

Таким чином, одним із найефективніших напрямків розвитку спиртової промисловості є впровадження сучасних інноваційних технологій з виробництва спирту, які включають часткове перепрофілювання надлишкових потужностей спиртових заводів на виробництво біопалива, продукції технологічного призначення, організацію виробництва біогазу.

Література

1. Електронний ресурс [<http://www.news.meta.ua>].
2. Мельничук О.І. Проблеми та перспективи розвитку спиртової галузі України в контексті виробництва біопалива / О.І. Мельничук // Економіка і держава – 2012. – № 2. – С. 15-21.
3. Нагорний Є.І. Інноваційні напрями розвитку підприємств цукрової та спиртових галузей харчової промисловості / Є.В. Нагорний // Проблеми науки. – 2011. №1. – С.37-40.
4. Губенко Н.Ю. Сучасні тенденції розвитку спиртової та цукрової промисловості України / Н.Ю. Губенко, І.К. Шматкова // Пропозиція. – 2012. – №5. – С. 27-32.
5. Жонлер І. В.. Організаційно – методичні підходи до підвищення ефективності підприємств спиртової промисловості України/ І.В. Жонлер// Агроперспектива – 2012. – № 8. – С. 27-35.

Володимир СЛЮСАРЧИН

слухач магістратури

Тернопільський національний економічний університет

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Соціально-економічні зміни у формах власності, формування багатоукладної економіки і перехід до соціально орієнтованої ринкової економіки вимагають адекватних змін у механізмі господарювання. Здійснення господарської діяльності підприємствами АПК в умовах мінливого зовнішнього середовища, яке характеризується посиленням тиску як з боку внутрішніх, так і з боку зовнішніх конкурентів, обумовлює постійну потребу у вдосконаленні управління. Відповідно до цього, агропромислові підприємства потребують постійного коригування організаційної структури, та внесення інших змін в систему управління. При цьому, основні напрями вдосконалення організації управління передбачають наступне:

- децентралізацію управління;
- спрощення управлінських процедур, надання їм меншої формалізації;
- узгодження повноважень та відповідальності посадових осіб;
- усунення суперечливості в рішеннях і наказах;
- посилення мотивації до праці працівників та керівників;
- вдосконалення організаційних комунікацій.

Виходячи за рамки процесів пов'язаних чітко із організацією управління, агропромислові підприємства значні зусилля докладають також у інших сферах управлінської діяльності, зокрема:

- зниженні загальних витрат і витрат на управління;
- зростанні прибутку;
- розширенні частки ринку;
- прискоренні техніко-економічного розвитку;
- підвищенні оперативності та більшій гнучкості у взаємодії із зовнішнім середовищем тощо.

Названі напрями оптимізації управління покликані підвищити його ефективність і досягаються за рахунок різного роду заходів. Серед найбільш актуальних для підприємств, що займаються переробкою сільськогосподарської продукції напрямів вдосконалення варто виділити:

– вдосконалення механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, оскільки експорт в умовах низької купівельної спроможності внутрішнього ринку може стати важливим джерелом залучення оборотних коштів;

– удосконалення організації та управління виробництвом та переробкою продукції, що дозволить отримати в комплексі зниження витрат, зростання продуктивності та ефективності господарювання;

– запровадження або розширення можливостей маркетингової служби на підприємстві, що дозволить трансформувати систему збуту продукції на підприємстві в напрямку максимального задоволення потреб споживачів.

Низька результативність зовнішньоекономічної діяльності багато в чому пов'язана з недостатньо компетентними діями підприємств АПК на зовнішньому ринку, які призводять до негативних наслідків, таких, як збитки в результаті заниження цін, антидемпінгові розслідування та санкції з боку іноземних держав, обумовлені недобросовісною конкуренцією та ін. Це свідчить про відсутність чіткої зовнішньоторгової політики, недостатній досвід роботи на зовнішньому ринку, прагнення до швидкої віддачі шляхом продажу продукції, яка не потребує особливих зусиль з її просування, що вказує на необхідність подальшого обґрунтування умов та напрямків вдосконалення механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств АПК.

Таким чином, здійснення ЗЕД підприємствами АПК України потребує значних перетворень як на макро-, так і на мікрорівні. Аналіз особливостей і техніки зовнішньоторговельних операцій засвідчує, що більшість підприємств АПК не приділяють належної уваги системі менеджменту ЗЕД: плануванню, організації, координації, мотивації, запровадженню дієвих методів аналізу, не вивчають зовнішнє та внутрішнє середовище бізнесу з метою розробки перспективних стратегій посилення конкурентних позицій фірм як на українському, так і на міжнародному ринку.

В останні роки відбулися суттєві зміни не тільки у формах власності і господарювання, але й помітно зменшились розміри підприємств та їх підрозділів, посилилась автономність суб'єктів господарювання тощо. Без урахування цих та інших змін в організаційній системі, пристосування її до об'єктивних умов, зовнішньо обмежувальних факторів розвитку через деякий період механізм господарювання старіє, виникає неузгодженість між технікою і організацією виробництва, з одного боку, і будовою управлінської системи – з другого.

У процесі удосконалення організаційного механізму треба позбавитись і інших дефектів організаційної системи. Зокрема в підприємствах також спостерігається недотримання норм керованості, слабка мотивація до праці, низька якість організаційного регламентування, що призводить до нерівномірної завантаженості керівних працівників, дублювання виконуваних функцій, появи об'єктів і сфер діяльності, неохоплених управлінням. Крім того, нечіткий розподіл обов'язків і повноважень між структурними підрозділами і окремими виконавцями призводить до такого організаційного стану, коли багато важливих питань, що вимагають вирішення не підпадають під юрисдикцію жодного керівника.

Орієнтація агробізнесу на успішне розв'язання ринкових завдань потребує інноваційного розвитку вітчизняного аграрного сектору й адаптації його до ринкових умов. Водночас функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах вільної ринкової економіки і зв'язок їх із ринком диктують необхідність застосування чіткої економічно обґрунтованої системи маркетингу, як необхідного елемента забезпечення їх конкурентоспроможності. Ще більше потреба в маркетингу виникає в агропромислових формуваннях, які започатковують прямий вихід на зарубіжні ринки. Враховуючи це, питання організації управління маркетинговою діяльністю в системі формування продовольчого ринку є надзвичайно актуальним на сучасному етапі пореформеного розвитку аграрного сектора економіки й всього АПК.

Кожне переробне підприємство здійснює маркетингову діяльність, навіть якщо воно не має спеціального відділу. Аналіз їх діяльності дає підстави для висновку, що маркетингові

функції в господарствах виконуються здебільшого керівниками, які є часто їхніми власниками. При прийнятті рішень останні орієнтуються переважно на власний досвід та обмежений обсяг інформації, що надходить з різних джерел і не має регулярного характеру. Відповідно це призводить до спотвореного сприйняття ситуації на ринку та прийняття не виважених управлінських рішень. Служба маркетингу повинна бути самостійним структурним підрозділом підприємства, інакше, як показує досвід, вона буде мати залежне становище відносно того відділу, частиною якого вона є.

Отже, вдосконалення системи управління підприємствами з переробки сільськогосподарської продукції є складним тривалим процесом, який може бути реалізованих з допомогою повної або часткової реструктуризації. При цьому основні завдання вдосконалення покликані оптимізувати роботу виробничих підрозділів, маркетингових служб та зовнішньоекономічної діяльності в комплексі. Саме названі напрямки є найбільш актуальні для досліджуваних підприємств.

Література

1. Дудар Т.Г. Менеджмент: Навчальний посібник / Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин, В.Т. Дудар. – К.: Центр учбової літератури, 2013, - 336 с.
2. Євтушенко Г.І. Нова парадигма вдосконалення системи менеджменту в контексті забезпечення економічного розвитку та соціальної безпеки / Г.І. Євтушенко, В.І. Куценко, О.В. Птащенко // Бізнес Інформ. – 2017. – №4. – С. 335 – 340.
3. Росоха В.В. Управління господарською діяльністю аграрних підприємств та її збутова політика / В.В. Росоха // Економіка АПК. – 2016. – № 8. – С. 71-79.

Володимир СТЕПАНЮК

учень гімназії

НВК «ЗОШ I-III ступеня-гімназія», м.Горохів

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах глобалізації інноваційний розвиток стає визначальним чинником досягнення економічного лідерства, важливим інструментом у конкурентній боротьбі. В період інтеграції сільського господарства України в світове співтовариство його актуальність набуває дедалі більшого значення. Це зумовлено тим, що інновації є матеріальною основою підвищення ефективності виробництва, якості і конкурентоспроможності продукції, зниження витрат і виступають найважливішою умовою економічного зростання на якісно новій основі. Інноваційний потенціал формує здатність аграрних підприємств конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і допомагає уникнути економічної кризи [1].

Дослідження процесу впровадження інновацій свідчить про те, що з одного боку, на його шляху ще є чимало перепон, які суттєво стримують інноваційний розвиток у державі; з іншого – інноваційний розвиток є основою для стратегічного розвитку галузей та регіонів.

Вагомий внесок у дослідження особливостей інноваційних процесів зробили вітчизняні вчені С.А. Володін, В.М. Геєць, О.І. Дацій, О.Ю. Єрмаков, О.В. Крисальний, М.І. Кісіль, П.Т. Саблук, В.П. Ситник, В.М. Трегобчук та інші

Саме поняття «інновація» вперше з'явилося в роботах культурологів ще в XIX столітті і означало введення певних елементів однієї культури в іншу. Узагальнивши теоретичні дослідження, розпочаті українським вченим-економістом світового рівня Михайлом Туган-Барановським, австрійський вчений Йозеф Шумпетер на початку XX століття вперше ввів у науковий обіг терміни «нові комбінації» та «інноваційний процес». У своїй праці «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) Й. Шумпетер визначає п'ять типів нових комбінацій змін або інновацій 1) виробництво нового продукту чи відомого продукту в новій якості; 2) впровадження нового методу виробництва; 3) освоєння нового ринку збуту; 4) залучення для виробничого процесу нових джерел сировини; 5) проведення реорганізації (уведення нових