

Література:

1. Гордієнко І.В. Інформаційні системи і технології в менеджменті: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / І.В. Гордієнко. – [2-ге вид., перероб. і доп.] – К. : КНЕУ, 2003. – 259 с.
2. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу: [навч. посіб.] / Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 2003. – 328 с.
3. К. Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel / Карлберг Конрад ; пер.с англ.] ; [2-е изд.]. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2002.
4. Васильев А.Н. Финансовое моделирование и оптимизация средствами Excel 2007 (+CD) / Алексей Васильев. – СПб : Питер, 2009. – 320 с.
5. Гультияев А.К. MATLAB 5.3. Имитационное моделирование в среде Windows: практическое пособие / А.К.Гультияев. – СПб. : КОРОНА принт, 2001. – 400 с.
6. Ситник В.Ф. Імітаційне моделювання: [навч. посіб.]/ В.Ф. Ситник, Н.С. Орленко. –К. : КНЕУ, 1998.– 232 с.
7. Ситник В.Ф. Імітаційне моделювання: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / В.Ф. Ситник, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 1999.– 208 с.
8. Шеннон Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Роберт Шеннон [пер. с английского]. – М. : Мир, 1978. – 512 с.
9. Смородинский С.С. Оптимизация решений на основе компьютерных имитационных методов и моделей: [учеб. пособие по курсу «Моделирование систем» для студ. спец. «Автоматизированные системы обработки информации» дневн. и дистанц. форм обуч. В 2 ч.] / С.С. Смородинский, Н.В. Батин. – Мн. : БГУИР, 2004. – Ч 1.– 2004.– 80 с.: ил.

УДК 338.43:65.012.032.009.12:634

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА В ПЛОДОВОДЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

*Корниенко Г.В., аспирант
ЮФ НУБиП Украины «КАТУ»*

У статті розглянуто теоретичні основи щодо створення організаційно-управлінського механізму плодоводчих підприємств.

The theoretical base and creation of organizational and managerial mechanism of fruit-growing are represented in article.

Постановка проблеми. Процесс реформирования аграрного сектора Украины настоятельно требует от руководителей и специалистов знаний, умений и навыков в области маркетингового менеджмента.

Плодоводство всегда было одним из наукоёмких и экономически эффективных направлений агробизнеса. Однако, существующая экономическая ситуация в стране стала причиной того, что плодоводство сегодня находится в сложных условиях.

За последние десять лет в Украине заложено более 35 тыс. га плодовых и ягодных насаждений, в том числе в 2010 году почти 2.4 тыс. га. Структура заложенных насаждений имеет следующий вид: 55% – семечковые (главным образом, это яблоня и груша), 24% – косточковые, 17% – ягодные, 4% – орехоплодные.

В 2009 году плодово-ягодным бизнесом занималось 2819 производителей (без учета личных хозяйств). При этом 5% составляют хозяйства, имеющие более 100 га насаждений, 25% – от 20 до 100 га и 70% – небольшие хозяйства, которые работают на площадях менее 20 гектаров. В 2011 г. почти 3000 предприятий заняты в производстве фруктов.

Отрасль плодоводства предъявляет повышенные требования к рациональной организации производства, специфической для различных регионов, областей и даже отдельных предприятий.

Существующие модели решения проблем повышения экономической эффективности и устойчивости производства плодов применяются фрагментарно и направлены, в основном, на смягчение результатов фактических отрицательных воздействий.

До 2025 года в Украине действует специальная отраслевая программа по развитию садоводства, которая предусматривает, в частности, компенсацию расходов бизнеса на закладывание новых садов. Но, по словам гендиректора Украинского клуба аграрного бизнеса Владимира Лапы, поддержка не отвечает реальным потребностям бизнеса [1].

Анализ последних исследований и публикаций. К настоящему времени накоплен значительный опыт исследования организационного механизма управления. Предложены детально разработанные методические и практические подходы к решению проблемы формирования организационного механизма управления.

Вопросы научной разработки организационного механизма управления производством в АПК нашли отражение в работах: И.М. Куликова[2], Е.А. Егорова [3,4]. Научному исследованию проблемы формирования и функционирования рынка плодово-ягодной продукции, исследованию различных аспектов экономики и организации плодоводства посвящены работы Е.А. Егорова [5], М.В. Минасова [6], В.А. Рульева [7].

Однако анализ специальной литературы показал, что большая часть предлагаемых методов формирования организационно-управленческого механизма не носит системного характера и направлена преимущественно на определение основных характеристик и численных параметров собственно организационной структуры.

Необходимость повышения оперативности управления и изменений способов работы приводят к увеличению масштабов операционной работы, что, впоследствии, приводит к использованию большого числа должностей, стандартных правил, инструкций, процедур, документов.

Поэтому определение целей, направлений и характера взаимосвязей различных звеньев организационно-управленческого механизма приобретает первозначное значение.

Постановка задания. Целью данной статьи является формализация организационно-управленческого механизма плодово-ягодных предприятий.

Изложение основного материала исследования. Основным назначением организационно-управленческого механизма в плодово-ягодных предприятиях является формирование и усиление организационного потенциала

предприятия как составляющей части ресурсов управления, обеспечивающих воздействие на факторы производства.

Формирование организационно-управленческих механизмов, адекватных существующим условиям, – это процесс, который требует системного подхода, знания теории и практики проектирования организационных механизмов управления.

Кроме того, конкурентоспособный организационно-управленческий механизм должен обладать ниже перечисленными свойствами: целенаправленность; целостность; сложность; иерархичность; чувствительность, адаптивность; открытость; самоорганизованность и самоуправляемость; саморегулирование; надёжность и оперативность решения проблем.

Организационно-управленческий механизм формирования конкурентоспособного потенциала предприятия позволяет эффективно функционировать на рынке, регламентируя свою деятельность соответствующим правовым полем – ПП (правовые нормы и нормативы), учитывая Оф и Ом (организационные формы и методы), максимизируя эффект от эксплуатации ЭПП (совокупность элементов производственного процесса: трудовые ресурсы, средства и предметы труда, информация), широко применяя СО (способы организации связей между элементами).

Учитывая всё вышеперечисленное, можно представить состав организационно-управленческого механизма плодородческих предприятий в виде совокупности следующих блоков: блок корпоративного планирования; блок организации управления; структурный блок; организационно-технический блок; организационно-административный блок; экономический блок; информационный блок.

Представленные блоки организационно-управленческого механизма предприятия, представляют собой совокупность различных по своей природе механизмов.

Это позволяет не только эффективно управлять внутренними процессами производства, но и оперативно реагировать на изменения предпочтений и требований внешней среды, то есть повышать конкурентоспособность плодородческого предприятия в целом.

Выводы. Плодородство Украины – это сложно организованная система, состоящая из биологических, экономических подсистем и требующая: оптимизационного подхода к структурной организации; регулятивных методов в управлении ресурсными издержками, пропорциональности, согласованности и сопоставимости структурных элементов, имеющих своей целью обеспечить заданный уровень воспроизводства.

Таким образом, проведенные исследования и анализ современного состояния плодородства позволяют сформировать организационно-управленческий механизм в плодородческих предприятиях. Представленные свойства механизма обеспечивают конкурентное преимущество, а блоки – направлены на более эффективное использование имеющегося ресурсного потенциала отрасли плодородства, качественное совершенствование, техническое и технологическое обновление.

Использование данного организационно-управленческого механизма позволит не только осуществлять дальнейшее развитие плодородческого бизнеса, в соответствии с требованиями современного рынка, но и повысить конкурентоспособность отечественных производителей, что предоставит Украине возможность занять достойную позицию на мировом рынке.

Литература.

1. Сугак С. Украинцы получают адекватные цены на яблоки / С. Сугак [Электронный ресурс]. Режим доступа к статье : <http://ianp.com.ua/ru/news/tech/read/13303>.
2. Куликов И.М. Организационно-экономический механизм устойчивого развития плодово-ягодного подкомплекса АПК / И.М. Куликов, В.Ф. Урусов // АПК: экономика, управление. – 2008. – №8. – С.10-15.
3. Егоров Е.А. Методология разработки эффективного производственно-технологического процесса в промышленном плодородстве / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян // Наука Кубани. Краснодар. – 2007. – №4. – С.51-54.
4. Егоров Е.А. Методология создания моделей плодовых предприятий с уровнем эффективности расширенного воспроизводства / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян // Наука Кубани. Краснодар. – 2008 (Приложение). – С. 68-71.
5. Егоров Е.А. Методологические подходы к формированию устойчивых производственных систем в плодородстве / Е.А. Егоров, Ж.А. Шадрина, Г.А. Кочьян, А.В. Гапоненко // Наука Кубани. – 2005. – № 5. – С.114-117.
6. Минасов М. Обеспечение устойчивого воспроизводства в АПК / М. Минасов // АПК: экономика и управление. – 2002. – №10. – С. 16-20.
7. Современные тенденции мирового плодородства и перспективы его развития в Украине : матер. Междунар. науч. конф. (пос. Самохвалово 10 окт. 2005 г.) [«Современное плодородство: состояние и перспективы развития»] / В.А. Рулев. – К. : Плодородство. – Т. 17.Ч.2. – С. 24.

УДК 631.1.027:633.433:631.147

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Кошова Л.М., ст. викладач

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто теоретичні засади та проведена розробка практичних рекомендацій щодо формування маркетингового забезпечення розвитку виробництва екологічно безпечної продукції на сільськогосподарських підприємствах при виході на зовнішні ринки, що дозволить їм отримати додаткові прибутки та підвищити рівень конкурентоспроможності в галузі.

In the article it is considered theoretical principles and conducted development of practical recommendations in relation to forming of marketing strategy of development of production ecologically of safe products on an agricultural enterprise which will allow him to get additional income and to promote the level of competitiveness in industry.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України, одним із головних завдань являється підвищення рівня продовольчої безпеки держави та забезпечення населення високоякісними, екологічно безпечною сільськогосподарською продукцією вітчизняного виробництва. Разом з тим, підприємства аграрної сфери у своєму прагненні постійно нарощувати