

утримувалося близько 1747,8 тис. голів поголів'я корів, де їх чисельність становила на 6,7 % менше, ніж на аналогічну дату 2015 р., тоді як в сільськогосподарських підприємствах налічується майже в 3,3 разу менше тварин порівняно з приватними домогосподарствами, а саме 528,0 тис. голів (-6,4 % до минулого року).

Головне управління статистики інформує, що у січні-червні 2016 р. від усіх категорій сільськогосподарських товаровиробників на переробні підприємства області надійшло 6 тис.т живої ваги худоби та птиці, що в порівнянні з відповідним періодом 2015р. менше на 26,1%; 12,6 тис.т молока та молочних продуктів (більше на 12,9%). Частка сільськогосподарських підприємств у загальному обсязі закупівлі переробними підприємствами худоби та птиці склала 98,6% проти 97,6% у січні-червні 2015 р., молока – 48,3 % проти 43,4%.

Переробними підприємствами у січні-червні 2015 р. використано також для переробки 5,1 тис.т власно вирощеної худоби та птиці (на 21,3% менше, ніж у січні-червні 2015р.) та 1,4 тис.т власно виробленого молока (на 8,6% менше).

Більшу частину молока в сьогоднішніх умовах виробляють не колективні, як раніше, а особисті підсобні селянські господарства, які не тільки постачають сировину для молокопереробних підприємств, але одночасно конкурують з ними на ринку молочної продукції, продаючи молоко та

інші молочні товари частково на офіційних, а в основному – на стихійних неупорядкованих базарах.

Стихійна індивідуальна торгівля в умовах низького рівня життя основної частини населення, які є основними споживачами неофіційної молочної продукції, є реальною об'єктивністю. З огляду на це, молокопереробні підприємства повинні побудувати відповідну маркетингову стратегію своєї діяльності.

У зв'язку з реформуванням економічних відносин, зміни, що відбуваються в країні, вимагають формування економічного механізму нового типу. В умовах ринкової економіки нагальною є потреба у створенні механізму, який би стимулював розвиток молочної галузі АПК, включаючи нові механізми взаємодії державних методів регулювання та ринкових сил.[2]

Світова практика свідчить, що лише співвідношення ринкових і державних регуляторів дозволяє одержувати найкращі результати для розвитку сучасної ринкової економіки. Для побудови вітчизняного ринку молока важливе значення має вивчення та врахування досвіду функціонування ринкової економіки індустріально розвинених країн, а досвід країн з ринковою економікою свідчить про зростання ролі державного регулювання взагалі та на ринку молока зокрема.

Література

1. Голомша Н.С. Маркетингове дослідження ринку молок та молочної продукції / Н. С. Голомша // Економіка АПК.- 2008.-№6.- С. 108-118.
2. Давиденко Н. М. Розвиток ринку молока та яловичини в Україні. / Вісник Харк. Нац. техн. університету сільськогосподарства: Економічні науки. Вип.. 52. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 347 с.
3. Козак Ю. П. Актуальні проблеми реалізації молочної сировини в сучасних економічних умовах господарювання / Ю. П. Козак // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. -№2 (10). – Мелітополь, 2010. – 445 с.

УДК: 316.4:331

МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Рогач О. – ст. 4-го курсу, гр. ЕПШвн-41

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мельник В.І.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Будь-який організаційний процес, у тому числі й виробництво, здійснюється і регулюється людьми. Ефективність такого процесу залежить від того, як працівники ставляться до виконання своїх обов'язків та завдань, що значною мірою визначається застосуванням на підприємстві механізму стимулювання їхньої діяльності.

Мотивація ґрунтується на потребах людей. Відповідно у системі мотивації вирішальна роль належить матеріальному (економічному) стимулюванню, яке здійснюється в таких формах, як грошові виплати, надання матеріальних благ, пільг та ін.

Поряд з матеріальним заохоченням широко застосовуються різні форми неекономічного (соціально-психологічного або морального) стимулювання. З підвищенням освітньо-кваліфікаційного рівня працівників та якості їх життя, роль соціально-

психологічних чинників мотивації зростає. Проте ця форма заохочення за будь-яких умов не знижує ефективності й універсальності дії матеріальних важелів стимулювання, тому останнім приділяється основна увага в системі управління [1].

Оплата праці виконує дві основні функції: відтворювальну і стимулюючу. Проте, природно, з позиції роботодавця (підприємства) стимулююча функція сприймається як основна, оскільки вона безпосередньо сприяє досягненню його мети [2].

Система оплати праці у сучасних умовах представляється у багатьох випадках як багатофакторна модель, у цілому по підприємству вона складається з суми індивідуальних оплат праці кожного працівника [3]. Основними складовими організації оплати праці є форми та системи оплати, нормування, тарифна система та система преміювання.

В залежності від цілей підприємства повинні бути розроблені відповідні системи преміювання, що забезпечить ефективність їх застосування. Система преміювання виконує функції зацікавленості працівників у досягненні вищих результатів праці та є суттєвим мотиваційним механізмом на підприємстві. В залежності від методів мотивації, преміювання можна розподілити за двома напрямками:

– створення преміальних систем, що забезпечують зростання якісних показників, при обов'язковому збільшенні кількісних показників діяльності;

– надання додаткових пільг, відповідно до потреб працівників.

Це дозволить з одного боку, зацікавити працівників у ефективній праці, з іншого – надасть можливість роботодавцю прогнозувати фонд оплати праці.

Ще одним, не менш важливим питанням механізму удосконалення стимулювання діяльності працівників є надання соціального пакету (СП).

До складу соціального пакету входять: базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення й додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою [4]. Структура СП дозволяє розмежувати його на базовий СП та мотиваційний СП. Базовий СП охоплює: забезпечення необхідних для виконання роботи умов праці, передбачених законодавством, колективним договором та угодою сторін; загальнообов'язкове державне соціальне страхування; виплату в повному розмірі

належної працівнику заробітної плати; надання соціальних пільг і гарантій, передбачених колективним договором, угодою тощо.

Мотиваційний СП поєднує в собі конкурентний і компенсаційний пакети. Зміст конкурентного пакета можна подати у вигляді чотирьох позицій: забезпечення здоров'я; розвиток корпоративної культури, навчання, підвищення кваліфікацій за рахунок підприємства; мотивація праці; відпочинок та розваги.

Компенсаційний пакет охоплює відшкодування особистих витрат які використовуються у різний період часу, під час роботи і які пов'язані з роботою (на мобільний зв'язок, транспорт, оренду або придбання житла в іншому місті та інше) [5].

Соціальний пакет є досить потужним інструментом впливу на рівень психологічного та фізичного залучення працівника, індивідуальну й організаційну дієвість, а відтак, тривалість і успішність трудових відносин між працівником і роботодавцем.

Використання роботодавцями соціального пакета сприяє формуванню в Україні сучасного, конкурентного ринку праці, підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняних спеціалістів. Дієва система мотиваційного забезпечення діяльності працівників на підприємстві здатна підвищити ефективність діяльності особистості, колективу та підприємства загалом. При формуванні мотиваційних механізмів діяльності працівників необхідно враховувати різноетапність організаційного розвитку, особливості функціонування конкретного підприємства, його галузеву належність.

Література

1. Винокурова Е. Социальный пакет: индивидуальный или универсальный ? / Е. Винокурова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.otiss.ru/txts/06_09/SK06_09_21.htm
2. Данюк В.М. Организация оплаты труда. Методические рекомендации / В.М. Данюк, А.М. Колот. – К.: Знание, 1993. – 28 с.
3. Панкова Л.А. Сучасна криза оплати праці / Л.А. Панкова // Економічний вісник. – О. : АТЗГ І РЕНТТ, 2002.
4. Калина А.В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности): Учеб.- метод. пособие / Калина А.В. – К.: МАУП, 2001. – 312 с.
5. Новак І.М. Соціальний пакет: особливості формування та управління / І. М. Новак. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/>

УДК 658.009.12

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Захарчук О. – ст. 3 курсу, гр. ЕППвн-31

Науковий керівник – викладач Мазур В.Г.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

На сучасному етапі становлення ринкової економіки в Україні особливого значення набуває розвиток малого підприємництва. Малі підприємства не вимагають великих початкових капіталовкладень, гарантують високу ефективність використання ресурсів, здатні швидко визначати потреби у товарах споживачів в сучасних умовах, відіграють важливу роль в економічному і соціальному житті розвинених країни.

Вагомий внесок у дослідження проблем розвитку малого підприємництва, визначення його ролі в економічному розвитку країни зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як К.О. Вашенко, З.С. Варналії, Л.І. Вороніна, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин,

В.І. Кредісов, Г.М. Рижаківа, М.П. Бутко, Е.М. Лібанова, З.В. Герасимчук та ін. У працях цих науковців розглянуто процес становлення і розвитку малого бізнесу в Україні, визначалися основні причини повільного розвитку малого підприємництва та перспективи його зростання. Сьогодні в Україні відбуваються зміни, які негативно впливають на діяльність малих суб'єктів господарювання. Незважаючи на значну кількість досліджень щодо діяльності малого підприємництва, проблеми їх розвитку залишаються невирішеними.

Метою дослідження є вивчення особливостей розвитку малого підприємництва в Україні.