

Державна підтримка інноваційної діяльності в АПК може і повинна здійснюватися як непрямыми методами, у вигляді створення сприятливих умов для її розвитку, так і при прямій участі держави.

Література:

1. Основи аграрного підприємництва / [М.Й. Малік, В.В. Зіновчук, Ю.О. Лупенко та ін.] ; за ред. М.Й. Маліка. – К. : Інст-т аграрної економіки, 2001. – 582 с.
2. Ройтман С. Система приема, формализации и продвижения новаций / С. Ройтман, О. Фиговский // Экология и жизнь. – 2007. – №10 (71). – С. 26-31.
3. Россоха В.В. Інноваційна парадигма управлінської діяльності / В.В. Россоха // Агроінком. – 2005. – Вип.5-6. – С. 59-61.
4. Ткаченко В.Г. Инвестиционные и инновационные процессы в АПК Украины в условиях аграрной реформы: [монография] / Под ред. В.Г. Ткаченко, И.В. Богачева. – Луганск : «Книжковый світ», 2010.

УДК 631.1.027:658

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Острик В.Ю., к.э.н.

ЮФ НУБиП Украины «КАТУ»

В статье обоснована необходимость создания конкурентоспособной системы менеджмента в предприятиях АПК на основе маркетингового подхода.

The necessity creation of the competitive management system for agricultural enterprises based on marketing approach is given in the article.

Постановка проблемы. Для успешного управления предприятиями необходимо осуществлять деятельность, в рамках современного менеджмента системно и взаимосвязано. Для конкурентоспособной деятельности, следует внедрить и поддерживать в рабочем состоянии такую систему менеджмента, разработанную с целью постоянного улучшения результативности и эффективности деятельности организации, учитывая потребности и запросы как элементов внешней, так и внутренней среды организации, основанной на маркетинговом подходе.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в вопросы маркетингового менеджмента в предприятиях АПК внесли такие отечественные ученые, как: А.Н. Бузни, П.А. Хриенко, Е.П. Голубков, Р.А. Фатхутдинов, А.А. Еракин, С.А. Ефимов, Б.К. Токарев, а также зарубежные ученые, такие как Д. Джоббер, Ф. Котлер и другие. Однако, несмотря на высокий уровень исследования вопросов маркетингового менеджмента, малоизученными остаются практические вопросы внедрения данной системы в агробизнесную деятельность на современном этапе.

Постановка задания. Целью данного исследования является формализация и описание факторов, формирующих систему конкурентоспособного менеджмента, основанную на маркетинговом подходе для современной деятельности предприятий агробизнеса. В соответствии с поставленной целью необходимо решение следующих задач: представить факторы, формирующие

конкурентоспособность системы менеджмента с описанием и характеристикой, представить место данных факторов в конкурентоспособной системе маркетингового для современных предприятий аграрного сектора.

Изложение основного материала исследования. Конкурентоспособная система менеджмента должна быть составной частью общей системы управления и руководства предприятием. Современный менеджмент играет ведущую роль в достижении требуемой эффективности в масштабах всей организации. К числу основных задач современного менеджмента относятся перспективное планирование, контроль и совершенствование работы предприятия, адаптационные механизмы хозяйствования, которые должны осуществляться систематически и соответствовать целям и миссии предприятия и принятой в ней практике руководства.

На современном этапе важно обеспечить эффективное управление производственными процессами, применяемыми в предприятии. Это обусловлено тем, что качество, выпускаемой продукции непосредственно зависит от эффективности этих процессов и составляющих их операций, от организации информационных потоков между процессами и операциями в ходе реализации готовой продукции.

Одним из основных направлений эффективного ведения хозяйствования в условиях современного менеджмента в рамках рыночной экономики является подготовка и проведение адаптационных мероприятий, по повышению конкурентоспособности всех звеньев, участвующих в управленческом процессе. Важным фактором, влияющим на дальнейшую эффективность работы предприятия, является наличие в организации программы адаптационных мероприятий, цель которой – помочь предприятию, учитывая его производственный, финансовый и ресурсный потенциал, адаптироваться к новой обстановке и достичь необходимой эффективности деятельности в наиболее короткий срок.

Действия по осуществлению адаптационных мероприятий призваны улучшить организационные условия работы для быстрого вхождения в новый производственный процесс, а также помочь избежать снижения эффективности работы всего предприятия.

Современный менеджмент – это специфическое средство, функция, инструмент для ведения конкурентоспособного бизнеса и агробизнеса. Выполнение этой сверхзадачи требует расширить сферу ответственности управленца, в которую входят все факторы, влияющие на деятельность организационно-правового формирования, и результаты его деятельности. Это обстоятельство требует стратегического подхода к управлению как по вертикали (на всех иерархических уровнях), так и по горизонтали (управление функциональными областями); стратегия – дело всех сотрудников. Человеческий фактор становится ключевым фактором успеха функционирования предприятия на современном этапе.

К основным направлениям адаптации современных систем менеджмента относятся: лояльность к работающим; ответственность – как обязательное условие успешного менеджмента; коммуникации, пронизывающие организа-

цию снизу вверх, сверху вниз, по горизонтали; атмосфера в организации, способствующая раскрытию способностей работающих; постоянное обучение и совершенствование профессиональных навыков всех участников управленческого процесса; своевременная реакция на частые изменения во внешней среде предприятия; переход от авторитарного стиля руководства к лидерству; участие менеджеров в работе подразделений на всех этапах как условие согласования и целостности; профессионально контактировать с покупателями, поставщиками, исполнителями, руководителями и т.п.; этика предпринимательской деятельности, честность и доверие к людям, использование в работе фундаментальных основ менеджмента, технологий, алгоритмов выработки управленческих решений; перспективное видение организации – четкое представление о том, какой она должна быть.

Реализация принципов управления в современных условиях предъявляет высокие требования к личности менеджера.

Принятие решения о внедрении системы менеджмента подразумевает понимание и осознание ее сути всеми вовлеченными сторонами. Как правило, принятие решения о внедрении системы менеджмента осуществляется высшим руководством, в то время как ответственность за сам процесс внедрения будут нести все участники данного процесса.

Наиболее эффективное внедрение и функционирование системы менеджмента будет осуществлено при условии осведомленности и понимания высшим руководством сути системы во время принятия решения о внедрении и на протяжении всего периода ее функционирования, что должно отражаться в обеспечении поддержки вовлеченного персонала со стороны руководства.

Сложность в построении и адаптации существующих систем управления в конкурентоспособные системы менеджмента, в условиях рыночных отношений, на отечественных предприятиях сложный и многогранный процесс. Национальные особенности, отсутствие корпоративного духа и высокий уровень коррупции не способствуют быстрому преобразованию данных категорий, однако необходимость данного процесса очевидна и только комплексное всестороннее участие всех звеньев в данном процессе позволит выйти отечественному производителю на международный уровень и занять свое конкурентоспособное место на мировом рынке.

Успешный маркетинг обеспечивает наличие нужного продукта в нужном месте в нужное время и осведомленность о нем потребителя. Формируя современную систему конкурентоспособного менеджмента необходимо совмещать функции маркетинга и сбыта, иногда ими руководят разные менеджеры. В некоторых предприятиях сбыт рассматривается как локальная функциональная область, а маркетингом отдельно занимается управленческое звено. Деятельность по сбыту и по маркетингу необходимо сочетать, так как между двумя этими сферами должен идти постоянный обмен информацией, иначе это неблагоприятно скажется на планировании маркетинга.

По нашему мнению конкурентоспособная система менеджмента включает ряд составляющих: обеспечивающую, функциональную, гуманитарологическую, и подсистему решения проблем.

На современном этапе функциональная подсистема играет важнейшую роль в формировании конкурентоспособной системы менеджмента на предприятии, ведь, как показывает опыт, функции выполняемые менеджерами в современных предприятиях далеки от классических теорий управления и менеджмента. По нашему мнению среди основных и первостепенных функций менеджера следует выделить: 1. Анализ; 2. Целеполагание; 3. Планирование; 4. Организацию; 5. Контроль. 6. Маркетинг.

Маркетинг, как функциональная составляющая конкурентоспособности менеджмента, позволяет функционировать предприятию в таком виде, чтобы осуществлять конкурентоспособную управленческую деятельность, а, следовательно, и достигать высоких результатов труда и производства.

Выводы. Сложность современных систем менеджмента в рамках эффективного функционирования обусловлена изменениями и нестабильностью внешней и внутренней среды деятельности организационно-правового формирования, поэтому, только учитывая все составляющие подсистем системы менеджмента менеджер сможет осуществлять свою деятельность конкурентоспособно, реализуя маркетинговую составляющую.

Литература:

1. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания [пер. с англ. Н.А. Нуреева] / Х. Виссема. – М. : Издательство “Финпресс”, 2000. – 272 с. – (Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом).
2. Дункан Джек У. Основопологающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики [пер. с англ.] / Джек У. Дункан. – М. : Дело, 1996. – 415 с.
3. Месхон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Месхон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [под.ред. М.Х. Месхон ; пер. с англ.]. – М. : «Дело», 1992. – 702 с.
4. Василенко В.М. Теорія і практика розробки управлінських рішень : [навч. посіб.] / В.М Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 420 с.

УДК:476.45:23.356

КОНФЛІКТ В РОЗВИТКУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ТА БІОЕНЕРГЕТИЧНОЇ ПРОГРАМ КРАЇН СВІТУ

Передерій Н.О., к.е.н., доцент, Костюк О.Д., к.е.н., доцент,

Кузьменко С.В., к.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Висвітлено проблеми продовольчої програми країн світу та їх зв'язок з розвитком біоенергетики.

This article is focused on urgency of food program in the world and its connect with bioenergy.

Постановка проблеми. Останнім часом всі країни світу занепокоєні власною продовольчою безпекою і світу в цілому. Експерти пояснюють глобальне подорожчання продуктів харчування трьома факторами. По-перше, зростанням споживання і, відповідно, попиту на продовольство, а також зміною структури споживання частини населення Індії та Китаю. По-друге, збі-