

Отже, впровадження служби контролінгу на підприємстві забезпечить інформаційно-аналітичну підтримку процесів прийняття обґрунтованих управлінських рішень, переводить системи оперативного та стратегічного управління на якісно новий рівень, забезпечує успішне функціонування економічного суб'єкту в довгостроковій перспективі.

Використані джерела

1. Брітченко І.Г., Князевич А.О. Контролінг: навч. посіб. Рівне: Волинські обереги, 2015. 280 с.
2. Капліна А.І. Контролінг у системі ефективного управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. №2. URL http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/72.pdf (дата звернення: 12.10.2021).

Гаврилюк Іванна

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри

економіки та економічної теорії ЗУНУ Шиманська О.П.)

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основною умовою збереження та розширення позицій підприємства на ринку чи його сегментах, а також стабільного приросту прибутку, враховуючи процеси глобалізації світової економіки, збільшення темпів і масштабів змін у технологічному середовищі, стає забезпечення високого рівня конкурентоспроможності.

Під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати низку зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають чи потенційно можуть вплинути на формування конкурентних позицій. Зовнішні чинники, насамперед, репрезентують сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інші зовнішні умови і чинники, які діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив на функціонування підприємства [1]. Внутрішні – це контрольовані чинники діяльності організації. До таких можна віднести організаційну структуру підприємства, його фінансові можливості, ресурсний потенціал, інформаційні ресурси, системи постачання та збуту тощо [1].

Варто зазначити, що в молочній галузі, як і у багатьох інших галузях економіки України, спостерігається посилення конкуренції, тому для будь-якого підприємства важливо активізувати всі складові внутрішнього потенціалу, сформувати оптимальне

використання ресурсів, а також враховувати галузеві особливості задля формування та розвитку конкурентних переваг. Управління конкурентоспроможністю підприємства, як відомо, включає в себе всі процеси управління організацією, а саме: управління інноваціями, якістю продукції та праці, організацією виробництва і збуту продукції, ціновою політикою, персоналом. Процес управління пов'язаний з організаційними, технічними, нормативними, ресурсними, ринковими, якісними та управлінськими показниками, оцінкою можливостей ведення інноваційної діяльності та інвестиційної привабливості підприємства, гармонійністю розвитку його внутрішнього клімату, а також необхідністю аналізувати сукупні вимоги ринку до продукції підприємства, пропозиції виробників-конкурентів, сегментацію ринку, прогнозувати, оптимізувати і нормувати прибуток й витрати своєї діяльності.

При створенні системи управління конкурентоспроможністю підприємства враховується можливість прогнозування конкурентоспроможності товару (послуги) в майбутньому на максимально можливо тривалий термін з метою створення конкурентних переваг товарів і послуг із використанням інноваційних методів проектування.

Аналізуючи молочну галузь в Україні, слід вказати на стрімке зниження обсягів виробництва молока: за перше півріччя 2021 р. вироблено молока на 5,6% менше, ніж за аналогічний період минулого року, а поголів'я корів в Україні скоротилося до 1,66 млн. голів. Відбулося зменшення майже на 12% надходження сировини на переробку, що призвело до помітного зниження виробництва в Україні масла, сирних продуктів та сухого знежиреного молока. Водночас, зріс імпортомолочної продукції; за результатами першого півріччя цього року він сягнув 165 млн. дол., що на 25 млн. дол. більше, ніж за той же період 2020 р. [2; 3]. Стан молочного ринку в Україні загалом визначатиметься темпами відновлення економіки, рівнем купівельної спроможності населення, адаптацією до підвищення стандартів якості продукції, здатністю українських товаровиробників адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища, здійснювати пошук та розширювати канали збуту продукції.

Таким чином, для того, щоб утримати конкурентну позицію на ринку молочної продукції України підприємства мають володіти конкурентними перевагами, основними з яких є якість та ціна. Також конкурентними перевагами молокопереробних підприємств повинна бути власна сировинна база, широкий асортимент продукції, адаптація її під потреби споживачів, виконання термінів постачання, інноваційні продукти та технології, висококваліфіковані кадри тощо.

Використані джерела

1. Колесник Т.М. Аналіз факторів впливу на управління конкурентоспроможністю організації. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 408-414.
2. Мультимедійна платформа іномовлення України «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3291475-za-piv-roku-ukraina-importovala-molocnoi-produkcii-na-165-miljoniv-ekspert.html>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Софія Гірська

Західноукраїнський національний університет

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри

менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Острозького В.М.)

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для того, щоб підприємство ефективно здійснювало свою діяльність на ринку господарювання, необхідно створити сприятливий мотиваційний механізм. Мотиваційний механізм – це сукупність організаційно-економічних, матеріально-технічних та інших інструментів та методів, що спонукають працівників підприємства ефективно виконувати трудову діяльність. Даний механізм реалізується через призму інтересів та стимулів.

Для того, щоб розуміти сутність мотиваційного механізму необхідно, насамперед, визначити, що таке мотивація. І. П. Булеєв, досліджуючи питання мотивації праці, дійшов висновку, що «мотивація праці є складовою частиною господарського механізму, включає економічне стимулювання і відповідальність, соціально-психологічні чинники. Мотивація праці спирається на інтереси, виражає систему інтересів, в яких, в умовах різноманіття форм власності і товарно-грошових відносин стає інтерес індивідуума (особистий, груповий). За допомогою економічних важелів, а в ряді випадків й адміністративних методів, держава прагне до односпрямованості особистих, групових, колективних інтересів та інтересів суспільства» [2, с. 26-27].

Дослідження мотивації праці ґрунтується на основі категорії «потреби». Людина – це біологічно-соціальна істота, високоорганізована та здатна до саморозвитку, активно взаємодіє з факторами зовнішнього середовища та постійно потребує задоволення своїх потреб. Проте, важливо врахувати, що у кожної людини є власні потреби та пріоритети, що своєю чергою буде впливати на роботу, яку вони будуть виконувати. Різниця у потребах людей залежить від того, якій із типу мотивації вона надає перевагу матеріальній чи нематеріальній.