельность. Процесс образование фермерских хозяйств резко замедлился. Произошло абсолютное снижение численности фермерских хозяйств, а в целом по стране на каждые 100 вновь созданных хозяйств приходится 96 прекративших свою деятельность. Сегодня каждое пятое фермерское хозяйство не имеет тракторов, более половины - грузовых автомашин. Еще хуже обеспечены фермеры прицепными машинами и технологическим оборудованием. По этой причине большинство из них не может своевременно проводить весь комплекс работ, вносить в достатке минеральные и органические удобрения. Половина хозяйств не имеет подъездных дорог, треть не электрифицирована, в подавляющем большинстве отсутствует водоснабжение. При таком положении принцип равноправного

отношения ко всем формам собственности складывается не в пользу фермеров.

Так же одной из основных проблем развития малых хозяйств является отсутствие трудовых ресурсов и, в частности, молодежи.

Но одной из важнейших причин оттока сельской молодежи является отсутствие престижности труда в деревне, низкий уровень ее оплаты и нерегулярная выплата.

Для снижения числа безработных, которое уже может представлять угрозу для стабилизации обстановки в стране, предлагаем следующие меры:

- поддержка молодежи в создании новых фермерских хозяйств;
- организация строительных и ремонтных предприятий;
- создание дополнительной сети дошкольных учреждений, домов престарелых, развитие качественных шоссейных дорог и т.д.

Все это приведет к появлению новых рабочих мест, расширению инфраструктуры на селе, приостановит отток населения с сельских территорий. Кроме того необходима государственная поддержка.

В развитых странах в малых фермерских хозяйствах для производства уже давно задействована вся пригодная земля. И развиваться попросту некуда. У нас же около 4 млн. га потенциальных сельхозугодий не используются вообще. Так что, если в мире где-то и остался серьезный резерв для развитияфермерства - то он здесь, в Украине. А технологии можно изучить и внедрить - это уже происходит.

Научный руководитель – Артеменко А.А.

ВДОСКОНАЛЕННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рєзнік Ю.І., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Побудова в Україні соціально-орієнтованої ринкової економіки неможлива без забезпечення стабільного розвитку сільськогосподарського виробництва. У зв'язку із його залежністю від природних умов і функціонуванням в середовищі досконалої конкуренції, ця галузь має вищий рівень ризику порівняно з іншими галузями економіки. В Україні перед галуззю сільського господарства поставлено стратегічні завдання щодо збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення її конкурентоспроможності, завоювання і утримання своєї ніші на світовому ринку. Виконання поставлених завдань потребує стабільного розвитку аграрного сектору економіки в цілому та окремих його суб'єктів зокрема. Важливою умовою такої стабільності є науково обґрунтоване розв'язання питань виявлення, оцінки і управління ризиками.

Незважаючи на бурхливий розвиток теорії ризику, особливо стосовно управління фінансовими інвестиціями, теоретичні та прикладні аспекти ризиків в галузі сільського господарства ще недостатньо розроблені. З огляду на це, виникає потреба в дослідженні впливу особливостей сільського господарства на прояв ризиків в ньому. Крім того, системні зміни в економіці України, і, зокрема, в сільському господарстві, потребують подальшого розвитку та удосконалення методів якісної та кількісної оцінки ризиків, теоретичних і прикладних засад управління ризиками аграрних підприємств. Так, існує необхідність в розробці методики оцінки рівня ризику при прогнозуванні обсягів виробництва продукції, обґрунтуванні основних важелів державного управління ризиками, дослідженні теоретичних і методичних засад диверсифікації виробництва і забезпеченні її впливу на стабільність економіки аграрних підприємств, розробці сучасних підходів до розвитку страхування в сільському господарстві.

Умови функціонування підприємств в сучасній економіці стають дедалі складнішими, кількість чинників (факторів), які впливають на їх роботу, все збільшується. Цьому сприяє зростаюча

міжнародна інтеграція, відкритість економіки, розвиток НТП, зростаючі вимоги до якості продукції зі сторони споживачів. Зміна цих факторів може бути як сприятливою, так і несприятливою для підприємства, тобто пов`язана з певним ризиком. В економічній теорії термін ризик не має єдиного визначення, як деякі вже усталені категорії. Різні автори пропонують різні визначення терміну "ризик", які дуже часто мають багато спільного. Тому ризик, на наш погляд, це зниження або втрата доходу (активів) суб'єктом економічної діяльності у випадку реалізації несприятливих для бізнесу подій, що мають імовірнісний характер.

Варіантів класифікації ризику в економічній літературі застосовують дуже багато, але вони практично не пов`язані між собою, що не дозволяє їх систематизувати за ієрархією, але в залежності від ситуації мають певне практичне значення Для всебічної оцінки конкретного ризику доцільно застосувати до нього різні класифікації. Це дасть змогу оцінити одне й теж явище з різних сторін. При цьому потрібно враховувати, що вирішення цієї проблеми буде залежати від конкретного суб`єкта, який приймає рішення, його місця в управлінській ієрархії і від розмірів підприємства. Чітка і детальна класифікація ризиків дасть змогу підприємству більш обґрунтовано будувати систему управління ризиками на стадії прийняття тріадного рішення: чи контролювати ризик, чи брати ризик на себе, чи передавати іншим. Сільське господарство, як і будь-яка інша галузь економіки, має свої особливості, які зумовлюють певну специфіку в прояві ризиків в ньому.

Технологічний процес в аграрному секторі жорстко обмежений в часових рамках. За відсутності на певний момент ресурсів, промислове підприємство може вийти на заплановані обсяги виробництва, отримавши ці ресурси пізніше та організувавши двозмінну роботу. Якщо аграрне підприємство не проведе вчасно посівну компанію, то пізніше цього зробити неможливо і виробництва даного виду продукції в поточному році не буде. В технологічному процесі сільського господарства використовуються живі організми як засоби виробництва, тому він залежить від їх біологічних особливостей. В цій галузі в багатьох випадках неможливо різко збільшити обсяги виробництва через біологічні особливості рослин і тварин. Крім того, в сільському господарстві виникають додаткові витрати в зв`язку з потребою захисту урожаю та тварин від шкідників і хвороб.

Фінансовий ризик в сільському господарстві має досить високий

рівень в зв`язку з тим, що сучасні аграрні підприємства достатньо капіталоємкі. Значна частина дорогих основних засобів використовується на протязі року короткий термін, вузькоспеціалізована, має великий строк окупності, при цьому виникає необхідність в залученні фінансових ресурсів. Потребу в кредитах зумовлює і сезонний характер виробництва. При цьому прояв кон'юнктурного ризику набуває особливого значення, насамперед у високоврожайні роки, коли різко збільшується пропозиція сільськогосподарської продукції. Високий врожай за певних обставин призводить до зменшення прибутків або навіть до збитків сільськогосподарських товаровиробників. Отже, сільськогосподарське виробництво є високоризиковою галуззю економіки і з точки зору інвестування. Водночас ця галузь порівняно з іншими галузями має високий рівень ризику за низької норми прибутку, що значно ускладнює здійснення процесу відтворення на простій і розширеній основі.

Вагомість виробничого ризику в сукупності всіх інших викликана залежністю сільськогосподарського виробництва від погодних умов, нестабільністю обсягів виробництва у зв'язку з цим. При менеджменті виробничого ризику заслуговують на увагу такі питання, як зональна спеціалізація господарств і аналіз доцільності витрат. У зв'язку із залежністю виробництва від природних умов сільське господарство має вищий рівень виробничого ризику порівняно з іншими галузями економіки. Це зумовлено, зокрема, особливістю поведінки змінних витрат при зниженні урожайності під впливом несприятливих погодних умов. Зменшення величини зазначених витрат здійснюється повільнішими темпами, ніж зниження урожайності

Управління ризиком є невід'ємною складовою управління підприємством в цілому. У випадку, коли рівень ризику є дуже високим, підприємству варто відмовитися від такої операції, оскільки це несе високу загрозу існуванню підприємства. Досягти зниження рівня ризику можна за рахунок зменшення ймовірності настання несприятливої ситуації або зменшення розміру можливих збитків. Для цього здійснюють попереджувальні заходи організаційного та технічного характеру. До них відносять встановлення систем контролю. пожежної сигналізації, додаткове навчання персоналу для дій в екстремальних ситуаціях. В кожній галузі є свої специфічні заходи для зниження рівня ризику, притаманні лише їй.

Страхування ризиків як захід зниження ризику не зменшує

розміру можливих збитків чи ймовірності їх настання. Розмір ризику лишається не змінним, але відшкодування збитків, які мають місце при настанні несприятливої ситуації, перекладається на "покупця" ризику – страхову компанію. При цьому розмір ризику. який лягає на підприємство зменшується на передану страховій компанії частину ризику. Тому страхування можна віднести до заходів, що знижують рівень ризику підприємства (але не певної операції). Сучасний стан страхування в сільському господарстві можна визнати незадовільним. Обсяги страхування не значні, а укладені страхові угоди часто носять формальний характер і не надають реального страхового захисту.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Красноруцький О.О.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ОБ'ЄДНАНЬ КЛАСТЕРНОГО ТИПУ

Сагачко Ю.М., ст. викладач,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

На сучасному етапі аграрної реформи в Україні особливе місце відводиться саме розв'язанню проблеми – організації розвитку конкурентоспроможного великотоварного агропромислового виробництва на інноваційній основі, що передбачає використання механізмів корпоратизації (в основу яких покладено відносини власності) та кластеризації (в основу яких покладено відносини спільної діяльності). Однак серед учених погляди на перспективу розвитку сільського господарства мають протилежні погляди.

Визначальним у високій конкурентоспроможності кластерних формувань є: з одного боку – використання конкурентних переваг територій, на яких концентрується те або інше виробництво (наявність та якість ресурсів, кваліфікація і вартість робочої сили, територіальне розміщення, природо-кліматичні умови); з іншого боку – посилення конкурентних переваг через налагодження прямих зв'язків між учасниками кластера (як формальних, так і неформальних), що формуються для спільної діяльності.

У цілому організація кластера передбачає проходження таких етапів, як визначення психологічної готовності виробників і потенційних учасників кластера до об'єднання і обґрунтування одержання синергетичного ефекту в кластері за рахунок наявності

ефекту масштабу об'єднаного виробництва за відокремлене. Ефективність кластеризації покажемо на прикладі кластера, який запропоновано розмістити у с. Олексіївка Краснокутського району. Спочатку проаналізуємо основні економічні показники підприємств-сателітів, до їхнього входження у кластер (табл. 1).

З даної таблиці видно, що діяльність підприємств-сателітів, а саме ПСП «Світанок» носить збитковий характер, і хоча діяльність двох інших підприємств прибуткова, даний рівень прибутку незначний. Так, якщо підприємство-лідер, яким має бути ПСП «Буран» буде поставляти їм органічні добрива, це дозволить їм підвищити урожайність сільськогосподарських культур, що вплине на валові збори і в кінцевому підсумку на рівень рентабельності.

Таблиця 1

Економічні показники виробництва продукції рослинництва підприємств-сателітів у 2009 році

Підприємства	Повна собівартість продукції, тис. грн	Виручка від реалізації, тис. грн	Прибуток (збиток), тис. грн	Рівень рентабельності (збитковості), %
ПСП «Світанок»	708,8	618,8	-90,1	-12,7
ПСП «Прогрес»	106	110,2	4,2	+3,9
ФГ «Орхідея»	580,3	685,8	105,5	+18,2

ПСП «Світанок» значних збитків одержало при вирощуванні цукрового буряку, отже для прикладу розрахуємо вплив внесення добрив під цукровий буряк, який вирощується після озимої пшениці, її попередником є чистий пар. Під пар було внесено 30 т/га гною, а безпосередньо під цукровий буряк застосовані мінеральні добрива в основне та рядкове внесення (табл. 2).

Таблиця 2

Економічна ефективність застосування добрив при вирощуванні цукрових буряків в 2009 р.

Показник	Варіанти технологій на внесення добрив		Відхилення, +; -
	існуюча	рекомендована	
Органічні добрива, ц	-	300	+300
Мінеральні добрива (нітрамофоска N_{15} P_{15} K_{15}). ц	4,0	6,0	+2,0
Вартість добрив, грн./од:			

- органічні - мінеральні	- 350	32,5 350	+32,5 -
Урожайність, ц/га	212	326	+114
Витрати на внесення добрив, грн/га	26,53	34,7	+8,11
Разом витрат на добрива та їх внесення, грн	1426,5	11884,7	+10458,2
Вартість додаткової продукції, грн	-	22800	+22800
Прибуток від виробництва реалізованої додаткової продукції, грн	-	10915,3	+10915,3
Рівень рентабельності, %	-	91,8	+91,8

Аналіз даної таблиці показав, що приріст урожаю цукрового буряку від використання мінеральних і органічних добрив дорівнює 114 ц. Під попередник було внесено 30 т/га гною. Окупність 1 т гною складає 40% в перший рік, на другий рік 35%.

Отже, підсумовуючи можна сказати, що на 1 грн витрат на використання добрив під цукровий буряк можна отримати додатково 0,92 грн., що дозволить підприємству, при умові застосування органічних і мінеральних добрив вести прибуткову діяльність. Разом з цим підприємства-сателіти будуть поставляти підприємству-лідеру недостаючу йому продукцію за договірними цінами, що дозволить їм постійно реалізовувати свою продукцію і одержувати прибутки.

АДАПТАЦІЯ РИНКУ МОЛОКА УКРАЇНИ ДО ВИМОГ, ЯКІ ІСНУЮТЬ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Сировицька І.І., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Молочна галузь є однією з пріоритетних у харчовій промисловості України, про що говорить те, що серед 37,6% продукції тваринництва, виробництво молока становить 12%. Входження України до СОТ і наміри інтегруватись з ЄС потребує чіткого впровадження законів ринкової економіки в агропромисловому виробництві і, зокрема, в системі реалізації молока та молокопродукції за рахунок адаптації товаровиробників до міжнародних вимог та вимог

ЄС щодо її якості (масова частка жиру, води, молочного білка; титрована кислотність; індекс розчинності; дозволений вміст сторонніх домішок; вимоги до маркування, тощо).

Законодавство України звичайно потребує удосконалення та доопрацювання у сфері тваринництва, але ці зміни потребують і можливості їх практичної реалізації, так, наприклад, якість молока, що виробляється в Україні, не відповідає європейським стандартам, як найменше з двох причин. Насамперед тому, що управління якістю молочної продукції необхідно здійснювати у всьому харчовому ланцюзі „виробництво – споживання ", який включає виробництво молочної сировини, її переробку, реалізацію та споживання готової продукції. Другий чинник – устаткування молочних підприємств. Багато молокопереробних підприємств працює на обладнанні, яке встановлювалось ще за радянських часів, що не сприяє високій якості продукції. 90–95 відсотків молочного тваринництва в Україні потребує оновлення та реконструкції. Так само, як і близько 75 відсотків підприємств переробної галузі. Однак, на європейському ринку українські молочні продукти будуть конкурентоспроможними через свою дешевизну, водночас, ще однією перешкодою може стати відсутність в Україні системи виробництва молока., оскільки понад 70% цього продукту заготовляють селяни вдома. Такої практики в ЄС не існує, тому довести, що за українським молоком є належний контроль, дуже складно.

Саме з метою виходу української продукції тваринного походження на європейський ринок, українські підприємства проходять перевірки, у результаті чого, якщо переробні підприємства витримають перевірку, то українські молочні продукти можуть зайняти нішу на європейському ринку в сегменті дешевого молока.

Правове підґрунтя адаптації національного ринку молока і молокопродуктів до вимог, які існують в Європейському Союзі, було закладено ще в Угоді про партнерство і співробітництво, яка започаткувала партнерство між Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами та Україною. Одна з цілей такого співробітництва була визначена як розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків для українських товарів за умов, які забезпечують посилення безпеки в постачанні продуктів харчування, а також поступове наближення українських стандартів до технічних правил Співтовариства стосовно промислових і сільськогосподарських продуктів харчування. Вказана мета згодом знайшла свій розвиток у Плані дій "Україна -

Європейський Союз", який передбачав проведення порівняльного аналізу та розроблення заходів щодо гармонізації законодавства у сфері гігієни продуктів харчування та наближення до законодавства ЄС у сфері відстеження харчового ланцюга "від лану до столу", імплементацію системи Hazard Analysis Critical Control Point на підприємствах та в органах контролю, а також перевірку мережі державних лабораторій та підготовку до їх акредитації відповідно до стандартів ISO. У 2004 році у Загальнодержавній програмі адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу до пріоритетних сфер адаптації були віднесені у тому числі охорона здоров'я та життя людей, тварин і рослин; довкілля та захист прав споживачів, які безпосередньо пов'язані із безпечністю та якістю молока та молокопродуктів.

Таким чином, необхідність адаптації молочного ринку України до вимог ЄС виникла не сьогодні і обумовлена попередніми кроками України на шляху до євроінтеграції. Враховуючи важливість молочного сектору для національної економіки та його експортний потенціал, адаптації національного законодавства у сфері виробництва молока і молокопродуктів до вимог ЄС в українському суспільстві приділяється сьогодні велика увага.

Не зважаючи на те, що проблеми адаптації молочного ринку до європейських стандартів зачіпають інтереси багатьох суб'єктів, найбільшу вагу в такій ситуації має позиція виробників молока і молокопродуктів, на виробничій діяльності яких будь-які зміни позначаться у першу чергу. У зв'язку з цим з-поміж усіх аспектів впровадження європейських стандартів хотілося б виділити ті, що безпосередньо зачіпають інтереси виробників.

Перша група проблем пов'язана із додержанням передбачених законодавством ЄС санітарно-гігієнічних вимог щодо виробництва молочної сировини. Гігієнічні вимоги до установ виробництва молока, відповідно до положень Регламентом (ЄС) № 853/2004 Європейського Парламенту і Ради від 29 квітня 2004 року включають вимоги до гігієни установ виробництва молока, у тому числі до приміщень і обладнання, гігієни під час доїння, збору і транспортування та гігієни персоналу.

Друга група проблем пов'язана із необхідністю узгодження національних критеріїв безпечності і якості молочної сировини. Відповідно до ДСТУ 3662-97 «Молоко та молочні продукти. Вимоги при закупівлі» загальне бактеріальне обсіменіння молока вищого сорту

складає менш ніж 300 тис./см³, першого - менш ніж 500 і другого – менш ніж 3000 тис./см³. Згідно з Регламентом (ЄС) № 853/2004 бактеріальне обсіменіння молока має складати не більш ніж 100 тис./см³. Теж саме стосується кількості соматичних клітин: за ДСТУ 3662-97 їх має бути не більш ніж 400, 600 та 800 тис./см³ для вищого, першого та другого ґатунків відповідно, у той час як за Регламентом (ЄС) № 853/2004 максимальна кількість соматичних клітин не має перевищувати 400 тис./см³. Винятком є лише ґатунок «екстра», який відповідає вимогам європейського законодавства.

Науковий керівник – асистент Антощенкова В.В.

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ

Сорокіна К., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Основою формування та функціонування будь-якого ринку є маркетинг, але, в свою чергу, основою маркетингу є ринок. У світовій економічній практиці маркетинг з'явився не одразу. Маркетинг є результатом багаторічної еволюції поглядів менеджерів на цілі, задачі, методи розвитку виробництва та реалізації товарів, послуг. Велику роль у формуванні концепції маркетингу відіграв науково-технічний прогрес, який забезпечив великі обсяги та різноманітність товарів, ефективне управління виробництвом та маркетингом.

Термін «маркетинг» походить від англійського «market» (тобто «ринок»). В економічній літературі налічується понад 2000 визначення поняття, тобто терміну, та економічної категорії «маркетинг», кожне з яких в різних формах відображає його сутність, функції, завдання, цілі, призначення тощо. Це зумовлено тим, що маркетинг – поняття складне, багатопланове та динамічне, тому не є можливим в одному універсальному визначенні дати повну та адекватну його характеристику.

Історія розвитку маркетингу починається з виникнення товарообміну в Стародавній Греції та Римі, де вперше товари реалізовувались оптовими партіями через посередників. Однак становлення маркетингу як особливого виду економічної діяльності припадає на XVII століття появою теорії маркетингу в Англії, де вже з того часу продаж товарів в межах та за межі країни в основному здійснювався за допомогою спеціально створених посередницьких

структур, які були повноправними учасниками ринку. Становлення, як окремої науки, маркетинг отримав наприкінці XIX – початку XX століття у США. Проте, як самостійна концепція підприємництва, маркетинг сформувався у другій половині XX століття, після чого й почався його стрімкий розвиток. Одне з перших визначень терміну «маркетинг» в американській економічній літературі на початку XX століття трактувалось як підприємницька діяльність, яка управляє просуванням продукції від товаровиробника до кінцевого споживача, основна увага при цьому приділялась фізичному переміщенню товарів, але одночасно звеличувалась роль товаропостачання та каналів збуту. Пізніше, в середині 80-х років XX століття за визначенням Американської асоціації маркетингу, яка була створена як перша маркетингова організація в світі у 1908 році, маркетинг – це є процес планування та втілення задуму у продукцію, визначення цінової політики, виникнення ідей, реалізація товарів, надання послуг тощо за допомогою обміну. Це все в кінцевому результаті задовольняє мету окремих осіб і організацій. Таке розуміння маркетингу стало більш широким у порівнянні з трактуванням маркетингу як підприємницької діяльності. На початку 90-х років XX століття виходить дещо інакше тлумачення маркетингу, до якого вже додається перелік об'єктів, на які спрямовується маркетинговий вплив.

Одночасно з'являється трактування маркетингу запропоноване Ф. Котлером, одним із засновників сучасної теорії маркетингу, який визначив маркетинг як вид людської діяльності, що спрямовується на задоволення потреб за допомогою обміну. Але наприкінці 90-х років XX століття Ф. Котлер вже дещо по-іншому розуміє маркетинг. Після багатьох років вивчення маркетингу, він розглядає його як соціальний та управлінський процес, за допомогою якого населення задовольняє свої потреби, створюючи товари й інші споживчі цінності та обмінюючись ними між собою. Тобто таке визначення поняття «маркетинг» є двостороннім. З одного боку маркетингом займається продавець товарів, шукаючи покупців, виявляючи їхні потреби, створюючи якісні товари, доставляючи їх кінцевому споживачу, а з іншого боку маркетингом займається кінцевий споживач, займаючись пошуком необхідних товарів за доступними цінами.

Початком вагомих теоретичних досліджень у сфері маркетингу стала запропонована у 70-х роках XX століття англійським вченим Д. МакКарті модель «4 Р», що змогла об'єднати можливі елементи «маркетингової суміші» («marketing-mix»), створеної в 50-х роках XX століття, в чотири групи. Ця модель включала в себе наступні складові маркетингу – product (товар), price (ціна), place (місце, розподіл,

доставка), promotion (просування). В останні роки ця концепція доповнилась ще кількома P - people (люди), personal selling (персональний продаж), package (упаковка) тощо. Англійська економічна школа з маркетингу пов'язана з ім'ям видатного вченого-економіста С. Маккорміка. Саме йому присвоюють створення основних інструментів маркетингу, до яких він включав організацію сервісної політики, принципи визначення цін, дослідження та аналіз ринку.

Що стосується вітчизняної економічної школи, то до теперішнього часу склалось вже достатньо багато визначень таких термінів, як «маркетинг», «маркетингова діяльність», «концепція маркетингу» «маркетингова система», «маркетингове середовище» тощо. Але переважна більшість з них дотримуються тлумачень американського підходу, даних Американською асоціацією маркетингу або Ф. Котлером.

В історичному розвитку маркетингу виділяють п'ять етапів. Перший етап (1900-1930 рр.) характеризувався так званою товарною орієнтацією, при чому основним завданням маркетингу було забезпечення виробництва продукції у певному обсязі та поліпшення їхньої якості, але не враховувався попит споживачів. Другий етап розвитку маркетингу (1930-1950 рр.) відзначався збутовою орієнтацією, яка полягала в забезпеченні максимального продажу товарів за допомогою реклами. Ринкова орієнтація характеризує третій етап (1950-1960 рр.) і характеризується виробництвом продукції найвищого класу якості, яка користується підвищеним попитом, що, в свою чергу, забезпечує швидку реалізацію. Четвертий етап (1960-1990 рр.) вважають етапом маркетингового керівництва виробництвом та збутом товарів. Основним завданням цього періоду для товаровиробників стало розвинення комплексних методів формування попиту та стимулювання збуту виробленої продукції. Наступний етап (починаючи з 1990 року і по теперішній час) прийнято вважати періодом глобального маркетингу. Ключовим моментом глобального маркетингу є форма організації, яка об'єднує всі методи маркетингу в єдину стратегію масового виробництва та збуту товарів на всіх ринках держави, світу, з урахуванням змін попиту і пропозиції.

В своїй еволюції маркетинг зазнав багато змін і пройшов п'ять стадій розвитку управлінських концепцій: виробнича концепція (або концепція удосконалення виробництва), продуктова концепція (або концепція удосконалення товару), концепція продажу (або концепція інтенсифікації комерційних зусиль у сфері збуту), концепція маркетингу (загальна) та концепція соціально-етичного маркетингу.

Домінуючою формою організації маркетингу в країнах з ринковою орієнтацією нині є загальна концепція маркетингу, яка виникла в умовах високорозвинутої економіки для розв'язання проблем підприємництва. Під концепцією маркетингу дуже часто розуміють сукупність принципів, що утворюють основу маркетингу в галузях виробничої та комерційної діяльності.

У чистому вигляді, на думку окремих авторів, концепція маркетингу представляє собою сукупність видів діяльності, які сприяють безперешкодному переходу продукції від товаровиробника до кінцевого споживача, а головне –задоволення потреб споживача. Разом з тим концепція чистого маркетингу визвала в наукових колах рішучу критику в свою адресу, яка зводилась до того, що маркетинг в чистому вигляді не в змозі вирішити конфлікти між потребами та довгостроковою благонадійністю суспільства. Інші ж автори вважають, що концепція маркетингу є системою основних положень маркетингової діяльності, яка наголошує на тому, що досягнення основної мети підприємством залежить від того, наскільки вдало воно вивчило потреби потенційних споживачів і наскільки повно й ефективно, у порівнянні з конкурентами, задовольнило їх. На думку Ф. Котлера, концепція маркетингу – це орієнтація на потреби клієнтів, підкріплена комплексними зусиллями маркетингу, спрямованими на створення споживацького задоволення як основи для досягнення своїх цілей. На нашу думку, ця концепція є найбільш прийнятною в сучасних умовах ринкових відносин, тому що саме вона зорієнтована на збалансованість трьох головних факторів: задоволення вимог суспільства загалом, задоволення потреб споживачів, задоволення потреб товаровиробників.

Науковий керівник – асистент Іващенко О.В.

ВИДИ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ АТП

Федотова І.В., к.е.н., доцент, Рощупкіна О.С., студентка, Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується збільшенням попиту на вантажні автомобільні перевезення. Це потребує зростання можливостей автотранспортних підприємств (АТП) функціонувати в складних умовах зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на ефективність діяльності підприємства. За таких умов визначення напрямків розвитку та шляхів досягнення стратегічної стійкості АТП набуває особливої

актуальності. Її обґрунтування повинно базуватися на використанні сучасних методів, у тому числі стратегічного управління.

Під стратегічною стійкістю автотранспортного підприємства доцільно розуміти унікальну здатність АТП тривалий час функціонувати, розвивати або зберігати заданий рівень роботи та адаптуватися в разі зміни внутрішніх та зовнішніх умов, підтримуючи міцність та надійність АТП, як цілісної системи.

На даний час серед авторів не існує єдиної та чіткої думки, щодо складових видів стратегічної стійкості підприємства.

Більшість науковців виділяють лише технологічну, виробничу та економічну стійкості, деякі кадрову, маркетингову, соціальну, фінансову, інші екологічну або інноваційну, а деякі науковці стратегічну стійкість ототожнюють з економічною, але в сукупності жоден із науковців їх не описує повний склад напрямків, що не досить повно характеризує та розкриває сутність стратегічної стійкості.

У табл. 1 наведено сутнісну характеристику основних складових стратегічної стійкості підприємства, які автор узагальнив, виходячи із видів діяльності АТП та базуючись на розробках різних науковців, і зазначено ключові напрями забезпечення стійкості за кожною складовою.

Таблиця 1

Складові стратегічної стійкості підприємства та напрями її забезпечення

Складова	Сутнісна характеристика	Напрями забезпечення стійкості
Техніко – технологічна стійкість	Здатність підприємства підтримувати техніко-технологічну адекватність.	Підтримання і розвиток техніко-технологічного потенціалу.
Економічна стійкість	Здатність підприємства ефективно здійснювати виробничо-господарську діяльність.	Підтримання і розвиток економічного потенціалу.
Інвестиційно – інноваційна стійкість	Здатність підприємства до залучення нових технологій та засобів,виконання нових видів робіт.	Підтримання і розвиток високої інвестиційної активності, впровадження нововведень.
Виробнича стійкість	Здатність підприємства підтримувати виробничий потенціал, враховуючи потреби ринку.	Підтримання і розвиток матеріально-технічного потенціалу.
Фінансова	Здатність підприємства	Здійснення ефективного

стійкість	працювати з високим рівнем рентабельності.	управління капіталом підприємства, ліквідність.
Кадрова стійкість	Здатність підприємства підтримувати низький рівень плинності кадрів та високий мотиваційний рівень персоналу.	Підтримання і розвиток кадрового потенціалу, використання сучасних методів управління персоналом.
Маркетингова стійкість	Здатність утримувати стійку конкурентоздатну позицію на ринку, досягати запланованого обсягу продаж.	Наявність точної та об'єктивної маркетингової інформації, об'єктивна оцінка ринку.
Екологічна стійкість	Визначає взаємозв'язок економіки підприємства, його екологічної безпеки.	Комплексне врахування екологічних аспектів.

Різні автори по різному, відображають складові стратегічної стійкості підприємства. Пошук шляхів підвищення стратегічної стійкості підприємств будь-якої організаційно-правової форми господарювання пов'язаний з виробленням певної системи методичних засад, підходів, критеріїв, показників, горизонтів – методичним інструментарієм, який дозволяє оцінити стан підприємства та його стійкість.

Стійкість підприємства формується під впливом багатьох зовнішніх (соціально-економічна та політична стабільність в країні; рівень платоспроможного попиту; податкова, кредитно-фінансова, облікова, інвестиційна політика; ситуація на ринку постачальників; галузеві особливості, тип ринку) та внутрішніх факторів (розміри підприємства; рівень гнучкості системи управління; рівень відповідності продукції запитам споживачів за якістю та ціною; стан матеріально-технологічної бази підприємства, новітність технологій; стан майна, рухомого складу і фінансових ресурсів, ступінь залежності від зовнішніх кредиторів та інвесторів; ефективність господарських і фінансових операцій; рівень менеджменту та забезпеченість висококваліфікованими кадрами; корпоративна культура; ділова репутація підприємства; збалансованість внутрішніх можливостей із впливом зовнішніх загроз тощо).

Представлені види стійкості є складовими частинами такого комплексного поняття як стратегічна стійкість підприємства. Неодмінно, завдяки підтримки належного рівня техніко-технологічної,

маркетингової, кадрової, екологічної, виробничої, фінансової, економічної, інвестиційно-інноваційної стійкості АТП поступово накопичує свою стратегічну стійкість.

Після проведеного аналізу літературних джерел, очевидно, що серед авторів та науковців не існує єдиної думки, щодо видів стратегічної стійкості, тому запропоновано виділяти їх в залежності від видів діяльності АТП. Таким чином, визначено основні види стратегічної стійкості АТП, їх складові, сутнісну характеристику та напрями забезпечення цих складових.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Хоменко С., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Зернопродуктовий підкомплекс є провідним в агропромисловому комплексі України й визначає зміст і характер більшості економічних процесів у цій сфері. Тут виробляють понад чверть валової сільськогосподарської продукції. Зерно є одним із найрентабельніших видів сільськогосподарської продукції, займає більше половини усіх посівних площ сільськогосподарських культур, забезпечує значну частину доходів сільськогосподарських підприємств. Зернове виробництво і ринок зерна є активною складовою сільськогосподарського виробництва, базисом економічного благополуччя. Тому зерно для України завжди є і буде стратегічною ринковою продукцією. Непересічна роль зерна, як стратегічного виду продукції, набуває актуальності з урахуванням проблеми глобального забезпечення населення таку постановку питання національний агровиробник спроможний закріпити світові позиції за Україною як державою, яка визначає кон'юнктуру ринку зерна. Підстава для цього – значний потенціал нарощування виробництва і експорту зернових.

Одним з найважливіших завдань сучасного господарства є стабілізація виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, в тому числі і зерна з одночасним розширеним відтворенням родючості ґрунту, охорони навколишнього середовища, зниження енерговитрат. Успішне вирішення цієї дуже

важливої проблеми в значній мірі буде залежати від широкого впровадження у виробництво новітніх наукових розробок і досягнень передового досвіду провідних господарств.

Значне скорочення обсягів виробництва зерна за останні роки пояснюється і негативним впливом комплексу організаційно-економічних та техніко-технологічних чинників, серед яких низький рівень ефективності, стабільності та конкурентоспроможності зерновиробництва, що і створює перешкоди на шляху формування ефективного внутрішнього ринку зерна та продуктів його переробки, зменшує експорт зерна. На сьогоднішній день внаслідок дії об'єктивних економічних закономірностей, обмеженості ресурсів , багато аграрних підприємств не отримують належних результатів від здійснення поточної виробничої діяльності навіть для простого відтворення їх капіталу. Тому оптимального забезпечення ресурсами всіх складових виробничого процесу, як головної передумови здійснення їх успішної виробничо-комерційної діяльності, вони не спроможні досягти. В цьому контексті набуває актуальності задача виявлення найбільш впливових складових виробництва зерна, раціональне використання яких дозволить підвищити ефективність виробництва в цілому, а також створити передумови оздоровлення економічної ситуації в аграрному секторі економіки.

В сучасних умовах розв'язання проблем забезпечення населення України продукцією АПК може відбуватися тільки через інтенсифікацію виробництва – зростання обсягів виробництва продукції має здійснюватися за рахунок підвищення урожайності сільськогосподарських культур, тобто збільшення обсягу зібраного урожаю з одиниці площі в рослинництві. Україна на світовому ринку займає сьоме місце з виробництвом 1,6 % від світового виробництва зернових та зернобобових, але подалі відмічається зменшення відсотка з кожним роком. Значне скорочення обсягів виробництва зерна за останні роки пояснюється і негативним впливом комплексу організаційно-економічних та техніко-технологічних чинників, серед яких низький рівень ефективності, стабільності та конкурентоспроможності зерновиробництва, що і створює перешкоди на шляху формування ефективного внутрішнього ринку зерна та продуктів його переробки, зменшує експорт зерна. Реальний шлях оздоровлення сільського господарства України і головне завдання держави полягає, по-перше, у завершенні структурно-інституціональної визначеності побудови сільського господарства, по-друге, в запровадженні раціональної системи державного управління та його підтримки й, по-третє, у переході до економічних

(опосередкованих ринковими, біржовими механізмами) методів регулювання обсягів агропромислового виробництва.

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється при певній взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал продукує суспільно корисну продукцію або робить виробничі і побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають місце витрати живої і уречевленої праці, а з другого, - результати виробництва. Останні залежать від масштабів застосовуваних засобів виробництва, кадрового потенціалу та рівня їх використання.

Література.

1. Грідін О.В. Стан та перспективи розвитку вітчизняного зерновиробництва в умовах вступу до СОТ / О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – Вип. 50. – С. 81-86.

2. Грідін О.В. Державна підтримка зерновиробництва / О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2010. – Вип. 98. – С. 197-204.

Науковий керівник – к.е.н., доцент Краснорудький О.О.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І ВИЖИВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Худавердієва В.А., к.е.н.,
Харківська державна зооветеринарна академія

Теорії менеджменту за останні роки пройшли досить складний шлях, на якому виникали та відмирали різні концепції й підходи, зумовлені змінами у розумінні сутності та ролі менеджменту в розвитку окремих підприємств і суспільства взагалі. Однією з найбільш плідних ідей у менеджменті за цей період стало вже традиційне для процвітаючих підприємств світу, однак все ще домінуюче та ефективне — стратегічне мислення.Зміст цього явища полягає в усвідомленні мети розвитку підприємства та способів її досягнення, в ствердженні необхідності спостереження за зовнішнім і внутрішнім середовищем (для визначення мети та способів досягнення), формуванні стратегій і рішень, що з них випливають, а також налагодженні діяльності з метою їх здійснення.

В зв'язку з цим ефективний стратегічний менеджмент, направлений на підвищення (а можливо, вже і просто збереження) вартості бізнесу сьогодні набуває особливого значення. Чи проте дійсно таку серйозну роль грає стратегічний менеджмент в довгостроковому розвитку організації?

Деякі експерти висловлюють думку, що руйнування організації є закономірним етапом її розвитку і не пов'язано з невірно вибраною стратегією або відсутністю такої [1]. Експерти McKinsey Річард Фостер і Сара Каплан на основі дослідження діяльності понад тисяча корпорацій з 15 галузей за 36 років зробила висновок, що управління, націлене на виживання, зовсім не гарантує акціонерам навіть найкращих і солідніших фірм довгострокової ефективності вкладень. Складно встановити пряму залежність між виживанням компанії і наявністю у неї стратегії. Проте результати іншого дослідження дозволили зробити висновок, що багато компаній-лідерів складають плани на віддалене майбутнє і налагоджують у себе процедури, що дозволяють оцінювати націлені на зростання ініціативи в динаміці [2, 3].

Рем Чаран написав в дослідженні «Чому керівники терплять невдачу?»: «Так, стратегія має значення. Якісна ясна стратегія необхідна для успіху — але недостатня для виживання...» [4]. Можливо, стратегічний менеджмент не може служити гарантом виживання організації, але він дає їй цілком реальні переваги.

Перевагами стратегічного мислення і усвідомленого стратегічного управління є: забезпечення спрямованості всієї організації на досягнення стратегічної мети, ефективний розподіл ресурсів, вкладення їх в стратегічно обґрунтовані проекти, можливість об'єднати рішення керівників всіх рівнів управління, пов'язаних із стратегією [5]. Крім того, створення середовища, що сприяє активному керівництву і протидіючої пасивному реагуванню на зміну ситуації, примушує менеджерів точно реагувати на появу нових можливостей і загрозливих тенденцій. Тому, ціллю даного дослідження є визначення головних принципів ефективного стратегічного менеджменту і умов виживання сучасних підприємств.

Проблема виживання компанії часто пов'язана в першу чергу з поганою реалізацією стратегії. «На сьогодні менше 10% якісно сформульованих стратегій ефективно реалізуються. В більшості випадків (близько 70%) реальна проблема полягає не в поганій стратегії, а в її поганому виконанні» [6]. Дослідження компанії McKinsey виявило, що значне число респондентів виражає заклопотаність виконанням стратегії. Близько 28% заявили, що

стратегічний план, розроблений компанією, відображає цілі і завдання компанії, але не ефективний. Інші 14% заявили, що в їх компаніях стратегія і плани по її реалізації не узгоджені між собою [7]. Проте розробка і реалізації— це нерозривні частини одного процесу, і успіх будь-якої стратегії залежить і від того, як вона розроблялася, яким чином збудований на підприємстві процес стратегічного менеджменту, і як формалізована стратегія. Що ж таке «формалізація стратегії» і наскільки вона необхідна?

У перекладі з англійської мови слово formalize означає «оформляти; надавати певну форму, упорядковувати». «Формалізация— представлення якої-небудь змістовної області (міркувань, доказів, процедур класифікації, пошуку інформації наукових теорій) у вигляді формальної системи або числення» [8].

Формалізація стратегічного планування забезпечує структуровану методологію мислення і аналізу при рішенні складних стратегічних проблем, стимулює до довгострокового бачення стратегії, вона може бути корисна з погляду регулярного контролю виконання стратегії, координації, комунікації і залучення в розробку стратегії (формування «власників» стратегії) [9].

Спроби формалізувати стратегію компанії часто натрапляють на опір з боку співробітників. Причини цього опору можуть бути різними. Американські дослідники Дж. Коттер і Л. Шлезінгер класифікували їх таким чином: 1) егоїстичний інтерес; 2) низька терпимість до змін; 3) неправильне розуміння цілей стратегії; 4) різна оцінка наслідків здійснення стратегії [10]. Перші дві причини (егоїзм і боязнь нововведень) природні для людини, а дві останні викликані недоліком інформації або її неправильним сприйняттям. Так може трапитися через відсутність у співробітників розуміння і усвідомлення цінності стратегії і стратегічного підходу, особливо якщо в компанії раніше не займалися стратегічним менеджментом належним чином. Застосування складних методик розробки стратегії може викликати відторгнення у співробітників, що не є фахівцями у області стратегічного планування. При цьому участь внутрішніх експертів з різних підрозділів в процесі стратегічного планування украй необхідна для отримання якісної, життєздатної стратегії.

Формалізував стратегію компанії, важливо збудувати систему, яка забезпечувала б її ефективну реалізацію. Необхідно здійснити трансляцію стратегії і забезпечити контроль її виконання, подолати опір змінам в організації. У крупних компаніях провідна роль в рішенні цих задач часто відводиться фахівцям із стратегічного планування. Проте краще, що вони можуть зробити, — це грамотно

визначити канали трансляції стратегії, розподілити ролі і функції в процесі аналізу і контролю її виконання.

Розробка і формалізація стратегії завжди вимагають чіткого методологічного інструментарію. Традиційний підхід до розробки стратегії ґрунтується на аналізі чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, встановленні цілей і виборі стратегії розвитку (який часто базується на порівнянні стратегічних сценаріїв). На сьогодні концепцією, що найбільш пропрацювала, зв'язує формулювання стратегії і її реалізацію, є концепція збалансованої системи показників (ЗСП). Ймовірно, тому вона одержала таку популярність в наукових і ділових колах. Журнал Harvard Business Review назвав її однієї з найважливіших управлінських концепцій за останні 75 років . Головна перевага ЗСП полягає в тому, що вона дозволяє зв'язати стратегічний і операційний менеджмент, перекладаючи стратегію мовою показників. Спираючись на аналіз стратегічних показників, можна оцінювати виконання стратегії і коректувати її, а також планувати операційні ініціативи і програми [11].

Важливим і часто недооціненим менеджерами причиною провалу в реалізації стратегії є її невідповідність корпоративній культурі, що склалася в організації. Якщо цінності і методи роботи співробітників суперечать стратегії, то компанія навряд чи зможе її реалізувати. Тому перш, ніж запускати стратегічні плани, необхідно переконатися, що на підприємстві склалася «правильна» корпоративна культура і нова стратегія її підтримує. В цьому випадку ефект від її реалізації може бути посилений. Інакше він буде зведений «нанівець».

«Фундаментальною відмітною динамікою перевірених (часом) великих компаній є те, що вони зберігають і оберігають заповітну ключову ідеологію і в той же час стимулюють прогрес і зміни у всьому, що не є нею» [12]. Проте, в російських умовах часто доводиться паралельно розробці стратегії здійснювати заходи по оздоровленню корпоративної культури: без цих дій неможливо змінити світогляд співробітників, які звикли працювати так, як працювали завжди, і ніяк інакше.

Навіть без планування і додаткових спеціальних зусиль будь-яка компанія поступово виробляє свою філософію у міру того, як люди спостерігають і методом проб і помилок вчаться «тому, як ми робимо тут справи». Проте в основі системи управління повинна лежати програма топ - менеджменту , направлена на створення (або реформування) здорової фундаментальної філософії компанії [13].

Проблема формування і реформування корпоративної культури дуже актуальна для нашої країни, особливо в ці дні. З одного боку,

більшість вітчизняних підприємств ще дуже молодо. Навіть тим з них, хто пережив кризу 1990-х рр., немає і 20 років. З іншого боку, уціліли і старі організації, що зберегли в корпоративній культурі відгомони радянської епохи. І тим і іншим доводиться все глибше інтегруватися в світовий економічний простір, що стрясається кризою. Для України і її бізнесу наступає момент істини: яка буде роль України в глобальній економіці? Це багато в чому залежатиме від вибраної стратегії і здатності її реалізувати як на рівні підприємств, так і на рівні країни.

Управлінська робота з визначення й впровадження в життя стратегії скоріше є правилом, ніж виключенням. Стратегічний менеджмент — основа управління, і діяльність зі створення й здійснення стратегії фактично рано чи пізно зачіпає будь-яку управлінську роботу на кожному підприємстві.

Література.

1. Ефремов В.С. Организации, бизнес-системы и стратегическое планирование / В.С. Ефремов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2001. — № 2.

2. Devan J. Balancing short- and long-term performance / Devan J., Millan A.K., Shirke P. // The McKinsey Quarterly. - 2005. - № 1.

3. Foster R.N. Creative destruction / Foster R.N., Kaplan S. // The McKinsey Quarterly. - 2001. – August.

4. Charan R.Why CEOs Fail / Charan R., Colvin G. // Fortune. - 1999. - June 21.

5. Томпсон А. Стратегический менеджмент / Томпсон А., Стрикленд А. — М.: Банки и биржи, 1998. – 346 с.

6. Kiechel W. Corporate Strategists Under Fire // Fortune. - 2002. - Dec. 27.

7. Improving strategic planning: A McKinsey Survey // The McKinsey Quarterly. — 2006. - September.

8. Большая советская энциклопедия. Режим доступа: http://slovari.yandex.ru.

9. Johnson G,. Scholes K. Exploring Corporate Strategy: Text and Cases. Financial Times / Prentice Hall. 2006.

10. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: [Учеб. пособие для вузов] / А. Т. Зуб - М.: Аспект Пресс, 2002. - 415 с.

11.Robert S. Kaplan, David P. Norton. The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment. - Harvard Business School Press, 2001.

12. Jim Collins, Jerry I. Porras. Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies. - N. Y.: HarperBusiness, 1994.

13. Marvin Bower. Company philosophy: 'The way we do things around here' // The McKinsey Quarterly. - 2003. - May.

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ МОЛОКОПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Цар Г.В., аспірант,
Львівський державний інститут новітніх технологій та управління ім. В. Чорновола

Молокопереробна галузь у нашій державі є однією із основних ланок агропромислового комплексу. Її основне завдання полягає у забезпеченні населення високоякісними продуктами харчування. Трансформація економіки України від адміністративно-командної до ринкової суттєво вплинула на інфраструктуру ринку та умови функціонування усіх її складових. В таких умовах виникає необхідність у ринковій орієнтації управління. Як показує зарубіжний досвід, однією з основних умов для сталого розвитку підприємств будь-якої галузі та формування ринкових відносин є застосування маркетингового менеджменту фірмою. Ефективне функціонування маркетингового менеджменту на підприємстві неможливе без маркетингової інформації. Доцільність використання маркетингових інформаційних систем підприємствами молокопереробної галузі пояснюється основними характеристиками вітчизняної молокопереробної галузі (обмеженість ресурсів; масовий характер споживання; короткий термін реалізації виробленої продукції). Такі характерні ознаки потребують мобільного реагування підприємства на зміни маркетингового середовища та швидкого прийняття правильних управлінських рішень. Саме цим обґрунтовується актуальність обраної нами тематики дослідження.

Маркетинговий менеджмент є сучасною та ефективною наукою, характерною рисою якої є програмно-цільовий підхід щодо максимального задоволення потреб споживачів та цілей організації при ефективному розподілі обмежених ресурсів. Застосування на практиці концепцій маркетингового менеджменту дало поштовх розвитку новітніх підходів в управлінні фірмою та ефективного функціонування її діяльності. Завдяки використанню маркетингового менеджменту на підприємстві, підприємство можна розглядати не як поетапне функціонування відповідних його функціональних відділів, а як систему, що побудована на цільовій взаємодії усіх функцій та підрозділів підприємства на основі маркетингу. Ефективне управління вказаної системи є можливе лише при застосуванні маркетингових

інформаційних систем.

Маркетингова інформаційна система – це організаційно-технічна система, характерними ознаками якої є: збирання та обробка інформації, орієнтація на забезпечення процесу прийняття рішень у розробленій маркетинговій програмі фірми та безперервне функціонування [19].

Здійснення маркетингової діяльності базується на використанні різного виду інформації, яка є необхідним атрибутом в процесі прийняття ефективних управлінських рішень. Вважається, що основою для правильного вирішення поставлених завдань є 90 % інформації та 10 % натхнення [1]. Успішні підприємці переконані, що без належної інформації правильне рішення – швидше випадковість, ніж правило [2, с.246]. У зв'язку з цим підприємства намагаються створити необхідне інформаційне забезпечення, для того щоб максимально задовольнити потреби ринку за умов нестабільного маркетингового середовища.

Формування та функціонування маркетингових інформаційних систем вивчає маркетинг, а управління ними менеджмент. Підприємства, які здійснюють свою діяльність на основі маркетингового менеджменту, повинні весь комплекс заходів щодо здійснення своєї діяльності базувати на результатах проведених маркетингових досліджень щодо потреб споживачів, ринкових та маркетингових можливостей та маркетингового середовища підприємства [3, с.13]. А як відомо, саме маркетингові дослідження є одним із методів збору маркетингової інформації підприємства.

Сьогодні практично відсутніми є вітчизняні теоретичні та методичні дослідження, які давали б змогу здійснювати ефективну організацію діяльності підприємств молокопереробної галузі із урахуванням поточного стану та перспектив розвитку маркетингових інформаційних систем. Крім того, той практичний досвід щодо застосування маркетингових інформаційних систем, який мають фірми у нашій країні, в основному є інформацією для службового користування і не може використовуватись фахівцями ширшого кола.

У результаті проведених досліджень з'ясовано, що є науковці, які вважають, що саме маркетингова інформаційна система є основою організації ефективного функціонування маркетингового менеджменту на підприємстві, в тому числі і молокопереробних підприємств. Ми вважаємо, що таке твердження є вірним. На нашу думку, відсутність потрібної маркетингової інформації та застосування застарілих чи недостовірних даних призводять до значних прорахунків

економічного характеру. Ступінь важливості застосування маркетингової інформації пояснюється зменшенням ризику в процесі управління підприємством.

Отже, формування і застосування маркетингових інформаційних систем на молокопереробних підприємствах є об'єктивною необхідністю. Це пояснюється особливими характеристиками вітчизняної молокопереробної галузі (обмеженість ресурсів; масовий характер споживання; короткий термін реалізації виробленої продукції). Адже дані ознаки зумовлюють потребу у своєчасному реагуванні на зміни маркетингового середовища фірми. Застосування маркетингових інформаційних систем на молокопереробних підприємствах України дозволить підвищити ефективність їхнього функціонування в умовах ринкової економіки.

Література.

1. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. заклад. /; за ред. М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова ; [Белявцев М.І., Воробйов В.М., Кузнецов В.Г. та ін.]. - К.: Донецький нац. ун-т., 2006. - 407 с.

2. Скибінський С.В. Маркетинг / Скибінський С.В. –К.: КНЕУ, 2005. – 568с. – (Підручник – Ч.1)

3. Маркетинговий менеджмент: навч. Посіб. / За ред.. Л.В. Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К: Знання, 2004. – 354 с.

Науковий керівник – д.е.н., професор Комарницький І.М.

РИНОК МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ В УКРАЇНІ

Чепець О. Г., старший викладач,
Дніпропетровський державний аграрний університет

Розвиток ринку мінеральних добрив та фінансовий стан його учасників обумовлюються, в перш за все, рівнем попиту на продукцію з боку сільськогосподарських підприємств. Також на ринок значною мірою впливають динаміка цін на основну сировину і попит на зовнішніх ринках на вироблену вітчизняними хімічними підприємствами продукцію, а також обсяги імпорту мінеральних добрив в Україні.

Вплив кризи в агропромисловому комплексі першими відчули споживачі мінеральних добрив – сільгоспвиробники. Зменшення попиту на добрива, як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку

спровокувало різке зниження цін на них. Скорочення операційних надходжень внаслідок зменшення попиту і падіння цін вплинуло на зниження ліквідності торгових компаній. Ситуація ускладнилася тим, що значна частина добрив закуповувалася в період найвищого рівня цін, а значить, їх реалізація в кінці 2008року стала збитковою.

У силу історичних особливостей розміщення продуктивних сил в Україні зосереджено виробництво азотних добрив. Калійвмісними і фосфорвмісні добрива виробляються в значно менших обсягах, що, серед іншого, пов'язане з невисокими запасами сировини в країні. До того ж карбамід залишається експортно-орієнтованим, і його частка з усіх мінеральних добрив, які експортують, становить близько 85 відсотків.

Останні п'ять років структура виробництва мінеральних добрив практично була незмінною. Близько 90% усіх вироблених добрив в Україні припадало на аміачну селітру та карбамід, 5 - на комплексні добрива і ще 5% - на фосфатні добрива, та сульфат амонію. У 2009 року галузь із виробництва фосфатних добрив практично простоювала. Зменшення виробництва цих добрив спричинило зростання обсягів випуску аміачної селітри та карбаміду - до 97 відсотків.

Ринок аміачної селітри є базовим для сільгоспвиробників, і, скоріш за все, таким він буде ще довго. У докризовий період виробництво азотних добрив щорічно зростала (Рис.1).

На українському ринку аміачної селітри основні позиції займає черкаський азот. Завдяки вдалому розміщенню, це підприємство має можливість реалізовувати свою продукцію в усі регіони країни. «Сіверсько-Донецький азот» та «Рівне-азот» реалізовують продукцію лише в своїх регіонах.

Виробництво азотних добрив у 2009 році знизилося, українські виробники були експортно-орієнтованими. Експорт аміачної селітри зменшився на 60%, частка цього продукту на експорт сягає лише 20%. Таким чином, 80% продукту виробники реалізовують на внутрішньому ринку, вважаючи його основним для збуту.

У 2007 році спостерігався найбільший обсяг виробництва азотних добрив (2,8 млн. тонн). Це був період активного інвестування в сільське господарство, що впливає на зростання культури виробництва і більш відповідальне ставлення до дотримання технологій у рослинництві.

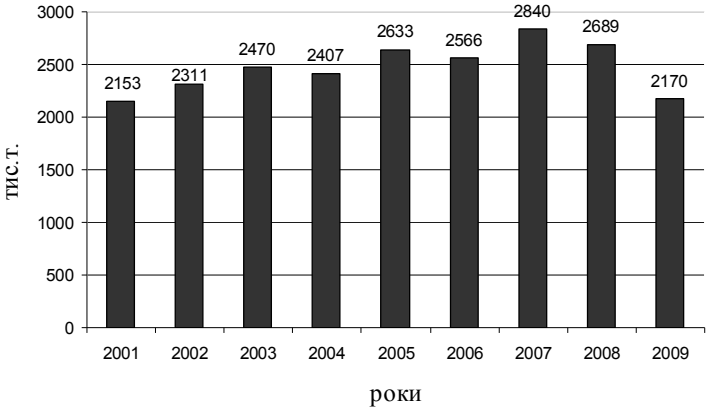

Рис. 1. Динаміка виробництва азотних мінеральних добрив (в перерахунку на 100% д.р.) в Україні

У цей період аграрії збільшили споживання не тільки азотовмісних, але і калій- і фосфоровмісних добрив. Високим попитом користувалися комплексні добрива, проте їх виробництво є досить складним технологічним процесом, здійснюваним незначною кількістю хімічних підприємств.

Збільшення попиту на мінеральні добрива стимулювало як виробників, так і торговців до подальшого розвитку. І якщо залучення позикових коштів хімічними підприємствами часто обумовлювалося необхідністю оновлення основних засобів та проведення капітального ремонту обладнання, то торгові компанії активно нарощували оборотний капітал.

За даними Державного комітету статистики України підприємства хімічної промисловості України у січні-лютому 2011 року збільшили випуск азотних добрив на 21%, порівняно з відповідним періодом 2010 року – до 485 тис. тонн.

У лютому 2011 р. виробництво азотних добрив в Україні зменшилося на 10,5% порівняно з січнем і збільшилося на 20,1% порівняно з лютим 2010 року – до 229 тис. тонн.

Проте, незважаючи на цьогорічний ріст виробництва добрив, український ринок мінеральних добрив потребує захисту. Так як, основною сировиною для виробництва азотних добрив є газ, і залежність українських азотних підприємств від ситуації на газовому

ринку впливала на обсяги виробництва в окремі роки.

Останнім часом досить часто обговорюється питання про ймовірне скасування імпортних мит на аміачну селітру, що постачається російськими заводами, що означає витіснення з ринку вітчизняних виробників і подальший перерозподіл власності.

Безмитна торгівля є вигідною лише за умови перебування виробників у рівних економічних умовах. Так, вартість газу для російських хімзаводів майже в чотири рази менша, ніж для українських. Отже, за умов, коли дві третини собівартості – це ціна газу, говорити про чесну конкуренцію за споживача не доводиться. Скасування імпортних мит є згубним для українських заводів.

Постачання російської селітри на українському ринку є і залишатиметься високим, тож для збереження української хімічної промисловості потрібна державна допомога.

Науковий керівник – д.н.з держ.упр, професор Пісьмаченко Л.М.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ

Черкашина М.В., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Внаслідок кризи та скрутного становища вітчизняних підприємств на ринок вийшли кваліфіковані фахівці, готові йти на істотне зниження особистого доходу. Крім того, під час кризи поточна демографічна ситуація залишилася на колишньому рівні, а саме - зниження кількості працездатного населення в нашій країні. Тому на сьогодні одним з актуальних завдань підприємств, незважаючи на всі складності, стає максимальне збереження ефективних співробітників.

У комплексі антикризових заходів робота з мотивації персоналу зосереджується навколо двох основних завдань: стабілізація персоналу і зміні системи матеріальної мотивації.

Необхідність використання засобів стабілізації персоналу ніколи не викликало сумніву. Проблема, на наш погляд, полягає у організації регулярної процедури формування нематерільних стимулів, що дозволяє в повній мірі використовувати потенціал працівників, адже процес втрати інтересу працівника до праці, його пасивність

приносить дуже відчутні результати. Для ефективного управління таким ресурсом як люди, необхідно виділити визначені параметри роботи та змінити ті, які можуть впливати на психологічні стани виконавців. Грамотно спроектована робота повинна створювати внутрішнє стимулювання, відчуття особистого внеску.

Нематеріальне стимулювання розвитку персоналу в підприємстві направлене на задоволення мотиву збереження соціального статусу працівника в трудовому колективі завдяки залишення за ним його робочого місця чи займаної посади; підвищення соціального статусу працівника в трудовому колективі в результаті одержання ним більш високої відповідальної посади, посилення зацікавленості працівника самим процесом опанування новими знаннями, вміннями та практичними навичками; поглиблення інтересу щодо професійного спілкування з професіоналами як в організації, так і поза її межами.

Крім нематеріальної підтримки, важливим антикризовим інструментом для багатьох підприємств є зміна системи матеріальної мотивації. І тут часто виникає ряд труднощів. З одного боку, показники, які були важливі в стабільний період, у кризі гублять свою актуальність, а це спричиняє необхідність коректування всієї системи оплати праці. З іншого - ефективна система оплати повинна відповідати наступним вимогам:

- стимулювати співробітників на виконання цілей, поставлених керівництвом;

- співробітники повинні розуміти із чого складається їхній доход, що чекає від них підприємство, якими діями вони можуть вплинути на збільшення своєї оплати праці;

- бути «прозорі» для виконавців, для цього часто в систему мотивації включається можливість самостійного розрахунку співробітником поточного заробітку й прогнозування суми своєї зарплати за підсумками місяця;

- збалансована схема мотивації співробітників повинна бути вигідною як підприємства, так і самому співробітникові.

На різних етапах розвитку підприємства мають право на існування різні способи матеріальної мотивації. Так у період становлення, логічна «процентна» формула стимулювання, що припускає акцент на матеріальну зацікавленість працівників. У період сталого розвитку підприємства й формування адекватних цілей і стратегії, важливо вчасно переорієнтуватися з «відсотків» на систему, що стимулює співробітників на реалізацію стратегії й виконання

планів. Крім того, може бути застосована «окладна» модель оплати праці, характерна для зрілих організацій, що детально проробили механізм роботи своїх представників і стимулюють їх на виконання заданих дій високим окладом й іншими методами підвищення лояльності. Керівникам важливо володіти мистецтвом вибору оптимальної системи й добре почувати й розуміти етап розвитку бізнесу для того, щоб система стимулювання вирішувала поточні завдання підприємства з наявними ресурсами.

Мотивація персоналу - це, насамперед, завдання керівників підприємства, а не служби персоналу, адже співробітники перебувають у підпорядкуванні керівника конкретного підрозділу. Саме керівник підприємства повинен створити правильну систему мотивації.

Можна виділити три причини, по яких системи мотивації працюють неадекватно.

1. Зарплата персоналу не відповідає середньому рівню по галузі або по регіону для конкретної посади. Щоб зарплата задовольняла запитам співробітників потрібно періодично проводити моніторинг ринку праці.

2. Преміальна схема не пов'язана із цілями роботи компанії. Преміальна схема буде працювати, якщо визначено мету, позначено тимчасові рамки й установлено чітку процедуру оцінки результатів.

3. Менеджери не беруть участь у розробці схем мотивації. При розробці й впровадженні преміальних й оцінних схем служба персоналу повинна працювати в тісному взаємозв'язку з менеджерами. Тоді оцінка співробітників дасть результат, тому що буде здійснюватися по зрозумілим обом сторонам критеріям.

Вирішити проблему мотивації можна тільки впровадивши діючий механізм мотивації праці працівників. Однак для формування діючої стратегії мотивації персоналу в цей час, потрібен корінний перегляд традиційно існуючих на підприємствах трудових відносин між працівником і підприємцем.

Спрямованість системи мотивації праці повинна відповідати стратегії кадрового керування, а стратегія кадрового керування повинна вписуватися в загальну стратегію діяльності підприємства.

Система мотивації праці повинна враховувати особливості зовнішніх стосовно підприємства умов.

Зміни в механізмі стимулювання праці повинні вироблятися у відповідності до затвердженої в підприємстві схеми внесення змін

Механізм оптимального стимулювання повинен мати потенціал змінюваності; бути чутливий до умов усередині підприємства й за

межами підприємства, тобто механізм оптимального стимулювання повинен мати здатність гнучкого й адекватного реагування на зміни зовнішніх і внутрішніх для підприємства умов різного роду.

Механізм стимулювання відповідно до затвердженої періодичності повинен переглядатися на предмет відповідності змінам зовнішніх і внутрішніх умов. Він може піддаватися змінам відповідно до критеріїв:

- прийнятна для працівників поступовість;
- збереження позитива й усунення негатива в змінюваному механізмі;
- стратегічна й тактична виправданість.

Таким чином, можна зробити висновок, що варіант застосування схеми мотивації, заснований на оптимальному поєднанні матеріального і нематеріального стимулювання може допомогти керівництву вирішити три непростих питання:

- Стимулювати кращих працівників на підвищення продуктивності праці.
- Скоротити витрати на оплату праці неефективних співробітників.
- Позбутися від аутсайдерів за допомогою ефективно діючих мотиваційних схем.

Література.

1. Жуковський М.О. Трудові ресурси як складова підприємства. [Тест] / М.О. Жуковський // "АПЕ". – 2009 - №3 , с. 226-230.

2. Менеджмент організацій і управління людськими ресурсами. — Зб. статей: Ч.1-2. — К.: Пед. преса, 2004.

3. Панюк Т.П. Характеристика ринку праці в сучасних умовах. [Тест] / Т.П. Панюк // "Менеджмент по персоналу". - 2010 - №8 , с.15-19.

ПРИМЕНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПАКОВКИ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ

Шебанова О.О., ст. викладач,
Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Современные методы маркетинговых исследований позволяют обеспечить формирование рационального оформления готового продукта.

Для питьевой воды, не различаемой по внешнему виду, это

приобретает особое значение.

Произвести оценку упаковки целесообразно и необходимо осуществлять еще на стадии принятия решений о внешнем виде будущего продукта реализации.

Такая оценка должна быть достаточно репрезентативной и базироваться на актуальных методах оценки товара с учетом психологических факторов потребителей.

В качестве таковых представляется возможным использование методов маркетинговых исследований Conjoint-Analyse и Analytic Hierarchy Process.

Задачей настоящей статьи является представление применения и сферы использования указанных методов.

Как известно Conjoint-Analyse позволяет обеспечить наиболее точную оценку предпочтения потребителем того или иного продукта из совокупности конкурируемых продуктов, представленных на рынке, в результате комплексной оценки всех их атрибутов.

В отличии от других видов исследований, измерение предпочтения самый сложный процесс получения информации, что предполагает исследование шкал, приемов ранжирования и фиксированных значений уровня атрибута.

Оценка степени применимости Conjoint-Analyse и Analytic Hierarchy Process для определения наиболее приемлемой потребителю упаковки питьевой воды была осуществлена в следующей последовательности:

- постановка проблемы (формирование оптимальной целевой функции);
- моделирование преференций упаковки для нового ее оформления среди других проявлений свойств продукта;
- определение значения влияния упаковки на принятие решения покупателем о приобретении товара (определение весового значения этого свойства среди других свойств продукта);
- определение весового значения взаимодействия старого и нового свойств (упаковки) продукта (определение коэффициента корреляции);
- определение коэффициента согласованности и коэффициента иерархии;
- выявление правдоподобия проведенной оценки (вычисление случайных систематических ошибок);
- теоретическое сравнение методов Conjoint-Analyse и Analytic Hierarchy Process (представление различия структуры принятия

решений и преференционных функций);

- моделирование преференций потребителей при новом оформлении продукта (определении весовых значений по уровням проявления атрибутов).

Затруднения с реализацией обеих методов вызваны тем, что потребовали:

- прямого контакта интервьюера и респондента;
- сложности проведения эксперимента ввиду значительного количества уровней атрибуты:
  - формы упаковки;
  - размера;
  - цвета;
  - размещение рекламных материалов;
  - цены готового продукта.

Использование Conjoint-Analyse и Analytic Hierarchy Process для оценки эффективности оформления упаковки питьевой води показали что Conjoint-Analyse безусловно предпочтителен для определения гипотетических атрибутов упаковки.

Метод Analytic Hierarchy Process проявляется более приемлемым для оценки качеств упаковки реального продукта, однако обладает трудностью психологического восприятия покупателем опроса предваряющего системный анализ.

Из выше изложенного сделать вывод, что оба метода могут претендовать для использования в маркетинговых исследованиях питьевой воды.

Однако в силу наличия эффективного программного обеспечения обработка данных, Conjoint-Analyse следует рассматривать как самый приемлемый инструмент.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И НАДЕЖНОСТЬ ПАРТНЕРСКИХ СВЯЗЕЙ В ДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ

Шевчук В.Г., Поясник П.Г., студенты,
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

В условиях современного рынка любое дорожное предприятие, независимо от размеров, вида деятельности и рынка, на котором оно действует, нуждается в эффективном и как можно более быстром взаимодействии с экономической средой. Происходит такое

взаимодействие путем установления и функционирования разнообразных партнерских связей между субъектами рынка. В связи с этим является очевидным, что качество, надежность и интенсивность партнерских отношений будут оказывать большое влияние на конкурентоспособность организации (КСО).

Партнерство должно стремиться к достижению целей, которых ни одна организация не может достичь по отдельности. Это понятие является вполне обычным для бизнеса, где стратегические союзы и совместные предприятия создаются лишь в том случае, когда совместная работа приводит к увеличению добавочной стоимости продукции или когда таким образом достигается некое «совместное преимущество» над конкурентами.

В литературе многие авторы определяют термин «партнерские связи» как совместную работу двух и более организаций по использованию своих различных ресурсов в целях достижения результатов, недоступных этим организациям по отдельности.

В настоящее время ни западные, ни отечественные методики оценки КСО не включают в себя данный фактор, ограничиваясь (в зависимости от методики) либо уровнем логистики на предприятии, либо качеством каналов закупок и сбыта. Необходимо, по мнению автора, оценивать именно комплекс взаимодействия организации со средой, другими словами — уровень партнерских связей, особенно для дорожных предприятий.

При анализе специфики партнерских отношений в дорожной отрасли предлагаются следующие критерии: долговечность; глубина партнерских связей; возможность дублирования; их надежность; динамика; эффективность.

Критерий - долговечность - оценивает время, в течение которого дорожная организация взаимодействует с партнером. При прочих равных условиях уровень конкурентоспособности организации будет тем выше, чем больше у предприятия долгосрочных партнеров. Долгосрочное партнерство позволит более точно планировать расходы и время осуществления проектов, своевременно и качественно выполнять обязательства и избежать множества рисков по хранению продукции и сырья.

Глубина партнерских связей выражает уровень взаимодействия партнеров в различных сферах деятельности. Также в рамках данного критерия предполагается оценивать наличие или отсутствие процесса совместного планирования и контроля совместной деятельности, создание и функционирование совместно созданных структур,

необходимых для наилучшего использования партнерства.

Под возможностью дублирования предполагается возможность предприятия в кратчайшие сроки заменить одну связь другой в случае, если партнер по каким-то причинам не сможет выполнить свои партнерские обязательства. Иными словами, любое направление деятельности дорожного предприятия, любые контакты и каналы должны быть доступны в любой момент времени. В современных экономических условиях для дорожных предприятий данное условие необходимо для непрерывности технологических процессов, а для посреднических фирм и компаний, занятых на рынке услуг, способствует минимизации затрат по времени и снижению риска невыполнения обязательств.

Динамика партнерских отношений не предполагает постоянного изменения структуры партнеров, но выражается в непрерывном расширении сфер взаимодействия, разработке и внедрении новых способов установления и развития партнерских связей, проникновении при помощи партнеров на новые рынки и отрасли. В качестве удачного примера динамики партнерских отношений можно привести увеличение доли партнеров с большой глубиной связей, например поставщиков органических материалов. Динамика партнерских связей показывает все тенденции уровня партнерских отношений и при низком значении данного критерия является первым вестником нерациональной стратегии взаимодействия с внешней средой.

В современной экономике классическим является способ определения эффективности через соотношение затрат к выручке, проще говоря, через показатели прибыльности и рентабельности. Эффективность партнерских связей не должна являться исключением. Эффективность партнерских связей - отношение суммы контракта к общей выручке от деятельности по данному виду взаимодействия. В случае с поставщиками мы предлагаем оценить этот критерий через разницу между рыночными и контрактными ценами, а также через сопоставление условий соглашений. Потребителей можно оценить по доле в общем объеме закупок. При этом каждую группу партнеров должен оценивать специалист, работающий в данной сфере и хорошо знающий специфику взаимодействий.

В логистике внешнее окружение предприятия дорожной отрасли принято делить на поставщиков, клиентов, государство и конкурентов.

Следует выделить и поставщиков информации - это партнеры,

предоставляющие сведения для анализа и принятия управленческих решений. Такими организациями могут являться различные маркетинговые компании, аналитические фирмы, частные охранные предприятия, юридические службы и т. п., учитывая, что у дорожных предприятий часто нет своей службы маркетинга.

К поставщикам финансовых услуг относим организации, участвующие в процессах движения финансов: банки, страховые компании, инвестиционные фонды. Принципиальное отличие данной группы партнеров от поставщиков инвестиций состоит в том, что они не являются инвесторами или кредиторами, но оказывают услуги по осуществлению и оптимизации движения финансовых потоков.

При оценке уровня партнерских связей очень важно, чтобы каждая из вышеуказанных подгрупп оценивалась отдельно. Для различных предприятий, с их нуждами и особенностями технологического дорожного процесса, существуют особенности оценки различных партнеров.

Принимая во внимание вышеперечисленные требования, предполагается, что оценивать уровень партнерских связей необходимо, во-первых, с учетом специфики деятельности дорожного предприятия, во-вторых, неотрывно от целей предприятия на разных этапах деятельности и, в-третьих, анализируя объемы и интенсивность взаимодействия с различными партнерами.

На первом этапе подготовки к определению уровня партнерских связей необходимо правильно и четко определить специфику технологических процессов, выявить наиболее важные направления партнерства и из существующего перечня групп партнеров сформировать индивидуальный, отвечающий реалиям конкретного дорожного предприятия - объекта исследования.

На втором этапе предполагается определение значимости различных критериев и групп партнеров в зависимости от целей предприятия. Данный этап сопряжен с рядом трудностей, во многом по той причине, что на разных этапах деятельности дорожное предприятие применяет различные стратегии и, как следствие, преследует различные цели при взаимодействии с партнерами.

На каждом из этих этапов дорожное предприятие испытывает различные трудности и риски, а следовательно, будет нуждаться в различных ресурсах для успешного ведения экономической деятельности и будут важны различные аспекты взаимодействия с партнерами.

По литературным данным на современном этапе развития экономики 80 % результатов обеспечивает 20 % наиболее значимых факторов.

Далее предлагается принять общую значимость как критериев, так и групп партнеров за 100 % (или 1 - в долях - более применимо для расчетов) и распределить следующим образом:

а) для критериев оценки: два наиболее важных критерия обладают значимостью 0,35 каждый; два менее значимых критерия – 0,1 каждый; наименее важные критерии – 0,01-0,02 каждый;

б) для групп партнеров: три наиболее важных группы – по 0,25 каждая; четыре менее важные – по 0,05 каждая; оставшиеся – 0,05 все вместе.

Рассчитаем уровень партнерских связей для одного из дорожных предприятий – ДП «Харьковский облавтодор».

Сначала определяется перечень групп партнеров в соответствии со спецификой деятельности. Для исследуемого предприятия состав поставщиков следующий:

поставщики продукции (дорожно-строительных материалов);

- поставщики информации;
- поставщики финансовых услуг;
- поставщики трудовых ресурсов;
- прочие поставщики услуг (в сфере рекламы, маркетинга, информирования, обеспечения офиса);
- инвесторы;
- конечные потребители дорожной продукции.

Оценку эффективности партнерских связей рассчитываем по формуле:

$$ЭПС = \frac{\text{Ущерб от недопоставок и нарушений договоренностей}}{\text{Недополученная прибыль} + \text{Фактически полученная прибыль}},$$

где ЭПС - индекс эффективности партнерских связей.

Рекомендуется шкала баллов для оценки эффективности по четырех бальной системе:

4 балла - $0 < ЭПС < 0,05$;

3 балла - $0,05 < ЭПС < 0,1$;

2 балла - $0,1 < ЭПС < 0,2$;

1 балл - $0,2 < ЭПС < 1$.

Полученные в результате расчетов значения будут лежать в пределах от 1 до 4. При этом «4» будет являться наилучшим показателем. Для выбранного предприятия ЭПС составила 3 балла,

что подтверждает достаточное взаимодействие с внешней средой, однако необходимо дальнейшее улучшение.

Научный руководитель – доцент Коркушко Н.Н.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

Явдокименко І., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Розвиток трудових ресурсі є не від'ємною складовою розбудови суверенної України та її соціально орієнтованої економіки. Держава визначаючи право на працю як конституційну норму, зобов'язалася бути надійним гарантом забезпечення своїм громадянам умов для досягнення добробуту. Проте на фоні загальної кризи, значних розбіжностей у соціально – економічному розвитку країни, специфіки розміщення й розвитку продуктивних сил, сфера праці та зайнятості населення зіткнулася з поглибленням різноманітних проблем працевлаштування. Відсутність державного контролю не дозволила визначити схеми територіальної організації національного і регіонального ринків праці.

В період економічної кризи та вступу України до СОТ в 2008 році ефективна економічна діяльність підприємства залежить не лише від матеріально технічного забезпечення, ай від достатньої кількості висококваліфікованих кадрів та ефективного управління ними.

Трудові ресурси є головним фактором формування та забезпечення конкурентоспроможності, а формування високопрофесійного та стабільного апарату управління виступає стратегічним завданням кадрової політики як на рівні окремого господарства, так і держави в цілому.

Без високої професійної підготовки фахівців жодне підприємство та організація не зможе досягти своїх цілей. Зараз на даний момент на вітчизняних підприємствах відсутня ефективна система управління трудовими ресурсами і проблема управління ними є досить актуальною.

Існує багато визначень і тверджень щодо до поняття трудові ресурси. Але я вважаю що найкраще поняття трудові ресурси розкриває саме це визначення:

Трудові ресурси – це частина осіб, які працюють на підприємстві, яка володіє фізичними і розумовими здібностями та знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності, вкладаючи власний труд для виконання поставлених цілей. Управління трудовими ресурсами – це функція підприємства, що направлена на забезпечення ефективної та безперервної рівноваги між наявним персоналом, що наймається, та потребі по чисельності та кваліфікації цього персоналу.

Основне завдання управління трудовими ресурсами це мінімізація витрат підприємства на формування та утримання трудових ресурсів та максимізація результатів від їх використання. Трудові ресурси підприємства є невичерпним резервом підвищення ефективності діяльності підприємства. Від забезпеченості підприємства достатньою кількістю робітників необхідного рівня кваліфікації та досвіду залежить діяльність підприємства. А підвищення ефективності управління персоналом сприятливо впливає на ефективність використання устаткування, машин, своєчасність виконання робіт, і як результат, обсяг виробництва продукції, її собівартість, прибуток.

Планування і підбір кадрів включає в себе два важливі елементи. Перший – це планування, яке полягає у визначенні перспективної комплектації штату підприємства,тобто це надання людям робочих місць в потрібний момент часу в необхідній кількості у відповідності з їхніми здібностями. Другий елемент – підбір і розстановка кадрів, що передбачає створення необхідного резерву за всіма існуючими посадами і спеціальностями. Управління трудовими ресурсами – це кропітка діяльність. Тому все більш важливим завданням українських підприємств, які виходять на зовнішній ринок, стає створення нових, більш ефективних систем управління. У сучасних умовах ринкової економіки в сільськогосподарських підприємствах потрібно висувати підвищені вимоги до працівників, особливу увагу приділяти керівникам. Якщо раніше головна увага при прийманні на роботу приділялася досвіду роботи,стану здоров'я то зараз цінуються комунікабельність,відповідальність, організаторські здібності, толерантність та прагнення до самовдосконалення та професійного зростання. Такі якості необхідні для ринкової економіки, для підприємств,які намагаються знайти своє місце на аграрному ринку та в економічному житті.

Критичний стан умов праці і проживання на селі спричиняє небажання працювати в аграрному секторі. Лише тільки 9,6%

випускників сільських шкіл ,технічних коледжів, та вузів мають намір працювати на селі. Значних масштабів набула незареєстрована зайнятість. Низький рівень оплати праці призводить до поширення «тіньової» зайнятості населення. За оцінками, саме у такому секторі сьогодні виробляється близько половини ВВП України, а загальна частка зайнятих у «тіньовій» економіці сягає 11 млн. осіб. Також водночас відбувається процес інтенсивного переливу зайнятих у приватний сектор економіки, зростає чисельність працюючих на приватних, сімейних підприємствах, фермерських господарствах.

Сучасна ситуація у сфері управління трудовими ресурсами в країні є результатом існування проблем та суперечностей, які тривалий час не вирішувались та продовжують загострюватись. У головних галузях економіки основні фонди зазнали морального і фізичного зношення, відсутність крупних проектів при недостатньому інвестуванні – старіння виробничої бази. Ефективність управління трудовими ресурсами є одним з визначних чинників економічного успіху підприємства. Воно покликане забезпечити сприятливе середовище, в якому реалізується трудовий потенціал. Високий рівень оплати праці стимулює підвищення ефективності управління і продуктивності.

Отже, для покращення управління трудовими ресурсами потрібно розробляти стратегії управління з урахуванням не тільки світового досвіду, а й особливостей фірм, застосовуючи нові системи, залучати працівників до праці та вирішення питань з нею, необхідно стимулювати персонал для досягнення максимальних результатів та шукати нові підходи до підвищення продуктивності праці. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності. У зв'язку з цим затрати, пов'язані з персоналом розглядатимуться як інвестиції в людський капітал – основне джерело прибутку.

Науковий керівник – Півень А.В.

СЕКЦІЯ

ФОРМУВАННЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКІВ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ПРИ РЕКОНСТРУКЦІЇ ФЕРМ НА 1200 КОРІВ

Артеменко В. І. Директор ДП « Ілліч Агро – Донбас» ВАТ ММК ім. Ілліча Донецької області

Одним їз шляхів відновлення великотоварного виробництва молока є реконструкція і розширення ферм на основі інноваційних технологій.

На молочно – товарній фермі агроцеху № 10 ДП « Ілліч Агро – Донбас» ВАТ Маріупольського металургійного комбінату ім. Ілліча Донецької області була проведена реконструкція основних приміщень і визначена економічна ефективність виробництва молока при поетапному підвищенні продуктивності корів

Тваринницький комплекс є спеціалізованим підприємством по виробництву молока без вирощування ремонтного молодняку, тому всіх телят у 20- денному віці реалізують спеціалізованим підприємствам по виробництву яловичини і вирощуванню нетелів.

У процесі реконструкції корівників забезпечення комфортних умов утримання тварин відбулося шляхом збільшення габаритів індивідуальних боксів, удосконалення конструкції їх роздільників, а також можливості застосування соломи на підстилку. Видалення гною скреперними установками, які працюють в автоматичному режимі, створює умови підтримання в чистоті не тільки гнойових і кормогнойових проходів, а найголовніше - самих тварин. Оптимальні параметри мікроклімату забезпечує застосування регульованих віконних штор і світлоаераційного конька приміщення.

Напування тварин після реконструкції відбувається з групових напувалок, які обладнані системою очищення і підігрівання води в зимовий період утримання худоби.

Годівля корів повнораціонними кормосумішами забезпечується з кормових столів при вільному доступі до них худоби протягом доби. Корми готуються за шістьма раціонами в комп'ютеризованому кормороздавачі–змішувачі та вивантажуються на кормові столи в міру їх поїдання худобою.

Доїння корів відбувається в доїльно – молочному блоці установками «Карусель» на 32 доїльних місця виробництва німецької фірми «Westfalia Surge», в якій всі процеси від підключення доїльних апаратів і до охолодження молока автоматизовані. Облік продуктивності корів та їх фізіологічний стан фіксується за

допомогою комп'ютерної програми.

Нами установлено, що реконструкція спеціалізованої ферми по виробництву молока на 1200 корів із впровадженням прогресивної технології безприв'язного боксового утримання худоби у стійково – балочних конструкціях приміщення шириною 27 м і доїнням корів у доїльній залі на установках «Карусель» на 32 місця потребує значних капітальних вкладень. Додаткові капітальні вкладення становлять 12286,9 тис. грн. або 45,5 % у загальній вартості основних і допоміжних об'єктів ферми. Вартість скотомісця в розрахунку на одну корову складає 22512 грн., з них додаткові капіталовкладення на реконструкцію - 10239 грн.

Реконструкція ферми дає можливість значно підвищити продуктивність праці. Якщо до реконструкції на фермі працювало 31 людина, які обслуговували 589 корів, то після - 29 осіб. Навантаження на одного працівника до реконструкції було 19 корів, після - стало 41 голова або збільшилось в 2,2 рази. Виробництво молока на одного працюючого до реконструкції становило 858 ц, після реконструкці при підвищенні прдуктивності на першому етапі до 5000 кг на корову - 2069 ц або збільшилося в 2,4 рази. Продуктивність праці після реконструкції зростає, тому що скорочуються штати операторів по догляду за худобою, а також операторів машинного доїння корів. Затрати праці на 1 ц молока до реконструкції становили 2,96 люд. – год., а після - при надоях 5000 кг зменшилися до 0,97 люд.- год. На другому етапі при надоях 6000 кг на корову зменшуються до 0,81 люд. – год., а при надоях 7000 кг – до 0,69 люд. – год.

Собівартість виробництва молока після реконструкції ферми на 1200 корів знижується в міру зростання продуктивності корів. Якщо до реконструкції собівартість 1 ц молока була 233,22 грн., то після реконструкції при надоях 5000 кг на корову вона становить 221,3 грн. або зменшується на 5,0% і знижується при надоях 6000 кг на 7,4 %, а при 7000 кг - на 8,4 %. У структурі собівартості зменшується питома вага витрат на оплату праці, соціальні заходи, ветеринарне обслуговування тварин, паливо–мастильні матеріали, амортизацію і поточний ремонт основних засобів виробництва і обладнання та інші матеріальні витрати, але зростає частка вартості кормів з 75,5 % при надоях 5000 кг до 79,9 % при надоях 7000 кг. Загальна питома вага кормів збільшується, тому що в структурі вартості кормів стає більшою вартість комбікормів з 57,7 % при надоях 5000 кг на корову до 64,4 % при надоях до 7000 кг молока.

Виручка від реалізації молока після реконструкції ферми

залежить від поетапного зростання продуктивності корів, якості молока і ціни реалізації. Якщо до реконструкції вищим гатунком реалізували 28 % молока, першого і другого гатунку - 72 %, то після реконструкції все молоко реалізується тільки вищим гатунком за ціною, яка коливається у межах сезонів року від 300 до 400 грн. за 1 ц.

Реалізація поголів'я великої рогатої худоби по фермі на 1200 корів є збитковою. Якщо реалізація вибракуваних корів дає 149,36 тис. грн. прибутку, то продаж телят у 20–денному віці для подальшого їх вирощування у спеціалізованому підприємстві по виробництву яловичини приводить до збитків у сумі 2703,25 тис. грн. Збитки зумовлені високою вартістю одного теляти при народженні, яка становить при надоях на корову 5000 кг 2247,0 грн., при надоях 6000 кг - 2509,8 грн., 7000 кг – 2901,0 грн. Загальна сума збитку складає 2553,89 тис. грн. або в розрахунку на одну корову з продуктивністю 5000 кг 2128,2 грн.

Окупність додаткових капітальних вкладень у реконструкцію ферми загальним прибутком зменшується по мірі зростання продуктивності корів і становить при надоях 5000 кг на корову 1,6 років, 6000 кг - 1,2 роки , 7000 кг - 1,0 рік. Коефіцієнт ефективності додаткових капіталовкладень становить 0,577.

Прибуток від реалізації молока і поголів'я великої рогатої худоби після реконструкції при досягненні продуктивності 5000 кг молока на корову складає 7630,8 тис. грн. і збільшується при надоях 6000 кг на 58,3 %, 7000 кг - на 62,6 %.

Скотарство ферми до реконструкції було збитковим - мінус 12,2 %, після реконструкції при досягненні продуктивності до 5000 кг рентабельність становить 41,1 % і збільшується при продуктивності 6000 кг до 51,6 %, а при 7000 кг - до 53,0 %.

Для виробництва молока на фермі необхідно мати 1817 га землі (ріллі) для посівів зернових і кормових культур при продуктивності 5000 кг на корову. При підвищенні продуктивності до 6000 кг молока необхідно збільшити посіви до 2103 га або на 15,7 %. При підвищенні продуктивності корів до 7000 кг загальна площа посівів збільшується до 2353 га або на 29,5 %.

Ефективність використання 1 га землі свідчить про те, що прибуток від реалізації молока і живої маси худоби при продуктивності 5000 кг на корову становить 4200 грн., при збільшенні продуктивності до 6000 кг прибуток зростає на 19,5%, а до 7000 кг – на 25,5 %.

Науковий керівник – к.е.н., д.с-г.н., професор Чигринов Є.І.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ, ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНА ФОРМА ДИВЕРСИФІКАЦІЇ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Бойчук А.А., аспірант,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

В останні десятиріччя в Європі все більшого визнання і прихильності набуває концепція багатофункціонального розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі. Її сутність полягає у необхідності забезпечення належних умов для розвитку села та сільського способу життя. При цьому особлива увага звертається на невиробничу діяльність, оскільки виключно аграрне виробництво не може забезпечити гармонійного довкілля та матеріальних благ сільським мешканцям. Важливим напрямом реалізації такої стратегії є розвиток сільського туризму. Він забезпечує підвищення зайнятості сільських жителів, зростання трудового потенціалу села, розбудову благоустрою сільських населених пунктів.

В Україні сільський зелений туризм оцінюється та досліджується як один із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва та збільшення ємкості регіональних продовольчих ринків. У своєму функціонуванні він орієнтується насамперед на ті регіони країни, де існують відповідні рекреаційні ресурси та соціально-економічна потреба у цьому виді господарювання.

Проблема визначення поняття сільського туризму (так само як і туризму загалом) є досить складною і вирішується у різних країнах різними шляхами. Всі поняття, що зустрічаються у літературі, переважно об'єднуються за так званим „ступенем деталізації". Найширше поняття „сільський туризм" розуміється як туризм, що базується в сільських будинках (дворах) або фермах, або загалом у сільській місцевості, але не включає відпочинок на особливих рекреаційних територіях, - таких як національні парки, лісові зони і т. д. Простіше кажучи, це майже всі форми відпочинку, що можливі у сільській місцевості. Подібне визначення використовують і в Україні, хоча часто відбувається змішування понять сільського туризму і агротуризму та зеленого туризму, не зважаючи на те, що перше з понять є значно ширшим. Міжнародне поняття, що відповідає вищенаведеному, це „базований на фермах туризм" (farm tourism або

farm-based tourism) .

Також широко вживається у сфері сільського зеленого туризму поняття „агрооселя". Чітке визначення цьому терміну було дано діячами Спілки сприяння сільського туризму в Україні: агрооселя - це житлове приміщення, яке знаходиться у сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат, залежно від категорії житла пристосованих для проживання туристів і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села.

Таким чином, ми можемо розглядати сільський туризм як сільське домогосподарство (агрооселя). У своїх дослідженнях базуватимемося саме на цьому понятті, яке є міжнародно визнаним і досить зрозумілим.

Поняття „сільський туризм" з'явилося в Україні в останні роки головним чином завдяки діяльності Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Це поняття охоплює широкий спектр відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), а також орієнтований на перебування в агрооселях відпочинок (агротуризм).

Враховуючи те, що економічні і соціальні проблеми села значно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського туризму є особливо бажаними. Позитивний вплив сільського туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших об'єктів.

Розвиток сільського туризму та його видів спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл в цілому; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах приймання і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями добиваються зміни на краще сфери обслуговування. А це

одночасно й вагомий внесок у розвиток села. Прикладом може бути створення місцевих осередків Спілки розвитку сільського зеленого туризму в західних областях країни, районних об'єднань громадян, зацікавлених у розвитку інфраструктури для сільського зеленого туризму тощо.

Легальний статус сільського туризму та агротуризму в Україні ще остаточно не визначений. Це складає проблему для розвитку такої діяльності, оскільки державні та господарські діячі часто розуміють визначення сільського туризму по-різному і мають на увазі різні поняття. Також відсутність чіткого правового поля стримує створення економічної стратегії розвитку цього виду туризму, програм підтримки та допомоги.

Останнім часом економічні і соціальні проблеми села значно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського туризму є особливо бажаними. Позитивний вплив сільського туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й в сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших об'єктів.

Важливим результатом розвитку агротуризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Вітчизняний досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство, займаються мисливством, бджільництвом та рибальством.

Суттєву роль відіграє розвиток сільського туризму та його складників у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі

тощо, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах.

Зв'язок сільського туризму з аграрним виробництвом зображено на рис.1.

Рис.1. Зв'язок сільського туризму з аграрним виробництвом.

Для того, щоб сільський туризм, а також аграрний в його складі, в Україні набули поширення і стали вагомим економічним внеском для родини кожного сільського господаря, необхідна тісна співпраця органів місцевого самоврядування, громадських організацій та сільських господарів. Для цього в Україні необхідно створити сприятливе для сільського населення, прозоре та дієве нормативно-правове поле, а також механізми контролю за виконанням чинних законів.

Сільський туризм є одним із пріоритетних напрямків розвитку господарського комплексу України, що вимагає відповідного науково-методичного забезпечення і практичних кроків для реалізації цих завдань. Тому логічним і своєчасним була б розробка загальнонаціональної програми розвитку сільського туризму. Її реалізація можлива за умови здійснення кількох взаємопов'язаних кроків:

- пошук і налагодження контактів із сільськими громадами, фермерами й іншими категоріями сільських жителів у різних, особливо депресивних регіонах країни, які зацікавлені у створенні відповідного туристичного продукту і його реалізації на ринку послуг;

- розробка механізму створення, сертифікації і просування на ринок послуг сільського туристичного продукту окремих регіонів України з власною торговою маркою, створеного на основі використання місцевих ресурсів та його практичне випробування на основі фермерських господарств, розташованих у поселеннях вздовж річок, поблизу озер, лісових масивів, національних природних парків й інших привабливих природних і культурно-історичних об'єктів;

- об'єднання виробників відповідного туристичного продукту в громадські організації і створення під їх егідою інформаційно-

тренінгових центрів, де здійснюватиметься консультування та навчання зацікавлених осіб з основ організації сільського туризму в агросадибах;

- розробка і практичне впровадження типових методик проведення тренінгів для потенційних виробників сільського туристичного продукту в регіонах;

- налагодження соціологічного моніторингу на рівні виробника і споживача сільського туристичного продукту для виявлення можливостей його створення з одного боку, і з'ясування уподобань і потреб пересічного споживача з іншого;

- розробка екологічних та соціальних "правил поведінки" для виробників і споживачів сільського туристичного продукту;

- створення регіональних комп'ютеризованих баз даних, розміщених в Інтернет-мережі, де буде зібрана інформація законодавчого, ресурсного, організаційного, історико-краєзнавчого, спортивно-туристичного, медичного, рекламного характеру для виробників і споживачів сільського туристичного продукту;

- підготовка методичних рекомендацій для потенційних виробників сільського туристичного продукту в регіонах.

Отже сільський туризм є багатофункціональним та системним явищем, яке активно поширюється у господарському житті аграрних територій України та сприяє їх економічному (через зростання доходів сільських мешканців, створення робочих місць, залучення інвестицій, міжгалузеві зв'язки тощо) та соціальному розвитку (збереження історико-культурної спадщини, підвищення самооцінки у мешканців села та ін.).

Реалізації підприємницьких ініціатив у сільському туризмі є вагомим інструментом диверсифікованого сільського розвитку, але потребує при цьому формування сприятливого середовища та ефективних економічних і управлінських механізмів. Як вид економічної діяльності сільський туризм включає в себе інші форми підприємництва (агротуризм, фермерський та екологічний туризм) та є сукупністю відносин з приводу туристсько-рекреаційної діяльності різного цільового спрямування у сільській місцевості під впливом факторів локалізації (сільської місцевості, або середовища), вибірковості (потенційних споживачів) та реалізації (індустрії та інфраструктури сільського туризму). З підприємницької точки зору – це самостійна, систематична, ризикова господарська діяльність щодо надання комплексу основних та супутніх послуг з метою отримання відповідного ефекту.

Література.

1. Всесвітня туристична організація. – http://www.world-tourism.org
2. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм.
3. Сільський зелений туризм: що це таке? – http://www.bucoda.cv.ua/tour/1/2_1.html
4. Роглєв Х. Й. Сільський туризм - перспективний напрямок розвитку туристської індустрії України // Туризм: теорія і практика. - 2005. - № 1. - С. 43-48.
5. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 292 с.
6. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика, 2000. - 176 с.

Науковий керівник – д.е.н., професор Єрмаков О.Ю.

ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЛІЗИНГУ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

Будник В.А., к.е.н., доцент,
Київська державна академія водного транспорту
ім. гетьмана П.Конашевича - Сагайдачного

Актуальність досліджуваного питання обґрунтована тим, що економічна ситуація, що склалася в Україні, створює сприятливі умови для розвитку лізингових відносин на ринку нерухомості. Передумовами цих відносин є: зниження попиту на об'єкти нерухомості, криза неплатежів, відсутність вільних обігових коштів у девелоперських компаній, згортання іпотечного кредитування.

Господарсько-правовий оборот нерухомості здійснюється у межах ринку нерухомості – частини національної ринкової економіки, що являє собою сукупність об'єктів нерухомості, економічних суб'єктів, які оперують на ринку, процесів функціонування нерухомості, а також механізмів, що забезпечують функціонування ринку та управління ним (інфраструктури).

В даний час спостерігається значний дисбаланс між попитом та пропозицією на вказаному ринку; так, на кожні десять об'єктів нерухомості, що виставлені на продаж, знаходиться двоє потенційних покупців, що висловлюють бажання лише оглянути нерухомість, з них лише кожен четвертий покупець є власником реальних «живих» грошей.

Тому спеціалістами ринку нерухомості повинні бути розроблені нові схеми реалізації об'єктів нерухомості в умовах недоступності банківського кредитування та перевищення пропозиції над попитом на ринку, при цьому одним із варіантів придбання житла може виступати фінансовий лізинг.

Перевага фінансового лізингу перед орендою полягає в тому, що платежі по лізингу є викупом нерухомості у власність, а не просто періодичною платою.

Безпосередній вплив на розмір платежу з фінансового лізингу мають метод та норми амортизації основних фондів, застосована ставка лізингового проценту, схеми виплат по лізингу – ануїтетна або класична, а також термін лізингу. Для лізингоотримувача основним критерієм доцільності лізингу є можливість забезпечення платежів відповідними доходами, для лізингодавця - скоріша компенсація витрат на введення в експлуатацію об'єкту нерухомості. Тому процес обґрунтування величини лізингового платежу повинен бути двостороннім узгодженням показників надання послуг, коли кожна з сторін буде обирати прийнятливі умови.

Запропоновано відповідні визначення розміру лізингового внеску у складі лізингового платежу здійснювати в залежності від двох схем виплат, а саме: із застосуванням формули ануїтетів та за класичною схемою, коли сума лізингового відсотку нараховується на залишок непогашеної заборгованості перед лізингодавцем .

Величина лізингового платежу при застосування ануїтетних платежів буде розраховуватись за формулою (1) – при сплаті один раз на рік – та (2) – при сплаті кілька разів на рік (щомісячно або щоквартально):

$$ЛВ = СП \times \frac{j \times (1 + j)^{n}}{(1 + j)^{n} - 1}, \quad (1)$$

де ЛВ – лізинговий внесок, гр. од.;
СП – первісна вартість об'єкта лізингу, гр. од.;
j – лізинговий відсоток (в частках);
n – термін лізингу

$$ЛВ = СП \times \frac{j/m \times (1 + j/m)^{nm}}{(1 + j/m)^{nm} - 1}, \quad (2)$$

де m – кількість внесків на рік.

Щорічний внесок лізингоотримувача при сплаті раз на рік буде розраховуватись за формулою (3):

$$ЛВк = ЛВ_{х}К1 + Дл + ПДВлв \ , \quad (3)$$

де ЛВк – щорічний внесок в році к;

К1 – корегуючий множник, який враховує коефіцієнт залишкової вартості;

Дл– плата за додаткові послуги лізингодавця;

ПДВлв – податок на додану власність за лізинговим внеском

Коефіцієнт К1 розраховується за формулою (4):

$$K\ 1\ =\ \frac{(1\ +\ j/m)^{\ nm}}{(1\ +\ j/m)^{\ nm}\ +\ r}, \quad (4)$$

де r– коефіцієнт залишкової вартості (в частках), що розраховується за формулою (5):

$$r\ =\ \frac{Co}{C\ \ П}, \quad (5)$$

де Со – залишкова вартість активу.

При сплаті кілька разів на рік щорічний внесок лізингоотримувача (ЛВк*) буде розраховуватись за формулою (6):

$$ЛВк^{*} = ЛВ_{х}К1_{х}К2 + Дл + ПДВлв \ , \quad (6)$$

де К2 – корегуючий множник, що враховує періодичність платежів та розраховується за формулою (7):

$$K\ 2\ =\ \frac{m}{m\ +\ j} \quad (7)$$

Загальна сума сплати за фінансовим лізингом нерухомості (ЛП) буде розраховуватись за формулами (8) – при щорічній оплаті – та (9) – при оплаті кілька разів на рік:

$$ЛП = ЛВк_{х}n + Со + ПДВсо \ , \quad (8)$$

де ПДВсо – податок на додану вартість за остаточною вартістю нерухомості

$$ЛП = ЛВк_{х}n_{х}m + Со + ПДВсо \quad (9)$$

Аналогічна методика розрахунку лізингових платежів розроблена для випадків використання класичної схеми, коли сума лізингового відсотку нараховується на залишок непогашеної заборгованості. При цьому розглянуті два варіанти: амортизаційні відрахування нараховуються методом зменшення залишкової вартості нерухомості; амортизаційні відрахування нараховуються рівномірним методом.

Надалі наведений приклад розрахунку платежів по фінансовому лізингу нерухомості. Як об'єкт лізингу пропонується придбання заміського будинку, розташованого в котеджному містечку

«Петрушки», що знаходиться на 16 кілометрі траси Київ – Житомир. Ціна за будинок із земельною ділянкою на 11 грудня 2008 року – 1100 дол./кв.м

В таблиці 1 наведені розрахунки лізингових платежів за будинок площею 190 кв. м. загальною вартістю 209 тис. дол. за такими варіантами:

1) Модель класичного розрахунку лізингового платежу (КРЛП), нарахування амортизації по остаточній вартості нерухомості, термін лізингу 12 років

2) Модель КРЛП, рівномірна амортизація, термін 8 р.

3) Модель КРЛП, рівномірна амортизація, термін 10 р.

4) Модель КРЛП, рівномірна амортизація, термін 12 р.

5) Модель розрахунку лізингового платежу із застосуванням ануїтетів (РЛПА), рівномірна амортизація, термін 8 р.

6) Модель РЛПА, рівномірна амортизація, термін 10 р.

7) Модель РЛПА, рівномірна амортизація, термін 12 р.

Таблиця 1.

Лізингові платежі, розраховані за запропонованими моделями, тис. дол. на місяць

Роки	Варіанти лізингової угоди						
	1	2	3	4	5	6	7
1	2550	2295	2040	1836	1924	1674	1494
2	2167,5	2167	1938	1754,4	1924	1674	1494
3	1842,4	2040	1836	1672,8	1924	1674	1494
4	1566	1912	1734	1591,2	1924	1674	1494
5	1331,1	1785	1632	1509,6	1924	1674	1494
6	1131,4	1657	1530	1428	1924	1674	1494
7	961,7	1530	1428	1346,4	1924	1674	1494
8	817,5	1402	1326	1264,8	1924	1674	1494
9	694,9		1224	1183,2		1674	1494
10	590,6		1122	1101,6		1674	1494
11	502			1020			1494
12	1877			1340			1494

Аналіз результатів розрахунків лізингових платежів, проведених згідно розробленої методики, показав, що:

- теперішня вартість загальної суми платежів по лізингу перевищує витрати лізингодавця (девелопера) на введення нерухомості в експлуатацію;

- застосування класичної методики з нарахуванням амортизації на остаточну вартість об'єкту нерухомості дає більші розміри платежів за перші 4 роки (на 13 - 42 %) в порівнянні з варіантом ануїтетних платежів;

- розміри щорічних лізингових платежів, що розраховані за методикою з застосуванням формули ануїтетів, значно (на 17 – 19 %) менші визначених платежів за перші 4 роки, які отримані з застосуванням класичної методики при рівномірному методі нарахування амортизації.

Порівняння отриманих величини лізингових платежів із ставками орендної плати за користування елітною нерухомістю у Житомирському напрямку Київської області показує переваги фінансового лізингу з позицій лізингоотримувача, оскільки навіть максимальна величина лізингового платежу при використанні першого варіанту менше сум орендної плати за користування аналогічною нерухомістю.

Отже, отримані результати можуть бути використані лізингодавцями та лізингоотримувачами при узгодженні умов лізингу нерухомості, обґрунтуванні схем виплати лізингового внеску та нарахування амортизації по об'єкту нерухомості.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Голуб О.М, студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Ринковий розвиток економіки призводить до непередбачуваних і різких змін у попиті та пропозиції робочої сили. Якщо пустити ці процеси на самоплив, безладдя й хаосу в кадровому забезпеченні галузей економіки навряд чи уникнути.

Теорія ринків з труднощами пошуку виникла як реакція на похибки стандартної теорії ринку, яка передбачала рівний і повний доступ усіх учасників до інформації і місця проведення торгів. Однак багато ринків далекі від такої ідеалізації.

Покупці і продавці нерухомості, роботодавці і потенційні працівники зазвичай довго шукають один одного. Через обмеженість часу та інформації вони часто змушені погоджуватися на гірші

варіанти цін чи зарплат, ніж може запропонувати ринок. Як наслідок, ціни і зарплати на ринках з труднощами пошуку значно варіюються.

Роботодавці та шукачі роботи не можуть відразу знайти один одного з огляду на високу плинність вакансій та обмежену інформацію про реальну зарплату.

Оскільки для пошуку потрібні додаткові час і ресурси, виникають економічні "сили тертя", які гальмують процес працевлаштування. Люди надовго залишаються безробітними, а високі соціальні виплати у розвинутих країнах сприяють цьому.

Науковці радять урядам зважати на існування "сил тертя" на ринку праці і "грати за їхніми правилами". На думку вчених, безробіття неможливо подолати підвищенням розміру виплат.

Вивчаючи вплив продуктивності на ринок праці, слід відмітити, що поглиблення безробіття внаслідок негативних економічних шоків є значно швидшим порівняно з реакцією показника зайнятості на економічний підйом.

Нарешті Україна перетнула кризову відмітку в сфері зайнятості: нині, замість характерного для 90-х років минулого та початку нинішнього століття відчайдушного «шукаю роботу» маємо засилля оголошень «пропонуємо роботу». Більше того, ми вже не вибираємо, а «перебираємо» роботою.

В Україні торік зафіксовано найнижчий рівень безробіття. Та для тих, хто шукає гідно оплачувану роботу, це ще не привід для оптимізму. Більшість молодих людей вважають, що від правильного вибору професії залежить їхня доля, місце в житті. На їхню думку, будь-яка робота корисна для суспільства і має, по-перше, гідно оплачуватися, а, по-друге, бути цікавою, подобатися, або, принаймні, влаштовувати.

Відчутні зрушення на ринку праці стали можливими завдяки спільним зусиллям працівників служби зайнятості, роботодавців, органів центральної та місцевої влади.

Проте ми лише підійшли до розв'язання глибинних проблем забезпечення громадян роботою, яка б відповідала їхнім потребам і стану економічного розвитку країни. Сьогодні державі потрібна нова якість робочої сили, а людям – гідні умови праці та гідна винагорода.

Підтвердження тому – більше двох мільйонів незаповнених вакансій і водночас сотні тисяч громадян, які шукають роботу. Що це – свідчення самодостатності ринку праці чи, навпаки, результат його розбалансованості, коли поряд із сучасними виробництвами співіснують тисячі підприємств з допотопним рівнем технологій, які навіть жебраки обходять стороною.

Насторожує ще одна цифра: серед безробітних близько двох третин – жінки, половина – жителі сільської місцевості, третина – молодь віком до 35 років. Отже, маємо певну дискредитацію: за статтю, місцем проживання, віком. Виходить, одних роботодавець зустрічає з розкритими обіймами, а перед іншими розводить руками – ви нам не потрібні...

Майже кожен третій з тих, хто сьогодні звертається до центрів зайнятості, носив колись горде звання – робітник. Кожен четвертий був службовцем. Але кожен сьомий взагалі нічого не вміє робити. Отже, всіх їх треба або навчати, або перенавчати.

Подібна невідповідність попиту на робочу силу її пропозиції у професійно-кваліфікаційному та територіальному розрізі зумовлює значну міжрегіональну диференціацію зареєстрованого безробіття. Вирівняти цю амплітуду є нелегким завданням для служби зайнятості.

Є ще одна (й досить суттєва) частина наших співвітчизників, які, розчарувавшись у спроможності держави забезпечити їх право на працю, взагалі покинули межі країни, спокусившись на примарні обіцянки іноземних роботодавців, окремі з них опиняються в жахливому становищі безправних рабів.

Усі ці проблеми – виклики для України і в першу чергу для державної служби зайнятості, яка за 17 років набула практичного досвіду і здатна своєчасно та ефективно реагувати на зміни в економіці та суспільні потреби.

Певним чином їй це вдається. Насамперед завдяки посиленню ролі служби як координатора вітчизняного ринку праці, ініціативності регіональних центрів зайнятості, впровадженню сучасних технологій і методів роботи.

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

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Єсаулов В., аспірант,
Національний університет природокористування та біоресурсів України

Для України сільське господарство має особливо велике значення тому, що воно є однією з найбільших галузей національної економіки. Про це свідчить ряд важливих макроекономічних параметрів. Найважливішим серед них є частка сільського

господарства у валовому внутрішньому продукті держави (ВВП). У 1990 р. вона становила 25,6 %. За роки економічної кризи вказаний параметр почав знижуватися і вже у 1993 р. складав 21,7 %, у 1995 р. — 15,4 %, в 1999 р. —14,3 %, 2005 р. -10,4 %, 2008 - 8,3 %, 2009 р. - 8,2 % [9].

Таке істотне зниження внеску галузі у створення ВВП пояснюється переважно ціновим фактором. Незважаючи на зростання за вісім останніх років обсягів виробництва продукції майже в три рази (для домашніх господарств – більш ніж у два рази), динаміка фінансових результатів у сільському господарстві мала дуже нестабільний характер (рис. 1) [2; с. 1].

Про місце галузі в економіці країни засвідчує і той факт, що на 01.01.2010 р. сільське населення України становило 14,5 млн. чоловік, або 31,7 % від загальної кількості населення.

Відомо, що валова додана вартість по галузях визначається за поточними цінами звітного року. З цієї причини сільське господарство при визначенні ВВП попадає в нерівні умови з іншими галузями економіки. Адже до 1994 р. держава адміністративними важелями стримувала зростання цін на продукцію сільського господарства, а в наступні роки хоч від такого стримування відмовилася, все ж подальше підвищення цін стримувалося низьким платоспроможним попитом населення. Одночасно ціни на промислову продукцію стали вільними з самого початку переходу до ринкової економіки і зростали значно вищими темпами порівняно з цінами на сільськогосподарську продукцію. Саме за таких причин частка галузі у ВВП є нині істотно заниженою.

Сільське господарство відіграє важливу роль як каталізатор розвитку ринкової економіки, завдяки своїм специфічним властивостям:

- сільське господарство є висококонкурентною галуззю, оскільки в ній діє багато незалежних підприємств, що виробляють переважно ті самі товари. Досить сказати, що у 2009 р. налічувалося 42783 сільськогосподарських підприємств, що здійснювали господарську діяльність. За такої значної кількості підприємств кожне з них поставляє на ринок лише невелику частку певного виду сільськогосподарської продукції від загального обсягу її продажу. Це і є тією першопричиною, що породжує високу конкурентність між сільськими товаровиробниками. В результаті створюється ринкове середовище, що стимулює розвиток також в інших секторах економіки;

- сільське господарство України в недалекій перспективі може стати одним з головних джерел й експорту. Цьому сприяють і великі масштаби сільськогосподарського землекористування і родючі землі.

Внаслідок здійснення ринкових реформ та лібералізації зовнішньої торгівлі економіка України стала відкритою для дії чинників міжнародної конкуренції. Конкуренція являється системоутворюючою складовою, що визначає всю сукупність елементів властивих ринковій економіці. Конкуренція - це процес постійного взаємного суперництва між суб'єктами ринку, які знаходяться в одному сегменті та за допомогою товарів і послуг прагнуть завоювати визнання й отримати гроші споживачів. Конкуренції в аграрній сфері притаманні певні особливості: диспаритет цін на промислову та сільськогосподарську продукцію, який зумовлює неможливість сільськогосподарського виробництва витримувати міжгалузеву конкуренцію; відсутність суттєвих бар'єрів входу на ринок, що є причиною постійного тиску потенційних конкурентів; диференціація земельних угідь, яка може бути стійкою конкурентною перевагою і зумовлює необхідність державної підтримки підприємств, що господарюють на гірших за якістю землях; нижча зацікавленість сільськогосподарських підприємств у порівнянні з промисловими впроваджувати новітні технології через можливість збільшення обсягів виробництва без залучення нового капіталу, збільшивши продуктивність праці; відносно менша еластичність попиту і пропозиції на сільськогосподарську продукцію, внаслідок чого значення якісного фактора в конкурентоспроможності продукції буде переважити над значенням цінового фактора; нестабільність сільськогосподарського виробництва в силу його природної основи, яка призводить до підвищення ризиків і зниження інвестиційної привабливості галузі. Для стабільного функціонування сільського господарства в цих умовах особливого значення набувають питання розвитку конкурентного середовища, оскільки в ньому відображаються економічні, науково-технічні, виробничі, маркетингові можливості, як окремих господарюючих суб'єктів, так і економіки в цілому.

Конкурентне середовище являє собою сукупність ринкових умов і факторів, що визначають функціонування та відносини у процесі конкуренції підприємств, які виробляють однорідну продукцію, використовують однотипні сировину й матеріали, а також мають одне коло споживачів. Конкурентне середовище сільськогосподарського підприємства формується державною політикою та процесом конкуренції між існуючими підприємствами.

У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив. Перехід до ринкових відносин визначає необхідність формування конструктивного конкурентного середовища в аграрній сфері. Низький рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств перешкоджає створенню засад для розширеного відтворення на основі самофінансування.

У процесі еволюції теоретичних поглядів на конкуренцію вияснилось, що це поняття достатньо складне та багатогранне, чим і пояснюється наявність чисельних його визначень у працях зарубіжних дослідників, зокрема А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, П. Сраффа, Ф. Еджоурта, А. Лернера. В Україні наукові дослідження конкурентоспроможності знайшли відображення в працях вітчизняних учених – В.І. Бойка, О.Ю. Єрмакова, Ю.С. Коваленка, М.Й. Маліка, В.Я. Месель-Веселяка, Л.В. Романової, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина.

Однак більшість економістів під конкуренцією розуміють боротьбу (змагання, суперництво) суб'єктів ринку за досягнення своїх цілей: кращих, вигідніших умов поставок ресурсів, виробництва і збуту товарів, отримання якомога вищого прибутку. Тлумачні словники конкуренцію визначають достатньо спрощено - як змагання на ринку. В Законі України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (1992 р.) [7.] конкуренція трактується як змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво товарів, яких потребує споживач. Конкурентами в широкому розумінні цього поняття є, за визначенням С.І. Савчука, "будь-які два суб'єкти економіки, які взаємодіють між собою прямо чи опосередковано таким чином, що процес функціонування (діяльності) кожного з них здійснює цілеспрямовано чи спонтанно негативний вплив на процес функціонування іншого, тобто призводить до антагоністичного протиріччя інтересів взаємодіючих суб'єктів [6; с. 97]. Таким чином, в аграрному секторі, окрім сільськогосподарських виробників, участь у конкурентній боротьбі беруть суб'єкти підприємницької діяльності із суміжних галузей. У неоднаковому впливі на результати функціонування аграрного сектора різних видів конкуренції і проявляється галузева специфіка.

Виділяють наступні види конкуренції: досконалу, монополістичну, олігополістичну та чисту монополію. У зв'язку з цим

розглядаються не форми прояву суперництва, а ситуації, які можуть виникнути на ринку залежно від кількості і поведінки конкурентів. Сільське господарство для сучасної економіки може служити прикладом досконалої конкуренції [3; с. 16, 52]. Аграрний ринок характеризується великою кількістю продавців товару, кожен з яких має незначну частку в загальному товарообігу. Представлена на ринку продукція однорідна, контроль за цінами на неї з боку виробників практично відсутній. Сільськогосподарські підприємства не впливають одне на одного, а реагують на загальні ринкові умови. Тому рівень конкуренції безпосередньо між окремими сільськогосподарськими виробниками досить низький, а здебільшого – взагалі відсутній. Але банкрутство численних сільськогосподарських підприємств розглядається як наслідок конкуренції в аграрному секторі.

Особливістю конкурентного середовища в сільському господарстві є суперництво не в самій галузі, а всередині ланцюга створення цінності. Ланцюг утворюють: "постачальник ресурсів – виробник –посередник – споживач цінності (товару)". За визначенням Н.П. Тарнавської, конкуренція всередині такого ланцюга ведеться між його суб'єктами за досягнення максимальної частки тієї винагороди, яку одержує весь ланцюг" [4; с. 37]. Використання суб'єктами із суміжних галузей свого монопольного становища вважається однією з причин критичного стану аграрних підприємств.

Вітчизняні сільгоспвиробники потерпають і від опосередкованої конкуренції. Представники різних сфер бізнесу змагаються за земельні ділянки для розміщення своїх підприємств, за доступ до фінансових ресурсів (зокрема, банківських кредитів), за трудові ресурси тощо. Негативними наслідками опосередкованої конкуренції є труднощі сільськогосподарських підприємств з отриманням кредитів, відтік з галузі трудових ресурсів. Значні втрати мають сільськогосподарські підприємства у результаті міжгалузевої конкуренції. Цей вид конкурентних відносин становить собою змагання не між виробниками за споживача, а між капіталом за власність на привабливих сегментах ринку, тих, де склалася можливість одержати високу норму прибутку. Негативним результатом впливу міжгалузевої конкуренції на сільське господарство країни стала стрімка деградація матеріально-технічної бази галузі через низьку інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств. У 2008 році в сільське господарство було інвестовано тільки 7,2 % від загальних інвестицій в національне господарство.

Постійний вплив на конкурентні відносини в сільському

господарстві мають природно-кліматичні умови. Сприятливі природно-кліматичні умови створюють додаткові преференції сільгоспвиробникам в окремих регіонах і територіях. Як наслідок, темпи зменшення кількості і ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств у районах з гіршими для аграрного виробництва умовами були значно більші, ніж у районах, де ці умови кращі. У результаті формуються депресивні сільські території. Подолання негативного впливу природно-кліматичних умов можливе за рахунок спеціалізації сільськогосподарського виробництва та його державної підтримки. Відповідні заходи передбачені в Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року. Вони зорієнтовані на управління використанням ресурсного потенціалу аграрного сектора, яке є одним зі стратегічних інструментів підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Особливості конкуренції в аграрному секторі пов'язані з виробленою в галузі продукцією. Вона характеризується відносно невеликою кількістю споживчих характеристик таких як: фасування, упаковка, промоційний супровід, торгова марка, які враховують за нецінової конкуренції і мають практичне значення. Слід також зазначити, що переважну більшість цієї продукції реалізується гуртовим покупцям – на переробні (заготівельні) підприємства, посередникам. Конкуренція на гуртових ринках принципово різниться від конкуренції на ринках роздрібних: тут значно менше сегментів споживачів, відповідно менша потреба в диференціації товарів.

Особливістю діяльності аграрного сектору є суттєві коливання у загальному обсязі валової продукції сільського господарства часток окремих категорій виробників – підприємств і господарств населення. Незважаючи на специфічний статус господарств населення (вони не належать до суб'єктів підприємницької діяльності, а значна їх частина взагалі не реалізовує вироблену продукцію), їх, безумовно, слід вважати суб'єктами конкурентних відносин. Економічне суперництво між сільськогосподарськими підприємствами і господарствами населення є очевидним і його можна класифікувати як внутрігалузеву конкуренцію в аграрному секторі. Та якщо з боку підприємств простежуємо дії, що підпадають під визначення конкурентної стратегії, тенденції розвитку господарств населення визначаються насамперед соціально-економічними і демографічними процесами в суспільстві. Валова продукція сільського господарства за період 2000 - 2008 років по категоріях господарств представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Валова продукція сільського господарства [8].

(усі категорії господарств; у порівнянних цінах 2005 року, мільйонів гривень)

Роки	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всього	77889,4	92530,7	92585,6	94894,6	88768,5	03977,9	102092,6
У тому числі:							
Сільсько-господарські підприємства	26478,0	32914,0	33802,4	37008,2	35439,8	47865,4	45780,4
Господарства населення	51411,4	59616,7	58783,2	57886,4	53328,7	56112,5	56312,2

Динамічні якісні і кількісні зміни у ринковому середовищі не можуть не позначитися на природі конкуренції. Трансформації зазнають і конкурентні відносини у вітчизняному аграрному секторі. Особливо помітними є зміни, пов'язані з глобалізаційними процесами в економіці. Процеси глобалізації супроводжуються інтеграцією ринків та технологій, що забезпечує високу мобільність економічних суб'єктів. Серед останніх у конкурентному середовищі зазнають поразки менш ефективні, пасивні у запровадженні нових технологій, нездатні усвідомлювати зміни параметрів споживчого попиту і задовольняти його вимоги з мінімальним використанням трудових ресурсів та капіталу.

Проявом глобалізаційних процесів є вступ України до Світової організації торгівлі. Членство у ній посилить участь вітчизняних сільськогосподарських виробників у міжнародній конкуренції.

Однією з рис глобалізації є інтернаціоналізація інституційної структури світової системи продовольчих ринків, що супроводжується посиленням впливу міжнародних організацій (Світова організація торгівлі, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд, ЄС, ФАО та ін.) та транснаціональних корпорацій. Конкурентна політика повинна базуватися на принципах захисту конкуренції та інтересів споживачів. Угоди, що визначають торговельні відносини між партнерами в агропродовольчій сфері, можуть негативно впливати на обсяги продовольчих товарів в обігу, ціни та інші параметри. Тому важливо враховувати передовий досвід формування конкурентної політики в агропромисловому комплексі.

Конкурентна політика в ЄС базується на принципах, що мають на меті захист конкуренції та інтересів споживачів. Розділом 81 Угоди

про ЄС забороняються договори, які можуть впливати на торговельні відносини між країнами-членами і мають на меті обмеження або порушення конкуренції в межах спільного ринку.

Конкурентні переваги аграрного сектору багатьох країн значною мірою підтримуються за допомогою механізмів субсидування. Зокрема, статтею 33 Угоди про ЄС передбачається забезпечення справедливих доходів для сільськогосподарських виробників шляхом створення організації спільної системи продовольчих ринків, застосування єдиного механізму ціноутворення та інтервенційних заходів.

В конкурентній політиці ЄС стосовно аграрної сфери знайшло відображення важливість фінансової підтримки товаровиробників, інституціонального забезпечення ринку, багатофункціональної ролі сільського господарства, розвитку сільських районів та захисту довкілля.

Підтримка динамічної конкурентоспроможності агропромислового комплексу вимагає миттєвої реакції на зміни кон'юнктури системи глобальних продовольчих ринків. За останні роки значною мірою збільшилися експортні поставки зернових культур, молокопродуктів та яєць; значними темпами зростав імпорт цукру і кондитерських виробів, жирів рослинного і тваринного походження, риби, а також плодів. Рівень співвідношення експортних та імпортних цін є опосередкованим свідченням низької конкурентоспроможності та недостатньої наукоємності продукції вітчизняних виробників.

Для забезпечення економічної безпеки держави недостатньо виробляти великі обсяги стандартизованої сільськогосподарської продукції. В умовах глобалізації, коли боротьба ведеться за кінцевого споживача, вивезена сировина може повернутися до країни-експортера у вигляді продуктів промислової переробки. Для конкурентоздатного аграрного сектору притаманна спроможність підтримувати високий рівень чистого експорту за умов сталого попиту на продовольство з боку вітчизняних та зарубіжних споживачів, а також пристосування до змін кон'юнктури системи глобальних ринків. Важливо забезпечити глобальну конкурентоспроможність як первинних виробників, так і підприємств інших сфер агропромислового комплексу.

Не менш важливими є наслідки міграції капіталу, технологій і робочої сили. Вони змінюють можливості досягнення окремими країнами конкурентних переваг. Зокрема, П. Друкер у книзі "Завдання менеджменту в XXI столітті" зазначає: "…Неможливо далі будувати

підприємницьку діяльність й економічний розвиток країни на використанні дешевої праці. Як би мало компанії не витрачали на зарплату своєму персоналу, вони – за винятком найменших і найбідніших… навряд чи зможуть вижити (не кажучи вже про процвітання), якщо не досягнуть найближчим часом рівня продуктивності лідерів індустрії, у якій частині світу ті б не знаходилися" [1; с. 92]. Таким чином, відносно низькі витрати на робочу силу за низької продуктивності праці не можна вважати проявом стійких конкурентних переваг вітчизняного аграрного сектора. Для досягнення конкурентних переваг сільськогосподарським товаровиробникам, як і представникам інших галузей, доводиться орієнтуватися на сучасні технології, інтенсивне впровадження новацій. Це потребує значних витрат, здійснювати які переважна більшість сільськогосподарських підприємств сьогодні не має змоги.

У наукових публікаціях вказано на трансформацію ролі споживачів у конкурентних відносинах. Запити споживачів урізноманітнюються й індивідуалізуються, вони прагнуть самостійно вибирати для себе певну цінність (або її складові з можливих альтернатив) і цим самим впливають на товарну політику підприємств і ціну товару [8; с. 35]. Зокрема, споживачі прагнуть отримати повнішу інформацію про наявність у продуктах харчування генетично модифікованих компонентів, використання у виробництві сировини, з якої вони виготовлені, агрохімікатів. Зростає попит на продукцію органічного сільськогосподарського виробництва.

Агровиробники дедалі частіше розглядають як засіб досягнення конкурентних переваг диференціацію товару, яка, за визначенням М. Портера, передбачає забезпечення споживачів унікальною і більшою цінністю у вигляді нового товару, особливих споживчих властивостей [5; с. 56]. У результаті збільшується асортимент продукції, представленої на вітчизняному аграрному ринку. Розширення асортименту виступає інструментом нецінової конкуренції.

Особливості прояву конкурентного середовища в аграрному секторі можна розділити на дві групи – зумовлені специфікою галузі та станом економіки країни загалом. Перші мають відносно постійний характер, інші – трансформуються під впливом макроекономічних і суспільних чинників. Специфічною особливістю конкуренції в сільському господарстві є суперництво всередині ланцюга створення цінності – між сільськогосподарськими виробниками та їх представниками із суміжних галузей. Трансформування конкурентних відносин в аграрному секторі призведе до зміни конкурентних

стратегій сільськогосподарських підприємств, що вимагає нових підходів до управління їх конкуренто-спроможністю.

Література.

1. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ.: уч. пос. / Питер Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2000. – 272 с.

2. Єрмаков О.Ю, Розвиток оптових ринків в Україні як умова ефективного функціонування аграрних виробників.

3. Трейси М. Сельское хозяйство и продовольствие в экономике развитых стран: Введение в теорию, практику и политику / М. Трейси.; пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – 431 с.

4. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств : теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

5. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : монография / С. И. Савчук ; под науч. ред. акад. НАН Б. В. Буркинского. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с.

6. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

7. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 36. – С. 164.

8.Сільське господарство України за 2008 рік : стат. щорічник — К. : Держкомстат України, 2009.

9. http://www.worldbank.org

Науковий керівник – д. е. н., професор Єрмаков О. Ю.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Кобрін Л.М., здобувач,
Львівський національний аграрний університет

Важливими завданнями економіки на сучасному етапі є призупинення спаду агропромислового виробництва, стабільне та безперебійне забезпечення населення продуктами харчування згідно з рекомендованими нормами, підвищення купівельної спроможності громадян та ін. Виконати ці завдання можна лише за умов формування цивілізованого ринку продовольства, невід'ємною складовою якого є ринок молока та молочних продуктів.

Підвищення економічної ефективності виробництва молока пов'язане насамперед із зниженням його собівартості на основі підвищення продуктивності корів і праці в галузі, скорочення витрат на корми, паливо, електроенергію в розрахунку на одиницю продукції.

Нині національний ринок молока та молокопродуктів через свою неврегульованість соціальну функцію виконує не сповна. Загальне зменшення виробництва і заготівлі молока, поряд з ускладненням взаємовідносин між сільськогосподар-ськими товаровиробниками і переробними підприємствами призвели до скорочення щорічного споживання молока та молокопродуктів в розрахунку на одну особу.

В останні роки відбулися помітні структурні зрушення як у сфері виробництва молока (зростання питомої ваги приватного сектора), так і в структурі каналів реалізації молока (зменшення питомої ваги закупівлі підприємствами молочної промисловості і збільшення частки реалізації на ринку). Аналіз цінової ситуації, що склалась, свідчить, що виробнику краще продавати молоко на ринку та у власних магазинах. Найвигідніший канал – це заготівля молока переробними підприємствами молочної промисловості.

Однак нині переробні підприємства є найбільш надійними партнерами на ринку молочної продукції. Потрібне лише удосконалення механізму економічних взаємовідносин між даними ланками виробничою процесу. Для цього необхідно здійснити відповідні організаційні та науково-технічні заходи на підприємствах, спрямувавши їх на підвищення якості продукції до рівня вимог світового ринку, а також подбати про розширення асортименту, насамперед випуску тієї продукції, яка користується попитом. Важливою проблемою є збут молочної продукції сільськогосподарськими товаровиробни-ками, особливо господарствами приватного сектора. Тому необхідно покращити організацію заготівлі молока в них через молокоприймальні пункти, відновивши функціонування багатьох з них, та створити нові, і, насамперед, у віддалених від районних і промислових центрів селах, а також за договорами з господарствами суспільного сектора.

Товарний ринок молока і молокопродуктів має специфічні особливості, пов'язані з їх властивістю – малотранспорта-бельністю і непридатністю до тривалого зберігання. Тому повинен бути створений стабільний ринок збуту для виробника протягом всього року, гарантоване надходження молочної сировини на молокопереробні підприємства і відповідно безперебійне

забезпечення населення продуктами щоденного попиту: незбираним молоком, кисломолочною продукцією, сиром, сметаною та ін. При цьому всі ланки технологічного ланцюга: «виробництво - заготівля - переробка - реалізація продукції» повинні функціонувати скоординовано і ритмічно.

Встановлено, що в ринкових умовах вибір каналів реалізації молока та молокопродукції зумовлюється такими чинниками: кон'юнктурою і ступенем відкритості місцевих ринків молочної сировини і молокопродуктів, наявністю власних потужностей з переробки молока, мережею заготівельно-збутових кооперативів на селі і, головне, взаємовигідною для всіх суб'єктів ринку системою реалізації молока та молокопродуктів.

Ринок молока та молокопродуктів виступає як система товарно-грошових відносин, що виникають між покупцем і продавцем, яка включає механізм вільного ціноутворення, вільного підприємництва, рівноправності та конкуренції суб'єктів господарювання у боротьбі за споживача. В системі реалізації продукції на основі дії ринкових законів формується ринкова ціна, яка врівноважує попит і пропозицію, регулює обсяг молока і асортимент молочних продуктів, впливає на розвиток виробництва і є основним регулятором молочарського агробізнесу. Водночас ринкова система виступає регулятором господарської діяльності підприємств.

Встановлено, що формування цін на молочну сировину значною мірою має сезонний характер, тобто залежить від співвідношення попиту і пропозиції по періодах року та від платоспроможності населення. Максимальне зниження цін на молоко в Україні припадає на літні місяці, коли формуються найбільші обсяги пропозиції молока. В осінньо-зимовий період, коли надої молока порівняно низькі, ціни реалізації, навпаки, підвищуються.

Дослідження свідчать, що економічний механізм щодо формування ціни на молоко стосовно сільгосподарських товаровиробників – постачальників сировини неповною мірою враховує збалансованість цін, які б забезпечували належну прибутковість для розширеного ведення сільськогосподарського виробництва на інноваційній основі.

Література.

1. Пастернак Х. І. Особливості формування ринку молока і молочних продуктів у Львівському регіоні / Х. І. Пастернак // Економіка АПК. – 2005. – № 6. – С. 104-106.

2. Шафалюк О. Особливості структури споживання і конкуренції на ринку молокопродуктів України / О. Шафалюк // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 4. – С. 4-10.

3. Тивончук Я. О. Формування та розвиток ринку молока і молокопродуктів в Україні / Я. О. Тивончук // Економіка АПК. – 2008. – № 12. – С. 131-136.

Науковий керівник –д.е.н., професор Черевко Г.В.

СУТНІСТЬ БІОЕНЕРГЕТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА НЕОБХІДНІСТЬ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

Колпаченко Н.М., аспірант,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Щороку гостріше стає питання енергетичної та екологічної безпеки нашої держави. Поряд з цим збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію вимагає ведення більш ефективного виробництва з урахуванням раціонального використання природних ресурсів.

Необхідність розвитку альтернативних джерел енергії викликана низкою взаємопов'язаних причин. Зростання чисельності населення вимагає збільшення обсягів виробництва продуктів харчування, продукції промисловості, збільшення потреб у енергоносіях, вичерпування традиційних джерел енергії, забруднення довкілля тощо.

Україна належить до енергодефіцитних країн, щорічне споживання паливно-енергетичних ресурсів складає 200 млн. т. у. п. Власні потреби в енергоспоживанні країна покриває на 53 %, при цьому природного газу імпортується 75 %, сирої нафти і нафтопродуктів – 85 %. Вирішити питання енергетичної безпеки держави можливо за умови розвитку біоенергетичного потенціалу України.

Проблеми формування біоенергетичного потенціалу висвітлені в наукових працях та дослідженнях таких вчених, як О. Адаменка, В. Долинського, Г. Гелетухи, П. Саблука, В. Месель- Веселяка, Г. Калетника, О. Шпичака, С. Кваші, Х. Штрубенхоффа та інших учених.

Неефективне використання наявних традиційних джерел енергії, відсталі технології, розвиток енергомістких галузей господарювання, постійне здорожчання енергоносіїв призвели до енергетичної кризи держави. Тому пошук альтернативних джерел енергії залишається важливим питанням сьогодення.

До альтернативних джерел енергії відносять поновлювані джерела, до яких належать енергія сонячного випромінювання, вітру, морів, річок, біомаси, теплоти Землі та вторинні енергетичні ресурси, що існують постійно або виникають періодично у довкіллі. На сьогодні саме біоенергетичний потенціал можна виділити як найбільш перспективний та екологічно небезпечний по зрівнянню з викопними вуглеводами.

Біопаливо включає біогаз, біодизель та біоетанол. Основними джерелами видобутку біомаси є вирощування енергетичних культур, відходи продукції рослинництва та тваринництва, деревина та її відходи.

Слід зазначити, що в різних країнах для виробництва біопалива використовують різні культури. Наприклад, у Франції це кукурудза, пшениця, цукрові буряки йдуть на виробництво біоетанолу; у Німеччині біодизельне паливо виробляють з ріпаку.

Для виробництва біодизелю в Україні найбільш раціонально використовувати насіння ріпаку, соняшнику та сої. В 2009 році під ріпаком було зайнято 1060 тис. га, соняшником 4232 тис. га, соєю – 644 тис. га. За цей період було вироблено 1873 тис. т. ріпаку, 6364 тис. т соняшнику та 1044 тис. т сої. Середня урожайність по цим культурам склала 16,8 ц/га.

За рахунок підвищення урожайності олійних культур до 25-30 ц/га й оптимізації структури посівних площ може досягти валового виробництва їх на рівні 12 млн.т. Якщо при використанні цієї ж кількості на фонд споживання 2 млн.т., то на виробництво біодизелю може бути використане 10 млн.т. насіння, що дає змогу виробляти близько 3 млн.т. біодизель, при потребі сільського господарства близько 2 млн.т.

Лише в Україні щорічна потреба в бензині та дизельному паливі для автотранспорту становить 12 млн т та 15 млн т відповідно. Враховуючи те, що кількість автомобілів щороку зростає, дуже скоро постане питання щодо ресурсозбереження та пошуку альтернативних джерел енергії. Для вирішення цієї проблеми слід враховувати досвід країн ЄС, Бразилії та США, які в останні роки активно використовують біоетанол в якості паливної домішки. В нашій державі

етанол виробляється у спиртовій промисловості як один з продуктів переробки відходів бурякоцукрового виробництва – меляси. За умови перепрофілювання наявних потужностей 8 спиртових заводів концерну «Укрспирт» можна було б виробляти від 100 тис. т до 280 тис. т біоетанолу в рік. В результаті Україна може отримати додаткові надходження до держбюджету, створити додаткові робочі місця, гарантувати сільгоспвиробникам стабільний збут продукції.

Біогаз є ще однією складовою біоенергетичного потенціалу. У сільському господарстві основним джерелом його видобутку є відходи тваринництва, а саме – гній. За деякими розрахунками в 2011 році маємо можливість отримати до 152 т гною при існуючому поголів'ї тварин. Якщо третю частину цього гною направити на виробництво біогазу, отримаємо його 3100 млн м^3.

Та існує ряд протиріч, пов'язаних з розвитком біоенергетики. Так, деякі вчені зазначають, що розширення площ посівів для вирощування енергетичних культур можуть призвести до продольчої кризи. Тому необхідним є комплексний підхід у вирішенні енергетичних та продовольчих питань, виважене регулювання та обґрунтована система підтримки з боку держави.

Попит з боку країн ЄС є важливим мотиваційним аспектом для вітчизняних сільгоспвиробників щодо вирощування енергомістких культур. Але нестабільна політична ситуація стримує аграріїв, які не мають впевненості в впровадженні певних обмежень. Положення Директиви ЄС 2009/28/ЄС «Про стимулювання використання поновлюваних видів енергії» від 23 квітня 2009 року ставлять під загрозу експорт ріпаку з України до країн ЄС. З 1 липня 2010 року необхідною умовою для експортерів стає сертифікація сировини, що призведе до подорожчання продукції.

Слід враховувати, що сьогодні Україна є постачальником головним чином сировини для виробництва біопалива у країни Європи. Так, за даними Міністерства аграрної політики України на 22 січня 2010 року було експортовано 1668,67 тис. т ріпаку.

Наразі недостатньо переробних потужностей для виробництва біопалива в межах держави. Необхідно залучати інвесторів для розвитку цієї галузі, та держава не дає чітких гарантій, тим самим затримує розвиток біопаливної галузі. Та при впровадженні чітких норм та правил можемо за досить короткий час стати експортерами вже готового кінцевого продукту у вигляді біопалива.

Україна має всі передумови стати енергетично незалежною державою. Достатня кількість сільськогосподарських угідь, наявні

виробничі потужності вже на теперішній час дають змогу виробляти достатню кількість енергоресурсів. За умови підтримки держави, вдосконалення законодавчої бази та залучення інвестицій ці можливості збільшуються в рази.

Література.

1. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» від 20 лютого 2003 р. № 555-IV.

2. Шпичак О.М. Економічні проблеми виробництва біопалива та продовольча безпека України / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2009. - №8. С. 11-19.

3. Калетник Г.М. Розвиток ринку біопалив в Україні: монографія / Г.М. Калетник. – К.: Аграр. Наука, 2008. – 461 с.

4. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку // Інформаційно-аналітичний збірник / За ред. П.Т. Саблука та ін. – 2003. – Вип. 6. – 764 с.

5. Месель-Веселяк М.Я. Формування самозабезпечуючих енергетичних систем у сільському господарстві / М.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2010. - № 12. С. 31-37.

Науковий керівник –професор Мазнєв Г.Є.

СИТУАЦІЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА

Левкіна Р.В., к.е.н., доцент, Вознюк Д.Ю., студент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Прагнення України до світової інтеграції зумовлює необхідність вирішення низки завдань, що стоять перед урядом країни в різних галузях економіки, в тому числі перед аграрним сектором. Досвід інших країн свідчить про переваги зовнішньоекономічної діяльності для ефективної реалізації економічного потенціалу країни. Проте поряд з перевагами існує і ряд проблем, які виникають і впливають на економіку країни, в тому числі, залежність від світових кризових явищ. Тому оцінка цінової ситуації на світовому продовольчому ринку та аналіз її наслідків на сучасному етапі є актуальним та визначає **мету** роботи.

Зростання світових цін на продовольство у 2006 р. спричинило кризову ситуацію в усьому світі, що ускладнило забезпечення продовольчої безпеки та викликало жорсткі сутички в країнах. Дана

проблема носить глобальний характер, хоча найбільше посраждали країни Африки. Провідні світові організації почали приймати заходи щодо нейтралізації таких наслідків. Індекс цін на продовольство виріс у 2006 р. на 7 %, а у 2007 р. – на 27 %, у 2008 р. – на 31 %. Збільшення ціни можна було б віднести до фінансових процесів, в тому числі, пов'язати з падінням курса долара – валюти, в якій звичайно встановлюються світові ціни на продовольство на провідних товарних біржах. Взаємозв'язок між обмінними курсами та цінами на сировинні товари є фактором, що ускладнює ситуацію.

Не можна сказать, що сучасні події є новими. Аналогічна ситуація відбувалася і сорок років тому. Але аналогічною вона є на перший погляд. За два десятиліття до продовольчої кризи 70-х років виробництво зерна у країнах, що розвиваються збільшилося на 80 %. Зелена революція призвела до підвищення продуктивності праці та зростання посівних площ. Але у 1972 р. посіви у більшості країн постраждали від несприятливих погодних умов і вперше світове виробництво продовольства скоротилося на 33 млн т. В таких умовах для забезпечення населення продовольством не вистачало 24 млн. т. У 1973 р. знову чергове скорочення внаслідок зростання ціни на нафтопродукти у чотири рази. Результатом стало зростання ціни на сільськогосподарську продукцію. Зелена революція опинилася під загрозою, бо її успіхи значною мірою залежали від використання пестицидів та азотних добрив, що вироблені із нафти. Несприятливі погодні умови 1974 р. та розрахунки за імпорт нафти у Канаді, Радянському Союзі, Сполучених Штатах Америки та більшості країн Азії сприяли отриманню найменших за обсягами світових запасів зерна. Намагаючись підтримати сприятливі ціни на внутрішньому ринку уряд США ввів ембарго на вивіз пшениці до соціалістичних країн, в тому числі, Радянського Союзу. Так ціни у 1974 р. досягли максимума і протрималися на цьому рівні більше пяти років до 80-х рр. Період з 1980 по 2000 рр. характеризувався певною стагнацією цін, що закінчився повільним зростанням їх в середньому на 1,3 %. до 2006 р. Зростання цін у останні роки є різким протиставленням довгостроковому зниженню на сировинні товари у 1995 - 2002 рр., коли навіть з боку урядів розвинених країн світу лунали заклики щодо відродження міжнародних год по сировинним товарам [1, 2].

Деякі експерти вважають, що підвищення внутрішніх цін в країнах під впливом світових цін залежить від курса національної валюти та низки інших факторів, таких як імпортні тарифи та нетарифні обмеження торгівельної діяльності, інфраструктура та

структура національних ринків, які впливають на ступінь передачі впливу ціни. Оскільки більшість цін на сировинні товари зазвичай визначається у доларах США, його дефолт сприяє зменшенню вартості сировинних товарів для країн, валюта яких стабільніша та пом'якшує ситуацію на внутрішньому ринку. Навпаки, країни зі слабкою національною валютою та високим рівнем інтеграції до світової спільноти відчувають на собі зростання закупівельних цін на продовольство. Особливо актуальне це питання для пост-соціалістичних країн та тих, що розвиваються, бо рівень розвитку їх економіки не дозволяє говорити про самозабезпечення основними видами продовольства.

На сучасному етапі світові ціни на всі види сільськогосподарської продукції зростають, але рівень підвищення значно відрізняється в залежності від виду товара. Так, світові ціни на основні продовольчі товари, наприклад, зернові, насіння олійних культур, молочні продукти зросли набагато більше ніж ціни на каву, какао, бавовну та каучук. Тому країни, експортоорієнтовані на дані товари, отримали кращі умови для реалізації, хоча не порівняні із ціною на імпортне продовольство. Більшість країн, що розвиваються є чистими імпортерами продовольства, що привело серьйозного платіжного дисбалансу країн.

На думку деяких науковців стрімке підвищення ціни свідчить про «закінчення ери дешевого продовольства» [1]. Інші розглядають його як продовження світової фінансової кризи або початок світової продовольчої кризи [1, 3]. На користь останніх свідчить світова статистика. На відміну від тимчасових ситуацій на світових сільськогосподарських ринках, коли періодично відбуваються коливання цін, тепер ціни впевнено повзуть вгору і тримаються набагато довше. Особливістю сучасного етапу є одночасний підйом цін на всі основні види продовольства та сировини. Крім того, коливання цін більші, особливо на зернові та олійні культури. Так у 2008 р. зміни у ціні на пшеницю та рис досягнули рекордного рівня (індекс зміни ціни на пшеницю в два рази перевищів аналогічний індекс у попередній рік, а на рис – навіть у пять разів). Така тенденція не обмежилася лише зерном. Ціна на рослинні жири, продукцію тваринництва та цукор мали також значні коливання та спричинили у ряді країн ціновий бум.

Наслідком складної ситуації на світому ринку є невизначенність, яка ускладнює прийняття рішень між продавцем та покупцем. Це обмежує доступ виробників до кредитних ринків та призводе до

впровадженя у виробництво ризикованих технологій замість науково обґрунтованих нововведень та підприємницьких рішень. Крім того, чим вищі та непередбачувані коливання ціни, тим вище вірогідність спекулятивних операцій на фючерсних ринках, що дестабілі-зують ситуацію на готівковому ринку. Хоча коливання цін можуть привести до тимчасової вигоди окремих організацій чи навіть країн, вони одночасно збільшують вартість імпортованої сировини та факторів сільськогосподарського виробництва. Як наслідок цього може бути дестабільна ситуація щодо курсу національної валюти країн та погіршення їх макроекономічних показників.

Вважаємо, що високий рівень інтеграції країни до світового господарства має як позитивні, так і негативні наслідки. Негативні наслідки проявляються у поступовому звужені спеціалізації на тих товарах, які формують її конкурентоспроможність, та відмові від традиційних, в тому числі, продовольчих товарів. Висока залежність таких країн від кон'юктури світого ринку робить їх вразливими. Тому на сучасному етапі залишається приорітетним завдання щодо формування продовольчої безпеки країн, незважаючи на рівень розвитку їх економіки та місця у міжнародному поділі праці.

Література.

1. Гончаров Ю.В. Світ. Європа. Україна: Трансформація економіки та інтеграція Ю.В. Гончаров, Ю.О. Петін, О.М. Сальник. – К.: Знання України, 2007. – 504 с.

2. Саблук П.Т. Глобалізація та продовольство П.Т. Саблук.– К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 628 с.

3. Состояние мировых рынков сельскохозяйственной продукции: Отчет Продовольственной и сельскохозяйственной организации. – Ч.2. - 2009. – 38 с.

ВИРОБНИЦТВО ЦУКРУ В УКРАЇНІ

Мігачова Ю., Приходько І., студенти,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Існує істотний брак багатьох ресурсів, необхідних для розвитку української цукрової промисловості. Це, насамперед, капітал, енергія та добрива. За кожен КВт енергії, кожну тонну добрив, витрачені на виробництво цукру в Україні, треба заплатити, до того ж їх уже не можна буде використати в інших галузях. Те саме стосується й кожної гривні інвестицій. Виграє чи програє Україна від того, що ці обмежені ресурси буде використано саме на виробництво цукру, а не на інші

цілі, залежить від відносної конкурентоспроможності виробництва цукру.

Ми бачимо, що площі посівів цукровими буряками скоротилися з 1605 тис. га у 2009 році до 747 тис. га у 2010 році. Врожайність цукрових буряків знизилась з 276 ц/га у 2009 році до 177 ц/га у 2010 році. Валовий збір зменшився з 44264 млн тонн до 13199 млн тонн у 2010 році[1,с.62].

Сприятливі агрокліматичні умови, які переважають в Україні, також автоматично не гарантують конкурентоспроможність. По-перше, високі врожаї цукрових буряків самі по собі не є достатньою умовою для, конкурентоспроможності виробництва цукру, бо кінцевий продукт – цукор – являє собою поєднання виробництва цукрового буряку та його переробки. Без ефективної переробної промисловості, навіть найкращі врожаї буряку не принесуть користі.

По-друге, високоякісні українські грунти також обмежені. Поля, які можуть давати 80-90 т цукрового буряку з гектара, можуть також давати найвищі врожаї, скажімо, пшениці, соняшнику чи інших культур. Рішення про те, щоб засіяти гектар насінням цукрових буряків, одночасно є рішенням не засівати цей гектар насінням пшениці чи якоїсь іншої культури.

Якщо прибуток, що його можна одержати від пшениці чи іншої культури, перевищує прибуток від цукрового буряку, тоді це рішення не є оптимальним з економічного погляду, хоч яким вражаючим буде врожай цукрового буряку з чисто агрономічної точки зору.

Виробництво цукру в Україні буде конкурентоспроможним лише тоді, коли доходи від продажу цукру на міжнародному ринку перевищуватимуть сумарні витрати на виробництво цього цукру, оцінені у світових цінах. Визначити відповідні світові ціни на цукор та такі фактори виробництва, як енергія чи добрива, відносно легко, оскільки ці продукти добре визначені, достатньо гомогенні, крім того вони продаються на міжнародному ринку. А от визначити світові ціни на такий фактор виробництва, як земля, набагато складніше, бо земля не продається на міжнародному ринку. У таких випадах економісти застосовують концепцію оптимальних витрат.

Оптимальною витратою щодо певного фактора виробництва є прибуток, який він може принести при найкращому можливому альтернативному використанні. Звідси, оптимальною витратою гектара землі, що використовується для виробництва цукру, є найвищий прибуток, який може принести цей гектар, якщо на ньому посадити якусь іншу культуру, наприклад, пшеницю[2,с.4].

Отже, відродження та подальший розвиток цукробурякового підкомплексу України потребує комплексної системи постійних і довгострокових заходів на рівні державної програми з відповідними законодавчими і регулюючими механізмами. Для розв'язання проблеми необхідно забезпечити структурні, функціональні, енергетичні, сировинні та інвестиційні зміни. Щодо конкретних пропозицій до вирішення проблем можна запропонувати наступні дії:

- розробка програм реструктуризації та технічного переобладнання галузі;
- формування державної політики в сфері виробництва цукрових буряків і цукру та оптової торгівлі цукром, спрямованої на захист економічних інтересів держави, прав споживачів і вітчизняних товаровиробників;
- розробка і здійснення програм організації виробництва обладнання, приладів, машин та систем для підприємств бурякоцукрового комплексу;
- розробка нормативно-законодавчої бази щодо формування і подальшого функціонування ринку цукру;
- інтеграція товаровиробників і переробників цукросировини з метою збільшення обсягів виробництва цукрових буряків, здешевлення їх вартості та підвищення якості;
- ініціювання заходів для запобігання незаконного ввезення цукру, цукромісних продуктів та насіння цукрових буряків;
- розробка спільної програми дій на цукровому ринку країн СНД з метою визначення концепції і вироблення загальної стратегії його формування.
- співпраця із спілками цукровиробників та трейдерами ринку цукру країн СНД та країн далекого зарубіжжя;
- вивчення і розповсюдження передового світового досвіду в галузі буряківництва та цукроваріння[3,с.73].

Література.

1.Темчук – Топіха Н. С. Особливості в галузях економіки // Економіка АПК -2009.-№4.-с. 60-63

2.Ульків Л.А. Організація та технологічні особливості виробництва продукції рослинництва // Економіка АПК – 2010.-№9.-с. 3-5

3.Тарасенко І.А. Основні ідеї розвитку виробництва продукції рослинництва //Економіка АПК.-2010.-№8.-с. 72-74

Науковий керівник – Півень А.В.

ВИРОЩУВАННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Мігачова Ю., Приходько І., студенти,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В нових умовах господарювання підприємства країни, у тому числі і сільськогосподарські, намагаються пристосуватись до ринкових відносин. Така адаптація підприємств вимагає від них вести свою господарську діяльність зі зниженням витрат шляхом раціонального використання усіх людських, фінансових і земельних ресурсів.

Однією з причин нестабільності виробництва сільськогосподарської продукції в Україні є недотримання технологічної дисципліни, що обумовило різке зниження урожайності сільськогосподарських культур. У багатьох підприємствах мають місце порушення сівозмін, нехтування необхідністю та своєчасністю виконання всіх технологічних операцій, результатом чого є суттєві недобори біологічного урожаю та прямі втрати вирощеної продукції, зниження якості, підвищення затрат. Втрачено науково обґрунтовану нормативну базу оперативного та перспективного планування, що негативно впливає на результати діяльності сільськогосподарських підприємств, особливо у сучасних умовах. Тому першочергова проблема для агроформувань – підвищення технологічного рівня виробництва сільськогосподарської продукції, а також використання економічних методів господарювання. Основою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва є впровадження сучасних технологій та нормативів.

Соняшник – одна з найголовніших олійних культур, що вирощується в Україні. Вміст олії в його насінні завдяки успіхам селекції за останні чотири десятиріччя суттєво збільшився. Соняшникова олія – висококалорійний харчовий продукт, який має дуже хороші смакові якості, широко використовується в харчовій промисловості. Одиниця соняшникової олії по поживності рівноцінна восьми аналогічним одиницям картоплі, чотирьом – хліба, двом – трьом одиницям цукру. Вона містить в середньому близько 90% ненасичених жирних кислот, а також 10% насичених. В соняшниковій олії в більшій мірі, ніж у тваринних жирах, міститься вітамін Є (токоферол), який надає олії антиокислювальні якості. В олії отриманій із насіння сучасних широко розповсюджених високо олійних сортів соняшнику, в порівнянні з низько олійними, більше

ліноленової кислоти і вітаміну Є.

Певну господарську цінність мають також стебла зібраного соняшнику. Так, дослідження, які проводили в США, показали, що вони можуть служити сировиною для виготовлення деревоволокнистих плит.

Проведені розрахунки показують, що при дотриманні рекомендованих технологій при урожайності насіння 25ц/га один гектар посіву соняшника дає 12ц олії, 8ц шроту (відповідає 3ц білка), 5ц лузги (можна виробити 0,7ц дріжджів), 15ц корзинок (рівнозначно 10ц сіна), 25-30кг меду [1,с.104].

Виробництво та переробка олійної сировини належить до провідних галузей світового агропромислового виробництва. У 2008-2010рр. середньорічне світове виробництво олійної сировини та олії становили відповідно 250,9 і 67,8млн. тон, при цьому спостерігалася тенденція сталого збільшення обсягів виробництва як сировини так і продукції переробки. Стрімкий розвиток галузі зумовлюється такими головними факторами, як відносно висока прибутковість вирощування соєвих бобів, соняшникового і ріпакового насіння, капри та плодів олійної пальми; зростають обсяги переробки олійної сировини завдяки постійному попиту на високобілковий шрот; удосконалення технологій виробництва та переробки харчової олії, що створює сприятливі умови для їх ефективного використання як сировини в харчосмаковій та консервній промисловості; незамінність деяких видів рослинної олії в окремих галузях народного господарства тощо.

Сьогодні розвиток ринкових засад в галузі стрімко набирає сили і набуває здебільшого незворотного характеру. Динаміка внутрішніх цін на сировину та продукти переробки все більше зазнає впливу загальносвітових цінових коливань, що створює додаткові стимули для розвитку конкурентоспроможного виробництва.

За даними науково-дослідних установ, агрокліматичний потенціал Харківської області має суттєві переваги перед іншими областями щодо виробництва високоякісного гібридного насіннєвого матеріалу соняшнику. Майже 90% чорноземів в структурі ріллі і сприятливі умови зволоження більшості районів області дозволяють одержувати з 1га ділянок гібридизації 4-10ц кондиційного насіння, в той час як для Одеського регіону цей показник становить 1-5ц, для Запорізького – 2-6ц [2,с.116].

Потреби в насінні соняшнику у 2011-2021рр. становитиме для України 1,8-1,9тис. тон. Для забезпечення товаровиробників Харківської області насінням необхідно висівати ділянки гібридизації

на площі не менш 4,3тис. га.

У 2009р. вирощуванням насіння соняшнику займались 102 господарства, ділянки гібридизації були розміщені на площі 4245га, з яких одержано 1500т насіння.

Отже, впровадження у виробництво сучасних вітчизняних гібридів соняшнику с комплексом господарсько цінних ознак, покращення якісних показників застосованого насіннєвого матеріалу на основі удосконалення технологій його виробництва і післязбиральної доробки є однією з визначальних складових інтенсифікації виробництва товарного соняшнику. Комплексний розвиток промислового насінництва сприятиме розширеному залученню науково-виробничого потенціалу до сфери ринкових відносин в АПК, що створюють об'єктивні передумови для виведення цієї ланки аграрного виробництва на якісно новий сучасний рівень розвитку і сприятиме суттєвому підвищенню ефективності функціонування всього олійно-продуктового підкомплексу в Україні [3,с.43].

Література.

1. Мартьянов В.П. Організація виробництва та агро бізнесу в олійнопродуктовому підкомплексі АПК: Навч. посібник / В.П. Мартьянов, В.М. Петров.-: ХДАУ – Харків, 2009.-104с.

2. Середа С.А. Тенденції розвитку ринку насіння соняшнику / Середа С.А. .-Економіка АПК, 2010.- №12, С. 115-117.

3. Резерви соняшникового поля // Пропозиція, 2010, №4, с. 43-44.

Науковий керівник – Півень А.В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ

Наумова О.Е., к.т.н., доцент, Антонова О.І., асистент, Українська державна академія залізничного транспорту

М'ясопереробна галузь займає одне з провідних місць у харчовій промисловості України. Її розвиток у значній мірі залежіть як від платоспроможності споживачів, так і від сировинної бази (наявності сировини на ринку та його якості).

Починаючи з 2004 р. основною проблемою, з якою штовхнулась галузь, стала нестача вітчизняної сировини і, як наслідок,

– суттєве збільшення імпорту. Відсутність державної підтримки, зростання цін на корма та енергоносії, зростання конкуренції на ринку м'яса призвели до того, що багато вітчизняних агровиробників опинились на межі банкрутства. У результаті за підсумками 2010 року частка галузі у структурі всій харчовій промисловості знизилась до 12,2 %. За даними Держкомстату поголів'я свиней дотепер не змогло досягти докризових показників, а поголів'я великої рогатої худоби продовжує падати (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка поголів'я худоби й птиці в Україні

Період	Поголів'я великої рогатої худоби, тис. голів	Поголів'я свиней, тис. голів	Поголів'я птиці, млн. голів
2006	6514,1	7052,8	162,0
2007	6175,4	8055,0	166,5
2008	5490,9	7019,9	169,3
2009	5079,0	6526,0	177,6
2010	4826,7	7576,6	191,4

На цьому тлі постійне збільшення обсягів виробництва демонструють тільки дані птахівництва (табл. 1). Проте, на жаль, можливості використання продукції птахівництва для виробництва ковбасної продукції обмежені з одного боку, впровадженням з 15 січня 2010 р. нових національних стандартів на ковбасні вироби, а з іншого споживчими перевагами покупців.

Щодо обсягів виробництва, то за даними Держкомстату в 2010 р. випуск ковбасних виробів збільшився у порівнянні з 2009 р. на 2,8 % і становив 270 145 тис. тонн. Проте на думку експертів, у найближчі роки вітчизняні виробники навряд чи зможуть перевищити докризові показники, коли у країні випускалося 300 - 330 тис. тонн ковбасних виробів на рік.

Незважаючи на суттєве підвищення цін на продукцію м'ясопереробних підприємств, ковбасні вироби є продуктом масового попиту. На придбання ковбасних виробів українці витрачають у середньому 6,7 % свого продовольчого бюджету. В той же час на придбання яловичини, свинини та м'яса птиці витрачається лише 5,1 %. Отже, ковбасні вироби є улюбленим, звичним та зручним вітчизняним продуктом, який споживають усі без винятку верстви

населення. При цьому факторами, які впливають на різницю у споживанні різних видів ковбасної продукції, є вік, стан здоров'я, звичка, рівень доходів тощо.

За даними експертів протягом останніх років структура споживання ковбасних виробів в Україні практично не перетерпіла змін. Найбільшим попитом користуються варені ковбаси, сосиски й сардельки, а також напівкопчені ковбаси (рис. 1).

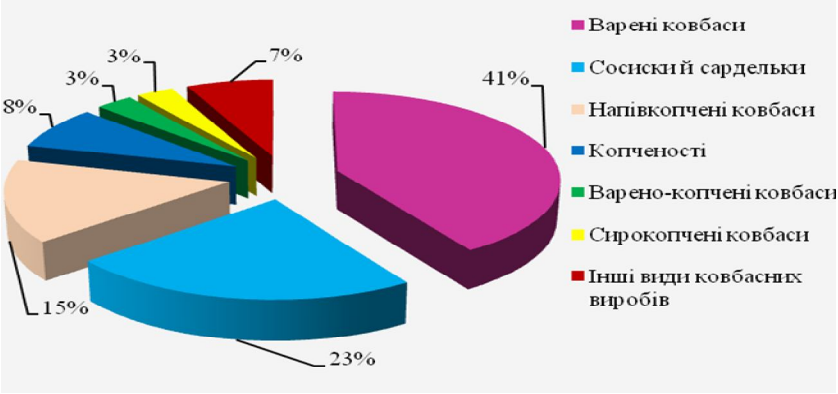

Рис. 1. Структура споживання ковбас в Україні (2010 р.)

Дефіцит сировини позначився на роботі м'ясопереробних підприємств. Щорічно кількість виробників ковбасної продукції скорочується. В даний час підприємств, що виготовляють 1 тис. тонн ковбасних виробів, нараховується в Україні не більше 50-ти. Лідерами галузі за обсягами виробництва є: ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» (Полтавська обл.), ТОВ «М'ясокомбінат «Ювілейний» (Дніпропетровськ), ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит» (Дніпропетровськ), ВАТ «М'ясокомбінат «Ятрань» (Кіровоград), ЗАТ «Горловский м'ясокомбінат» (Донецька обл.). До інших найпотужніших виробників можна віднести «СМП» (Нововолинськ, Волинська обл.), ТОВ «Ідекс» (Яготин, Київська обл.), ЗАТ «Луганський м'ясокомбінат», ВАТ «Мелітопольський м'ясокомбінат» (Запорізька обл.), ТОВ «М'ясний Альянс» (Київ), ВАТ «Кременчугм'ясо» (Полтавська обл.), МПЗ «Колос» (ТМ «Чернівецькі ковбаси»). На долю цих 12-ти компаній приходиться близько 50 % вітчизняного ринку ковбасної продукції. Торгові марки цих підприємств представлені практично у всіх регіонах України.

Покупці ковбасних виробів консервативні і схильні довіряти бренду, який добре себе зарекомендував. Тому для утримання своїх

конкурентних позицій вітчизняні м'ясопереробні підприємства повинні постійно приділяти увагу підвищенню безпеки та якості продукції, зниженню її собівартості за рахунок впровадження нових технологій, розширенню асортименту, особливо в низько- та середньоціновому сегменті.

За цих умов важливими чинниками конкурентної боротьби є переобладнання підприємств, розширення виробництва, удосконалення технології виготовлення продукції, забезпечення безперебійного постачання якісної сировини, дотримання стандартів, наявність висококваліфікованого персоналу, налагоджена система дистрибуції. Витримати усі ці вимоги під силу тільки потужним підприємствам. Тому основною тенденцією вітчизняного ринку ковбасних виробів є його консолідація. Великі виробники створюють вертикальні інтегровані структури, охоплюючи весь цикл виробництва і реалізації продукції (від вирощування худоби та птиці до роздрібного продажу). Середні та дрібні підприємства вимушені або входити до складу крупних холдингів, або залишити ринок.

Певних конкурентних переваг можуть досягти також і невеликі м'ясопереробні цехи, які займають певну нішу у своїх регіонах. Вони, на відміну від великих виробників, мають можливість швидше реагувати на потреби ринку, знімаючи з виробництва продукцію, що не користується попитом, і впроваджуючи новинки відповідно до смаків споживачів.

Щодо перспектив розвитку ринку ковбасних виробів, багато експертів прогнозують подальше посилення імпорту. Це обумовлено наступними факторами:

1) вітчизняний виробник залишається залежним від імпортного м'яса, що, безумовно, позначається на ціні продукції;

2) якість української продукції не завжди відповідає запитам покупців. Якщо іноземні підприємства поставлятимуть продукцію більше високої якості за прийнятними цінами, то успіх їм гарантований. Такими постачальниками є підприємства Росії, Прибалтики, деяких європейських країн, а також Білорусі, яка є найбільш активним імпортером.

Підводячи підсумки, можна зробити наступні висновки. Вітчизняний ринок ковбасних виробів практично досяг свого насичення. Характерним для галузі є активізація брендингу ковбасних виробів. Переваги споживача все більше зміщуються у бік продукції високої якості під улюбленою торговою маркою.

Серед основних заходів, що сприятимуть підвищенню

конкурентоспроможності вітчизняних виробників ковбасної продукції, можна назвати наступні:

- державна підтримка м'ясопереробної галузі;
- державне регулювання імпорту сировини;
- постійний державний нагляд і контроль за встановлен-ням роздрібних цін на ковбасну продукцію;
- посилення з боку держави контролю якості ковбасних виробів;
- формування та здійснення грамотної маркетингової політики.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ

Півень А.В., аспірант,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Вирощування олійних культур, поряд із зерновими, складає основу аграрного виробництва і в повному обсязі забезпечує як внутрішні потреби країни, так і формує експортний потенціал всього агропромислового комплексу.

Серед майже всіх сільськогосподарських культур, що вирощуються в Україні, лише виробництво олійних культур з року в рік стабільно відзначається високим рівнем доходності. При цьому основним споживачем олійної сировини виступає олійно-жировий комплекс, з його величезним експортно-орієнтованим потенціалом, завдяки якому Україна входить до трійки світових лідерів з виробництва та експорту олії (зокрема соняшникової).

Крім стабільного розвитку ринку соняшнику і попиту на нього, у відповідь на світову зацікавленість біопаливом, товаровиробники почали збільшувати загальні посівні площі під ріпаком з 90 тис. га в 1990 році до 1060 тис. га в 2009 році (більш ніж в 10 раз). Не дивно, що за таких умов загальні посівні площі, зайняті під олійними культурами збільшились більш ніж у 5 разів. І в подальшому, за умови збереження високих світових цін і попиту на олійні культури, слід очікувати поступового зростання частки олійних культур у валовому виробництві сільськогосподарської продукції.

Соняшник, головна культура в структурі виробництва олійних. У загальному обсязі виробництва олійних культур в Україні він займає

близько 70 %.

Останніми роками спостерігається тенденція нарощування виробництва таких олійних культур як ріпак і соя (площа під соєю збільшилась у 2009 році порівняно з 1990 роком майже у 7 разів), що стимулюється головним чином значним попитом з боку світового ринку. Як наслідок, зменшується питома вага соняшнику в структурі олійних культур.

Динаміка виробництва та посівні площі олійних культур в Україні наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка виробництва та посівні площі олійних культур в Україні за 1990-2009 роки

Показники	1990	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Олійні культури всього, тис. т.	2814,2	3664,0	5678,9	6902,4	5965,6	10271,6	9436,4
Соняшник, тис. т.	2570,8	3457,4	4706,1	5324,3	4174,4	6526,2	6364,0
Питома вага соняшнику у ВЗ, %	91,4	94,4	82,9	77,2	69,9	63,5	67,4
Площа, тис. га.	1636	2943	3743	3964	3604	4306	4232
Ріпак, тис. т.	130,2	131,8	284,8	605,7	1047,4	2872,8	1873,3
Питома вага ріпаку у ВЗ, %	4,6	3,6	5,0	8,8	17,6	27,9	19,9
Площа, тис. га.	90	214	207	414	891	1412	1060
Соя, тис. т.	99,3	64,4	612,6	889,6	722,6	812,8	1043,5
Питома вага сої у ВЗ, %	3,5	1,8	10,8	12,9	12,1	7,9	11,1
Площа, тис. га.	93	65	438	751	671	558	644

Джерело: Держкомстат України, 2009

Стабільне зростання загального попиту на олійні культури сприяє високому рівню світових цін. Завдяки цьому українські товаровиробники матимуть можливість отримувати високі рівні доходу. Необхідно при цьому поступово збільшувати обсяги виробництва не екстенсивним шляхом (збільшуючи посівні площі), а застосовуючи нові ефективні технології виробництва, вдосконалюючи матеріально-технічні ресурси, залучаючи фінансові ресурси та ін.

Позитивна тенденція спостерігається на ринку соняшнику та соняшникової олії (після введення експортного мита на насіння соняшнику): останніми роками збільшується внутрішня переробка насіння соняшнику і збільшується експорт готової продукції – соняшникової олії, тобто перевагу отримали вітчизняні переробні підприємства. Запровадження експортного мита є цілком доцільним, оскільки спостерігається стабільне зростання потужностей олійно-жирової промисловості України.

Головна умова забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках олійних культур – перехід до прогресивних високоефективних технологій виробництва і, як результат, збільшення обсягів виробництва при зменшенні посівних площ.

Підвищення ефективності вирощування та реалізації олійних культур залежить від здійснення сільськогосподарськими підприємствами таких заходів: неухильне дотримання сівозмін щодо посівів соняшнику; застосування інтенсивних технологій вирощування, впровадження високоврожайних сортів і гібридів олійних культур з високим вмістом олії; аналіз внутрішнього та зовнішнього ринків з метою виявлення найбільш ефективних каналів збуту, економічне та ефективне витрачання ресурсів та ін.

Ринок олійних культур для України має стратегічно важливе значення, оскільки є стабільним джерелом валютних надходжень. Тому нарощування обсягів виробництва олійних культур, а також участь України на світовому ринку рослинних олій є досить важливими для економіки держави.

Науковий керівник – професор Мазнєв Г.Є.

СТАН ТА ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ РИНКУ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Прядка О.С., студентка,
Харківський національний технічний університет сільського господарствам імені Петра Василенка

Як стверджує велика кількість офіційних інформаційних джерел та як свідчить статистика АПК України останніх років, на сьогоднішній день соняшник – одна з найприбутковіших культур в

аграрному виробництві України. Його виробництво суттєво впливає на економічну ситуацію в південному та східному регіонах: він посідає перше місце за рівнем рентабельності, а також поліпшує фінансовий стан сільськогосподарських підприємств. За статистичними даними, у багатьох підприємствах Півдня України на соняшник припадає 55 – 75 % прибутку від галузі рослинництва [1].

Сприятлива цінова ситуація та високий рівень рентабельності спонукають господарників вирощувати соняшник, іноді нехтуючи сівозмінами і дотриманням інших агротехнічних заходів. Це, у свою чергу, призводить до зниження врожаїв та погіршення якості продукції. Наразі ринкові потрібен якісний і недорогий товар. Тож шукаючи резерви збільшення доходів, потрібно не відмовлятися від окремих агротехнологічних заходів, а навпаки ретельно їх дотримувати.

Дослідження останніх 18 років, проведені у різних регіонах України, свідчать, що починаючи з 1992 року, відбувається різке розширення посівних площ соняшнику – від оптимальних науково обґрунтованих 1,6 – 1,7 га до екологічно небезпечних - 5 млн га. У 2006 році площа не була меншою за 3,9 млн. га і стабільно займало друге місце в світі після Російської Федерації, проте за врожайністю ми перебуваємо в кінці списку країн-виробників цієї культури. Так, за оперативними даними Держкомстату, у 2010 році було засіяно 4,5 млн. га соняшнику.

З наукової точки зору потрібно зменшувати частку посівних площ, водночас не знижуючи частку валового збору культури. Це можливо лише за умови підвищення врожайності. Саме якісний посівний матеріал є дієвим інструментом для досягнення цієї мети й стає запорукою прибутку для господарів.

Таким чином, термін ротації соняшнику в сівозміні скоротився з рекомендованих восьми – десяти до трьох – чотирьох років. Неминучими наслідками цих змін стало різке зменшення врожайності цієї культури: 7,8 – 13,5 ц/га. Але навіть за таких умов виробництво соняшнику є рентабельним.

Як відомо, однією з основних причин, що знижують продуктивність соняшнику за частішого його повернення на попереднє місце в сівозміні, є погіршення фітосанітарного стану ґрунту й поширення притаманних цій культурі хвороб.

Така ситуація пояснюється комплексом причин, низькою культурою землеробства, високим інфекційним фоном, але в першу чергу, - використанням низькопродуктивних, слабо-захищенних від

хвороб сортів і гібридів.

Саме тому нині соняшник висівають переважно насінням гібридів, продуктивність яких значно вища, ніж у сортів. Це вимагає щорічного поновлення посівного матеріалу шляхом придбання такого насіння, вартість якого дуже висока. Але враховуючи, що норма висіву насіння не перевищує 6 - 7 кг/га, в структурі загальних витрат частка насіння становить лише 1,5 – 2 %.

За тривалістю вегетаційного періоду сорти і гібриди соняшнику поділяються на скоростиглі, вегетаційний період 80 -100 днів, ранньостиглі – 100 - 120, середньоранні – 110 - 130 і середньостиглі – 120 – 140 днів.

В Україні зареєстровано 90 сортів і гібридів. До ранньостиглих гібридів соняшнику, поширених у Степу і Лісостепу України належать: скоростиглі – Одеський 149, Харківський 49, Кій, Красень, Еней, Титанік та інші; раньостиглі– Одеський 122, Світоч, Одеський 249, Український F, Запорізький, Кондитерський та інші; середньостиглі – Краснодарський 885, Хортиця, Ортега, Оксана, Єврофлот та інші; середньоранні – Казіо, Харківський 3, Чумак.

Перспективні сорти: Аурасол, Вранац, Відок, Дарій, Макао, Мілютін, Старобільський.

Скоростиглі сорти і гібриди поступаються раньостиглим і середньостиглим за урожайністю та олійністю насіння. Проте короткий вегетаційний період скоростиглих біотипів дає змогу вирощувати іх на півдні України в повторних посівах при зрошенні. Високою врожайністю і вмістом олії в насінні відзначаються середньостиглі та середньоранні сорти та гібриди соняшнику.

У господарствах слід вирощувати не один, а два – три гібриди різних груп стиглості. Це дає можливість уникнути втрат насіння при збиранні і більш ефективно використовувати техніку, а також частково відмовитися від десикації [2].

Саме така велика кількість сортів та гібридів соняшнику дає змогу нам ще раз переконатися, що у насіння соняшника велике майбутнє, а господарі, у свою чергу, мають змогу підібрати для своїх індивідуальних кліматичних умов найбільш якісний та ефективний посівний матеріал.

За попередніми даними Держкомстату України, у 2009/2010 маркетинговому році було вироблено 6,4 млн. т. соняшнику, з якого близько 6 млн. т. переробляють на олієжирових комбінатах, решта надходить на експорт [3].

Конкуренція на ринку соняшнику є високою, а у вільному

продажу його не так багато. Такий стан на внутрішньому ринку може призвести до подальшого зростання ціни, але її рівень залежатиме, насамперед, від ситуації на світовому ринку. Тому, в разі зростання цін, можна очікувати їх підвищення і на внутрішньому ринку.

Література.

1. Інформаційний вісник: Пропозиція 3.10 – К.8.
2. Практичний посібник «Agroexpert» 03.10. № 3.
3. Технології вирощування сільськогосподарських культур: Навчальний посібник / О.В. Солошенко, Н.Ю. Гаврилович, В.І. Солошенко, Л.С. Осипова, С.І. Кочетова; За ред. О.В. Солошенка - Харків: Торнадо, 2006 р.

Науковий керівник – ст. викладач Шебанова О.О.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНА

Таркан Ю.О., студенка,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Трансформація аграрного сектору економіки України зумовлює необхідність проведення комплексних наукових досліджень, спрямованих на вивчення питань регіональних особливостей формування ринку зерна в контексті докорінної зміни власності та створення підприємств ринкового типу. Тому необхідність вирішення проблем формування та ефективного функціонування ринку зерна, покращення його кон'юнктури, поглиблення експортної орієнтації галузі, забезпечення продовольчої безпеки країни набуває особливої актуальності.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних засад формування та розвитку ринку зерна зробили відомі вітчизняні вчені-економісти С.С.Бакай, В.І.Бойко, В.І.Власов, Т.Г.Гайдук, П.І.Гайдуцький, М.В.Гладій, Б.В.Губський, С.М.Кваша, Ю.Є.Кирилов, В.В.Клочан, М.Г.Лобас, З.П.Ніколаєва, Б.Й.Пасхвер, П.Т.Саблук, Л.М.Худолій, О.М.Шпичак, В.В.Юрчишин та інші.

В умовах глобалізації і переходу України до ринкових відносин для забезпечення конкурентоспроможності продукції українських підприємств на світовому ринку особливої актуальності набуває дослідження сучасного стану виробництва зерна та розвитку інфраструктури ринку.

В останні роки екологічна ефективність зерновиробництва в

цілому підвищилась. За умов загального низького економічного рівня аграрних підприємств, їх складного фінансового стану, відсутності засобів для придбання виробничих ресурсів у необхідних обсягах і впровадження новітніх технологій, раціональне розміщення виробництва зерна у найбільш сприятливих умовах є одним із найбільш дієвих і порівняно мало витратних способів ефективного використання природно-економічного потенціалу та збільшення прибутку.

Об'єктивний процес становлення ринкового середовища в Україні вимагає створення відповідної інфраструктури ринку агропромислової продукції. Виробити продукцію – це лише половина справи, важливим та складним є її зберігання та реалізація.

У ринкових умовах рівень виробництва визначається станом ринку збуту продукції.

Аналізуючи сучасний стан вітчизняного зернового господарства, не можна не звернути увагу на ряд чинників, які значно впливають на ефективність зерновиробництва. До них належать у першу чергу: матеріально-технічне забезпечення виробництва; постачання високоврожайних, цінних у продовольчому і кормовому відношенні сортів посівного матеріалу; достатнє внесення мінеральних та органічних добрив; впровадження науково обґрунтованих сівозмін з оптимальним насиченням і раціональним розміщенням посівів зернових культур [1].

Ще одним важливим чинником, що впливає на прибутковість зерновиробництва, є конкурентоспроможність продукції даної галузі.

Отже, щоб вивести зернове господарство на належний рівень та забезпечити його прибутковість, у першу чергу товаровиробникам потрібна фінансова підтримка з боку держави, яка б спрямовувалась на придбання та застосування новітніх технологій щодо вирощування зернових; високоврожайних, стійких проти хвороб сортів посівного матеріалу; розробку науково обґрунтованих програм з підтримки зерновиробництва, які б реально працювали.

В тому, що в нашій країні можна вирощувати стабільні врожаї, впевнені багато вчених. Для цього необхідно стати на інтенсивний шлях розвитку сільського господарства, що означає застосування якісного насіння, високої культури землеробства, високих технологій, продуктивна техніки, достатньої кількості добрив, пестицидів і гібридів.

Інтенсивний шлях сільського господарства нам поки що недоступний через обмеженість інвестицій у цю галузь. Також відмітимо, що зарубіжні країни досягли стабільності не тільки за

рахунок застосування високих технологій, але не в останню чергу – завдяки раціональному територіальному розміщенню виробництва.

Підвищення стабільності сільськогосподарського виробництва навіть за сприятливих природних факторів – важливе завдання розвитку АПК України. Цією проблемою займаються багато вчених і практиків. Існує активний підхід до розв'язання – створення гнучких систем управління, які дозволяють швидко пристосуватися до погодних умов та інших факторів (оперативно змінювати структуру виробництва, своєчасно перерозподіляти ресурси, технологічно маневрувати, включати вибір сортів, термінів і способів проведення робіт, прийомів вирощування сільськогосподарських культур, маневрування поголів'ям тварин тощо). Відповідно до цих систем необхідно перейти до розробки конкретних заходів (за виробничою структурою, технологіями, організацією праці й управління) з урахуванням спеціалізації підприємств, рівня забезпеченості ресурсами, умов окремих зон, які б могли бути використані для раціональної побудови і ведення сільськогосподарського виробництва.

Для цього пропонується виділяти найбільш характерні й значимі типи погодних умов і стосовно до кожного з них розробляти заходи за основними елементами гнучкої системи. При цьому поряд з типізацією погодних умов вказують на особливості технологій, що застосовують у конкретній ситуації, тобто наводять способи їх адаптації до конкретних умов. Цей напрям адаптації сільськогосподарського виробництва і природного середовища реалізується на рівні конкретних підприємств.

З вище сказаного можна зробити висновок, що зернове виробництво завжди залишатиметься однією з пріоритетних галузей народного господарства і подальший його розвиток у південному регіоні відповідає національним інтересам і є гарантією продовольчої безпеки держави.

Література.

1. Грідін О.В. Світовий ринок зерна: стан, проблеми та перспективи розвитку / О.В. Грідін // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2008. - Випуск 8/1, (31), – С. 75-78.

2. Грідін О.В. Сучасний стан та динаміка розвитку світового ринку зерна: матеріали ІІІ Міжнародного Форуму молодих вчених [«Ринкова трансформація економіки постсоціалістичних країн: стан, проблеми, перспективи»], (15-16 травня 2008 року, м. Харків. Т. 2.) / Міністерство аграрної політики України, Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка. – Харків: ХНТУСГ. – 2008. – С. 187-188.

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЦУКРУ

Таркан І.О., студентка,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Відродження цукробурякового виробництва в Україні, формування та розвиток внутрішнього й зовнішнього ринків цукру перебувають у площині стратегічних напрямів здійснення глибоких соціально-економічних перетворень в агропромисловому комплексі у процесі створення демократичної незалежної держави. Це зумовлюється як важливим значенням цукру в продовольчих ресурсах, так і сприятливими природно - економічними умовами України у розвитку цукробурякового виробництва. Тривала системна економічна криза, яка охопила всі галузі агропромислового комплексу, особливо, відчутно позначилась на цукровому виробництві, призвела до занепаду буряківництва як провідної рослинницької галузі, руйнування матеріально-ресурсного потенціалу цукрової промисловості, різкого спаду виробництва цукру й витіснення вітчизняних товаровиробників із зовнішнього продовольчого ринку.

Вагомий внесок у розроблення питань організації й розвитку аграрного ринку, в тому числі формування ринку цукру зробили вітчизняні вчені аграрії такі як О.С. Заєць, О.М. Шпичак, П.Т. Саблук , Є.В. Імас , Ю.С. Коваленко та інші. Проте важливі аспекти підвищення ефективності виробництва та формування ринку цукру стосовно регіональних умов потребують більш глибокого розгляду.

Цукробуряковий підкомплекс є однією з найважливіших стратегічних галузей агропромислового виробництва країни, а одне з провідних місць в системі ринків належить ринку цукру, як з точки зору забезпечення внутрішніх потреб, так і використання експортного потенціалу.

Успіх роботи галузі залежить також від високопродуктивної переробки цукрових буряків при обов'язковому дотриманні технологічного режиму, який розроблено з урахуванням якості сировини. Переробку цукросировини в Україні здійснювали 119 цукрових заводів. Із 192 цукрових заводів загальною потужністю 509,8 тис. тонн переробки цукросировини на добу демонтовано 49 цукрових заводів і виведено з дії 118,47 тис. тонн виробничих потужностей. Збережено і законсервовано 27 цукрових заводів загальною виробничою потужністю 62,65 тис. тонн. На сьогоднішній

день зберігається тенденція старіння основних фондів цукрових заводів. Якщо до 1990 року старіння основних фондів цукрових заводів було на рівні біля 50%, то на початок 2006 року близько 70%. Роботу цих заводів ще можливо відновити при наявності сировинної зони та відповідних коштів, що виділяються на підготовку підприємств до виробничого сезону. На окремих підприємствах деякі види обладнання фізично зношені і потребують заміни, особливо це стосується енергетичного обладнання. Використання такого обладнання може призвести до аварійних ситуацій.

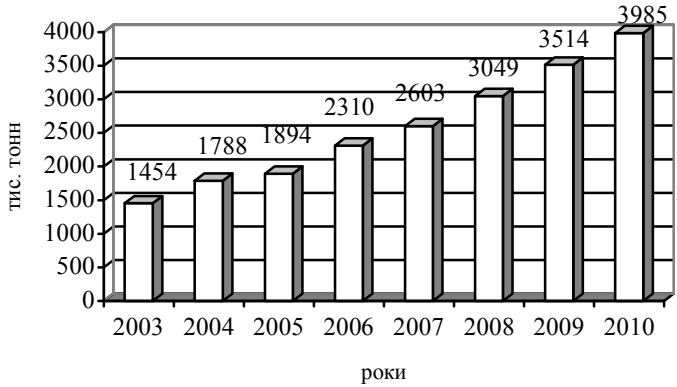

Рис.1. Обсяги та прогнозовані дані виробництва цукру з цукрових буряків на 2003-2010 рр., тис. тонн

До кризового стану, у якому перебуває галузь, призвели серйозні недоліки при приватизації цукрових заводів та реформуванні аграрного сектору, втрата зовнішніх ринків збуту, неврегульованість внутрішнього, відсутність ефективного власника, надлишок продукції на внутрішньому ринку і, як наслідок, реалізація цукру по ціні нижче собівартості.

За даними Держкомстату станом на 01.12.06 на цукрові заводи надійшло 21,66 млн. тонн цукрових буряків проти 14,85 млн. тонн минулого року.

Одним із економічних регуляторів цукрового виробництва і ринку цукру є застосування методу квотування. Ефективність застосування квот підтверджується широкою практикою багатьох цукрових країн світу. Основною метою квоти є стабільне забезпечення населення держави цукром та регулювання обсягів його поставки на внутрішній ринок (табл. 1)

Таблиця 1

Обсяги виробництва цукру квот "А" і "В" та вирощування цукрових буряків для виробництва цукру квот "А" і "В" в 2009 році (тис. т)

Регіон	Квота "А" і "В" на цукор	Фактично вироблено цукру	Цукрові буряки	Фактично прийнято буряків
Україна	1896,67	1894,67	15949	14917,42
в т.ч. Вінницька область	256,93	256,86	2340	1970,93

Отже, метою ринку цукру є забезпечення динамічного розвитку всіх відповідних галузей, підвищення ефективності і конкурентоспроможності, досягнення на цій основі надійної продовольчої безпеки країни, при цьому, держава повинна сприяти формуванню, розвитку та регулюванню ринку цукру.

Роблячи висновок, можна стверджувати, що протягом останніх двох років в Україні намітились позитивні тенденції до збільшення виробництва власного бурякового цукру для забезпечення потреб внутрішнього ринку та значно зросла зацікавленість товаровиробників до вирощування цукросировини, поступово відновлюється конкурентоспроможність та експортний потенціал галузі, створюється привабливий інвестиційний клімат та передумови для виведення галузі на рівень передових країн світу.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Чіхрак І.Т, студентка,
Харківський національний технічний університет сьльського господарства імені Петра Василенка

Найважливішою складовою світового ринку сільськогосподарської продукції, основою гарантування продовольчої безпеки України є пшениця. Затяжна соціально-економічна криза негативно вплинула на розвиток зернового господарства і, зокрема, на виробництво пшениці, що істотно позначилося на експортних можливостях держави. Тенденції останніх років свідчать, що до теперішнього часу не вирішено проблему забезпечення сталості зерновиробництва, задоволення загальнодержавних потреб у

продовольчому зерні високої якості, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та прибутковості галузі.

Глибинні процеси світової економічної та екологічної кризи значно порушили пропорції аграрного виробництва, зумовили зміни ринкової орієнтації товаровиробників сільськогосподарської продукції. Певною мірою це стосується зернового сектору, який традиційно вважається стратегічним та експортно-орієнтованим, що за своїми потенційними обсягами здатний впливати на світову продовольчу безпеку. Коливання пропорцій світового виробництва зерна викликає напругу не лише в галузях аграрної сфери, але й соціальної, що вимагає постійного моніторингу динаміки змін його обсягів й аналізу тенденцій розвитку ринків зерна окремими країнами-виробниками.

Дослідження основних тенденцій і кон'юнктури світового ринку зернових є основною формування ефективної експортної політики. Ретельний аналіз динаміки світового виробництва, співвідношення попиту та пропозиції зернових культур у провідних країнах світу, зміни зернових запасів, співвідношення експортних та імпортних позицій забезпечує адекватне прогнозування ситуації на глобальному ринку та надає можливість вітчизняним учасникам ринку продавати зерно за сприятливішими умовами, раціонально маневрувати власними ресурсами і збільшувати виробництво в аграрному секторі.

Очевидно, немає країни у світі, де б не вирощувалася хоча б одна зернова культура, що забезпечує необхідні продукти харчування. У 1996 - 2000 рр. середня площа зернових у світі становила 685 млн. га. Проте, за деякими показниками, в умовах загострення фінансової та економічної кризи існує тенденція до помітного скорочення площ. Так, у 2010 р. зібрані площі зернових у світі становили 694,6 млн. га, що на 0,2 млн.га менше показника 2009 року (694,8 млн. га) [1].

Враховуючи постійне зростання попиту на зерно у світі, виникла потреба у збільшені зборів зерна в Україні. Однак, збільшення обсягів виробництва зернових на сьогодні залишається однією з найважливіших проблем агропромисло-вого комплексу. Завдання полягає в отриманні високих урожаїв при якомога менших затратах праці і засобів.

За даними Державного комітету статистики України урожайність зернових та зернобобових у 2008 році становила 43,6 ц/га, у 2009 – 29,8 ц/га. [2]. За оперативними даними у 2010 році зменшення урожайності зернових буде набагато більшим. Тобто,

урожайність зерна в Україні, у протиріч до усталених тверджень про високу родючість українських ґрунтів, сьогодні у рази поступається урожайності зернових у інших провідних зернових країнах. Рівень рентабельності виробництва зернових скорочується. У 2008 році він становив 16,4 %, у 2009 році – 7,3%. На думку фахівців, для здійснення ефективного зерновиробництва мінімальна рентабельність виробництва зерна повинна становити 20 %, а раціональна (в умовах України) - щонайменше 40 %.

Функціонування національної економіки в ринкових умовах передбачає включення країни у світові інтеграційні процеси. Особлива роль у вирішенні цієї проблеми належить експортно-імпортним відносинам, зокрема на ринку зерна України. Зернові культури традиційно займають вагоме місце у формуванні зовнішньоекономічного обороту країни.

З огляду на це, зерновий ринок може стати не лише економічно привабливим сектором економіки, але і вагомою політичною складовою української політики в міжнародних відносинах.

Отже, перехід України до ринкової економіки відкрив широкі можливості для розвитку сільського господарства в цілому і зерновиробництва зокрема. Тому важливим інструментом нової ефективної системи організації та управління розвитку зернового ринку є експортно-імпортна політика. Саме від ефективної експортно-імпортної політики, як важеля державного регулювання, залежить перспективи міжнародної конкурентоспроможності виробництва зерна, яка багато в чому визначає ефективність зовнішньоторговельних операцій, формує умови співпраці вітчизняних та іноземних аграрних підприємств.

Література.

1. Франченко Л.О. Стан та сучасні тенденції розвитку світового ринку зерна / Л.О. Франченко // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. Вип. 72. Ч. 2. Економіка: наукове видання / Уманський державний аграрний університет. - Умань: УДАУ, 2009. - 268 с.

2. Грідін О.В. Світовий ринок зерна: стан, проблеми та перспективи розвитку / О.В. Грідін // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2008. - Випуск 8/1, (31), – С. 75-78.

3. Інтернет ресурс. [Режим доступу] www.ukrstat.gov.ua

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

РИНОК ОВОЧІВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Удова Л.О., к.е.н., старший науковий співробітник, ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України"

Забезпечення продовольчої безпеки нашої країни, яка передбачає не лише наявність продуктів харчування, а й їх економічну доступність для населення, є практично неможливим без ефективного розвитку продовольчого ринку. Одним з важливих складових продовольчого ринку є ринок овочів.

Овочівництво – важлива галузь сільського господарства, яка займає вагоме місце в забезпеченні населення дієтичною продукцією і консервованими овочами протягом року. Овочі мають високі смакові якості, багаті мінералами, вуглеводами, вітамінами, містять кислоти, солі, які сприяють перетравленню їжі, нормальному обміну речовин, нейтралізують кислоти, які утворюються при споживанні людиною м'яса і хліба. Овочі, як продукти харчування, не лише сприяють продовженню життя людини, а й роблять його повноцінним. Протягом останніх років спостерігається відродження даної галузі.

Особливості розвитку сучасного ринку овочевої продукції розглянуто у наукових працях Амбросова В.Я., Андрійчука В.Г., Бойка В.І., Гальчинської В.А., Криворучка В.І., Макаренка П.М., Рудого М.М., Рудя В.П., Шумейка А.І. та ін. У деяких працях при розгляді економічних проблем овочівництва переважають дослідження, спрямовані на підвищення економічної ефективності використання овочів закритого ґрунту [1]. Однак, залишаються недостатньо розкритими проблеми розвитку овочевого ринку в Україні та шляхи їх вирішення.

Метою статті є комплексне вивчення проблем та особливостей функціонування ринку овочевої продукції в сучасних умовах, дослідження причин, що перешкоджають його розвитку, обґрунтування шляхів подальшого розвитку овочівництва в Україні.

Історія овочівництва в Україні характеризується періодами, коли цій галузі приділяли значну увагу і навпаки, коли її роль зводили до другорядної. Так, протягом 1950 - 1990 рр. площа під овочами в усіх категоріях господарств коливалася від 374 до 456 тис. га, урожайність – від 62 до 149 ц/га, валові збори – від 2318 до 6666,4 тис. т. за рік.

Овочівництво – трудомістка галузь сільського господарства, в якій переважає ручна праця. На вирощування 1 га овочевих культур

розходиться 600 - 800 люд.-год., що у 35 -45 раз більше в порівнянні з виробництвом зерна.

Ринок овочів формується за рахунок вітчизняного виробництва. До 1995 р. виробництво овочів було зосереджено у крупних підприємствах (у 1990 р. – 73 % загальної кількості зібраного урожаю). Починаючи з 1995 р. ситуація кардинально змінюється навпаки – виробництво овочів концентрується у господарствах населення, які у 2009 р. отримують 86,6 % загальної кількості валового збору овочів (рис. 1).

Рис. 1 Виробництво овочів, тис. т*

*Джерело: Дані Державної служби статистики України.

За період з 1990 по 2009 рр. виробництво овочів у великих господарствах скоротилось у 5 раз, а у дрібних виробників – зросло у 3,5 рази.

З кожним роком виробництво овочів зростає за рахунок підвищення урожайності: протягом останнього десятиріччя – у 1,4 рази. Найсуттєвіше зростання спостерігається у 2009 р. – 182,8 ц/га, що на 33,8 ц/га більше, ніж у 1990 р. Позитивна тенденція щодо зростання обсягів виробництва овочів, імовірно, зберігатиметься й на найближчу перспективу. Це відбуватиметься за рахунок того, що ринок овочів в Україні протягом останніх років динамічно розвивається, однак ще не насичений даною продукцією сповна, а також і тому, що овочівницька галузь за останні роки перетворилася в

одну з найбільш прибуткових галузей сільського господарства, а попит на овочі постійно зростає і буде зростати із зростанням доходів населення.

Основні площі культивування овочевих культур сконцентровано в регіонах із найбільш сприятливими умовами для їхнього вирощування. У структурі виробництва овочів за регіонами перше місце у 2009 р. належить Херсонській обл., де зібрано майже 11 % загальної кількості овочів, на другому – Дніпропетровська (6,7 %), на третьому – Харківська і Одеська (по майже 6 %), на четвертому – Київська область (5,5 %).

У світі вирощують близько 600 видів овочевих культур, а на території України – понад 100 видів, із яких 33 – найбільш поширені [2].

Варто зазначити, що протягом 1990 - 2009 рр. світове виробництво овочів зросло у 3,1 рази (з 196,5 до 611,6 млн. т.) [3] в результаті збільшення урожайності на основі спеціалізації районів виробництва в зонах із найбільш сприятливими грунтово-кліматичними умовами при максимальній насиченості посівів основними товарними культурами.

В економічно розвинутих зарубіжних країнах овочева галузь розвивається на основі сучасної матеріально-технічної бази, поглиблення концентрації, галузевої та внутрігалузевої спеціалізації, горизонтальної інтеграції та спеціалізації за технологічними ознаками: виробництво - збирання - переробка - продаж. Особлива увага приділяється використанню таких факторів інтенсифікації галузі, як механізація виробничих процесів і зрошення.

В Україні подальший розвиток овочівництва у господарствах населення здійснюватиметься на невеликих площах, проте в більш ширшому асортименті, ніж у даний час. Виробництво овочів у великих продуцентів зведеться до вирощування потрібної кількості найбільш технологічних овочевих культур для продажу заготівельно-збутовим організаціям, на стихійному та організованому ринках й забезпечення сировиною промисловості. В розміщенні овочевих культур можна прослідкувати зональну спеціалізацію. На півдні України в суспільному секторі переважно вирощують: томат, цибулю на ріпку, зелений горошок, перець, баклажани, тобто овочі, які є основною сировиною для первинної переробки в господарствах і на консервних комбінатах (заводах), більшість яких розташована саме в південних областях. Крім того, південна зона й надалі залишиться основним виробником томата, цибулі, перцю, баклажанів для

завезення в західні та північні області України.

Зокрема, за даними Державної служби статистики України, протягом останніх 5 років, основна маса помідорів і цибулі ріпчастої надходить на ринок із господарств Донеччини, Дніпропетровщини, Миколаївщини, Херсонщини, Запорізької області та АР Крим; огірків – з Дніпропетровської, Запорізької, Полтавської, Черкаської та Херсонської областей; капусти – зі Львівської, Київської, Харківської, Дніпропетровської, Полтавської областей (ранньої – із Закарпаття, Криму та Одещини).

Упродовж останніх десяти років в Україні відбулися значні зміни в торгівлі овочевою продукцією, які полягають у тому, що огірки чи томати – товар з високим рівнем попиту, необхідний для харчування продукт, що швидко псується, а отже, потребує термінового збуту. Відміна державного замовлення та згортання роботи споживчої кооперації урізноманітнила канали реалізації продукції.

Розглядаючи основні канали продажу овочів усіма аграрними продуцентами слід зазначити, що у 2009 р. ними було реалізовано 807,1 тис. т. овочів, зокрема, переробним підприємствам – 36,9 % загального обсягу продаж; на ринку, через власні магазини, ларьки, палатки – 11,9 %, а переважна більшість продукції – 50,5 % - за іншими напрямами, тобто посередниками. Зокрема, переробним підприємствам у Вінницькій обл. (переважну кількість Вінницькому та Гайсинському консервним заводам) аграрними виробниками було продано 84,8 % обсягу реалізованої продукції, у Миколаївській (найбільше заводам по переробці овочів та фруктів, які знаходяться у розпорядженні компанії Sandora) – 73,0 %, Херсонській (заводам по переробці овочів та фруктів, які знаходяться у розпорядженні компанії Sandora; консервному заводу, який належить компанії "Чумак") – 59,0 %, Черкаській обл. – 37,5 %.

За таким напрямом, як продаж продукції на ринку, через власні магазини, ларьки, палатки найбільше у 2009 р. реалізовано овочів у Рівненській обл. – 46,3 % загального обсягу продаж, АР Крим – 36,4 %, Запорізькій – 36,0 %, Хмельницькій– 35,0 %. Найбільше посередникам реалізували господарства Івано-Франківської обл. – 99,1 %, Сумської та Тернопільської – по 90,2 %, Житомирської обл. – 88,9 %. Посередники скуповують овочеву продукцію невеликим оптом (0,5 т) за ціною на 20-30 % нижчою за роздрібну і реалізують її на стихійних ринках міст України. За сезон вони можуть продавати біля 10 - 15 т. овочевої продукції кожний. З роками загальний обсяг

продукції овочівництва, що реалізується через цей невпорядкований та неконтрольований канал збуту, збільшується. Для виробників він один з найхарактерніших – продукція відвантажується оперативно, безпосередньо з поля, розрахунки здійснюються за готівку.

За останні десять років спостерігається збільшення реалізації овочів в Україні в 1,5 раза (рис. 2).

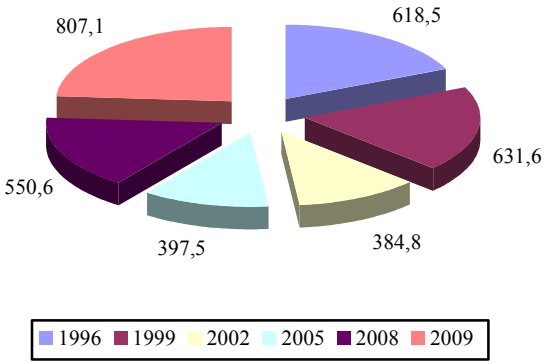

Рис. 2. Динаміка обсягів реалізації овочів в Україні, тис. т.*
*Джерело: Дані Державної служби статистики України.

Водночас, основна кількість реалізованих огірків – 68,8 %, капусти – 74,5 %, цибулі ріпчастої – 82,9 % було продано посередникам (за іншими напрямами). Лише дві третини проданих помідорів потрапили на переробні підприємства.

Ефективність функціонування овочевої галузі деякою мірою стримується порушенням партнерських відносин між сільськогосподарськими, переробними та торговельними підприємствами. В Україні діє система стихійного гуртового продажу овочів. Ланцюг *виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач* перевантажена великою кількістю посередників, що значною мірою підвищує ціни на овочі. Зв'язки між виробником, оптовим покупцем та споживачем не стабільні, мають епізодичний характер. Витрати на збут перевищують виробничу собівартість майже у 1,5 рази. Таким чином, в Україні у даний час не існує системи крупнооптової торгівлі через організовані продовольчі ринки. Водночас, на найближчу

перспективу одним із завдань агровиробників є самостійний вихід на ринок.

Що стосується внутрішнього ринку, то у даний час спостерігається тенденція значного підвищення цін на овочеву продукцію, що зумовлено інфляційними процесами та загальним подорожчанням продуктів харчування.

При правильному вирощуванні та реалізації даної продукції овочівництво є високорентабельною галуззю. Заслуговує на увагу той факт, що у 2009 р. овочівництво було рентабельною галуззю майже в усіх регіонах – 8,5 % – середній рівень рентабельності по Україні. Лише у Луганській, Харківській, Кіровоградській, Рівненській, Львівській і Запорізькій областях дана галузь була збитковою.

Водночас, поряд із пошуком ефективного каналу реалізації овочів сільгоспвиробникам не слід забувати і про покращення якості товару з метою найповнішого задоволення потреб споживачів. Підвищенню якості сприятиме застосування ефективної тари та пакування. Сучасна упаковка допомагає покупцеві класифікувати продукцію. На ринку свіжих овочів в країнах ЄС упакованою є більше 50 % продукції. Нажаль, в нашій країні попит на якісно упаковану овочеву продукцію перевищує пропозицію. Нині ринок упакування перебуває в зародковому стані.

В Україні існує проблема зберігання овочевої продукції. Рівномірне надходження овочевої продукції споживачам протягом року можливе лише за умов добре налагодженої системи її тривалого зберігання у свіжому вигляді. У високорозвинених зарубіжних країнах питанню збереження високої якості овочів і процес зберігання доставки споживачу приділяють багато уваги. В Україні господарства практично не мають матеріально-технічної бази для коротко- та довготривалого зберігання овочів. Сховища, як правило, побудовані за застарілими проектами з низьким рівнем механізації навантажувально-розвантажувальних робіт. Тому більшість виробників розпродує зібраний урожай восени, коли овочів ще багато і коштують вони дешевше.

Задоволення потреб населення овочами в повному обсязі й асортименті є одним з найважливіших завдань аграрного сектора. Щороку в Україні зростає виробництво овочів на одну особу. Якщо у 1990 р. цей показник становив 128 кг, 2005 р. – 155 кг, 2008 р. – 172 кг, то у 2009 р. – 181 кг. Безперечним лідером у виробництві овочів є Херсонська область, де найвищий рівень самозабезпеченості овочевою продукцією – 831 кг на душу населення за рік. Високий

рівень самозабезпеченості овочевою продукцією в Полтавській, Миколаївській, Черкаській, Волинській та Кіровоградській областях. Низький рівень мають Івано-Франківська, Донецька, Київська та Луганська області. Основна маса овочів споживається населенням у свіжому та переробленому вигляді. Рівень та структура споживання їх знаходяться у прямій залежності від розміру сукупних витрат і доходів населення.

За рахунок збільшення виробництва овочів на одну особу, зростає і їх споживання (протягом останнього десятиліття в 1,4 рази), яке відповідає мінімальній нормі споживання овочів. У розрізі регіонів забезпечення мінімального рівня споживання прослідковується у 22 областях. Для нормальної життєдіяль-ності людині потрібно споживати протягом року капусти білоголової – 29 кг, томатів – 39 кг, моркви, огірків, буряків столових, цибулі – приблизно по 9 кг. Однак, не всі верстви населення можуть забезпечити повноцінне споживання овочів, оскільки, за даними статистики, пересічний покупець може виділяти не більше 10 % сімейного бюджету на придбання овочів, що, певною мірою, перешкоджає підвищенню рентабельності виробників овочевої продукції.

Характерною особливістю вітчизняного ринку овочів є недостатньо висока їх якість і досить обмежений асортимент, відсутність зручної для споживача розфасовки і упаковки. Для ефективного функціонування ринку овочевої продукції та одержання належних прибутків необхідно орієнтуватись на розширення асортименту овочевих культур; чітке дотримання сівозмін; виробництво тієї продукції, яка користується попитом на ринку; підвищення якості виробленої продукції за рахунок впровадження комплексної системи управління нею, стандартизації та сертифікації; організацію ефективного її зберігання та транспортування; реалізацію овочевої продукції в період найвищих цін реалізації.

Зростання обсягів виробництва овочевої продукції потребує пошуку і впровадження нових форм заготівлі й торгівлі овочами, опрацювання технологій їх вирощування на малих площах посіву з урахуванням зональних особливостей окремих регіонів, забезпечення товаровиробників малогабаритною технікою.

Проблеми розвитку ринку овочів в Україні можуть бути вирішені з урегулюванням відповідних законодавчих актів, згідно з якими держава створює відповідну інфраструктуру на ринку овочів, відновлює контрактну систему стратегічних запасів овочів тощо.

Найближчим часом необхідним є вирішення проблеми

забезпечення овочевою продукцією населення країни за встановленими нормами споживання, підвищення економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств та зайнятості сільського населення за рахунок розвитку овочівництва.

Одним із перспективних напрямів у розвитку овочівництва є створення спеціалізованих фермерських господарств по виробництву овочів шляхом розширення земельних площ особистих селянських господарств; одержання земельного наділу із земель запасу, при наявності власного чи залученого капіталу; об'єднання декількох земельних та майнових паїв отриманих при виході із колективного господарства.

Література.

1. Приліпка О.В. Економічна ефективність використання закритого грунту при вирощув анні овочевих культур / О.В. Приліпка // Економіка АПК. – 2008. – № 2. – С. 30 - 33.

2. Напрями та особливості сучасної селекції овочевих культур. – Х.: ІОБ УААН, 2001. – 350 с.; Сучасні технології виробництва та маркетингу сільськогосподарських культур: Проект розвитку агробізнесу в Україні / А.Ю. Андрюшко, С.В. Бочаров, О.І. Вароді та ін. – К.: IFC Sida, 2002. – 146 с.

3. Сікачина О.В. Агропромисловий розвиток України – криза невикористаних можливостей / О.В. Сікачина // Економіка АПК. – 2011. - № 3. – С. 16 - 23.

Зміст

<u>СЕКЦІЯ.</u> ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛФЗАЦІЇ

АМБРОСОВ В.Я. Принципи та напрями створення кооперативів.....6

БЕРЕЗІВСЬКИЙ П.С. Трансформаційна динаміка розвитку галузі скотарства у сільськогосподарських підприємствах Львівської області.....9

ГУБЕНКО В.І. Трансформації економічного розвитку та продовольча безпека в умовах протиріч глобалізації.....12

МАЗНЄВ Г.Є. Інноваційні технології як фактор підвищення ефективності агровиробництва.....18

IZDEBSKI WALDEMAR, SKUDLARSKI JACEK, STANISLAW ZAJĄC Functioning of the tractors and agricultural machines market in the free market economy in Poland.....22

БАЛАШ Л.Я. Напрями розвитку особистих селянських господарств у постреформений період.....27

ДЕМЧЕНКО Т.С. Аналіз фінансування інноваційних проектів агроформувань.....30

КРУТЬКО М.А. Становлення кредитної кооперації.....35

КУЦИНА Л.В. Кластеризація як інвестиційно-інноваційний вид діяльності в агропромисловому виробництві.....37

ЛАВРОВ Р.В. Загрози та можливості інноваційно-фінансових технологій в банківській діяльності при обслуговуванні суб'єктів аграрної сфери.....44

МЕЛЬНИК О.О., МАКОВЕЦЬКИЙ М.О. Феномен глокалізації як фактор розвитку національних економік.....47

НАКІСЬКО О.В. Варіанти формування ефективних напрямів активізації інноваційної діяльності.....50

ОСОБА Н.П. Інтенсивний тип економічного розвитку сільськогосподарських підприємств.....53

ПАРХУЦЬ М.Р. Основні аспекти розвитку ринків сільськогосподарської техніки в умовах глобалізації.....57

РАКИЦЬКА С.О., ЖУСЬ О.М. Реструктуризація як засіб адаптації до кризових умов у будівництві.....59

САЙЧУК Ю.А. Финансовое обеспечение инновационных процессов молочного животноводства 62

СМІГУНОВА О.В. Оптимізація організаційної структури організацій аграрного профілю як один з напрямків їх ринково-підприємницької трансформації.....66

СУВОРОВ І.О. Розвиток зеленого сільського туризму в Україні.....71

СЕКЦІЯ. МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

ТУРЧЕНКО М.М. Молочний підкомплекс адміністративного регіону: сучасний стан та перспективи розвитку 75

АРТЮШЕНКО Ю.С. Лізінг як інструмент оновлення складу основних засобів в агровиробництві.....81

БЕСПАЛОВ Г.В. Роль і завдання кадрової політики в сучасних умовах господарювання.....84

БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ О.Б. Аналіз методів оцінки економічної ефективності енергозбереження 87

ВЛАСЕНКО Т.В. Оптимізація виробничої структури організації аграрного профілю, як один з напрямків їх ринково-підприємницької трансформації.....91

ВОЗНЮК Д.Ю. Організація маркетингової діяльності у сільськогосподарських підприємствах.....96

ВОЙНИЧА Л.Й. Чинники впливу на особисте селянське господарство як відкриту соціо-економічну систему 99

ГАДЯЦЬКИЙ Р.А. Якість продукції як чинник підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств..... 102

ЖИВОТКОВА Ю.А., ВОЗНЮК Л.А. Сущность и роль малого бизнеса в условия перехода к рыночным отношениям 104

Кишка Е.В, Неділько М.Г. Розвиток сільського господарства та сільських територій в Україні 107

Коваль М.В., Азаренко Ю.В. Використання соціальних мереж, як основна концепція управління маркетингом в умовах розвитку сучасного підприємства..... 109

Кондратюк А.М., Струпова М.М., Яценко С.В. Шляхи підвищення ефективності розумової праці керівника..... 114

Коновал І.А. Економічна ефективність проектів будівництва та реконструкції комплексів з виробництва молока..... 116

Краля В.Г. Підходи до формування оптимальної структури управління інтеграційним об'єднанням сільськогосподарських підприємств..... 120

Куропата В. Управлінські ролі менеджера в сучасних умовах 123

Лебідь О.В., Пустова І.В., Кращенко А.О. Ефективність діяльності працівників апарату управління на підприємствах та вимоги до них..... 125

Малий В.О. Интернет-технологии как аккумулятор развития бизнеса..... 127

Маркова Є.Г . Проблеми мотивації праці на підприємствах..... 134

Нагірна Л.В. Основні підходи до класифікації конкурентних переваг підприємств 138

Неділько М.Г, Кишка Е.В Проблеми розвитку сільських територій та зайнятості мешканців села..... 142

Ніценко В.С. Удосконалення агробізнесу в Україні..... 145

Островерх О.В. Оптимізація виробничої структури перероблюючої підситсеми організацій аграрного профілю як один з напрямків їх ринково – підприємницької трансформації..... 147

Павлик В. Прогнозування результатів діяльності підприємства в управлінні бізнесом 151

Пономаренко О.В., Пономаренко Є.Ю. Типові помилки маркетингових стратегій 154

ПЯТУШКА Т.С. Развитие семейных фермерских хозяйств в Украине 157

РЄЗНІК Ю.І. Вдосконалення ризик-менеджменту сільськогосподарських підприємств 159

САГАЧКО Ю.М. Економічна ефективність виробничих об'єднань кластерного типу 163

СИРОВИЦЬКА І.І. Адаптація ринку молока України до вимог, які існують в Європейському союзі 165

СОРОКІНА К. Історичний розвиток маркетингу 168

ФЕДОТОВА І.В., РОЩУПКІНА О.С. Види стратегічної стійкості АТП 171

ХОМЕНКО С. Шляхи підвищення ефективності виробництва зерна в сільськогосподарських підприємствах 174

ХУДАВЕРДІЄВА В.А. Стратегічний менеджмент і виживання підприємств 176

ЦАР Г.В. Необхідність застосування маркетингових інформаційних систем молокопереробними підприємствами 180

ЧЕПЕЦЬ О. Г. Ринок мінеральних добрив в Україні 183

ЧЕРКАШИНА М.В. Основи формування оптимальної системи стимулювання 186

ШЕБАНОВА О.О. Применение аналитических методов оценки эффективности упаковки питьевой воды 189

ШЕВЧУК В.Г., ПОЯСНИК П.Г. Конкурентоспособность и надежность партнерских связей в дорожной отрасли 191

ЯВДОКИМЕНКО І. Проблеми управління трудовими ресурсами 195

<u>СЕКЦІЯ.</u> ФОРМУВАННЯ, ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК РИНКІВ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

АРТЕМЕНКО В. І. Економічна ефективність виробництва молока при реконструкції ферм на 1200 корів 200

БОЙЧУК А.А. Сільський туризм, як організаційна форма диверсифікації аграрного виробництва 203

БУДНИК В.А. Впровадження фінансового лізингу на ринку нерухомості 208

ГОЛУБ О.М Функціонування та сучасні тенденції розвитку ринку праці в Україні 212

ЕСАУЛОВ В. Особливості конкурентного середовища в аграрній сфері 214

КОБРІН Л.М. Основні аспекти функціонування молокопереробних підприємств Львівської області 223

КОЛПАЧЕНКО Н.М. Сутність біоенергетичного потенціалу та необхідність розвитку альтернативних джерел енергії 226

ЛЕВКІНА Р.В., ВОЗНЮК Д.Ю. Ситуація на світовому ринку продовольства 229

МІГАЧОВА Ю., ПРИХОДЬКО І. Виробництво цукру в Україні 232

МІГАЧОВА Ю., ПРИХОДЬКО І. Вирощування соняшнику в Україні 235

НАУМОВА О.Е., АНТОНОВА О.І. Проблеми та перспективи розвитку українського ринку ковбасних виробів 237

ПІВЕНЬ А.В. Сучасний стан та динаміка виробництва олійних культур в Україні 241

ПРЯДКА О.С. Стан та проблема формування ринку соняшнику в Україні 243

ТАРКАН Ю.О. Особливості формування ринку зерна 246

ТАРКАН І.О. Формування ринку цукру 249

ЧІХРАК І.Т. Тенденції розвитку зернового господарства в умовах ринкових відносин 251

УДОВА Л.О. Ринок овочів в Україні: проблеми та перспективи 254

Видання здійснено на кошти
Харківського міського
благодійного фонду
«Інженерні кадри села»

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ІНТЕРНЕТ – КОНФЕРЕНЦІЯ

«РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ»

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 08.06.2011.
Формат 60 х 84 1/16. Папір офсетний.
Гарнітура Garamond. Офсетний друк.
Умовн. друк. арк. – 16,75. Тираж – 300 прим.

Видавництво «Міськдрук»
КП «Міська друкарня», 61002, вул. Артема, 44.
Свідоцтво про державну реєстрацію
Серія ДК № 3613 від 29.10.2009 р.