

МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



В І Д >
О Р

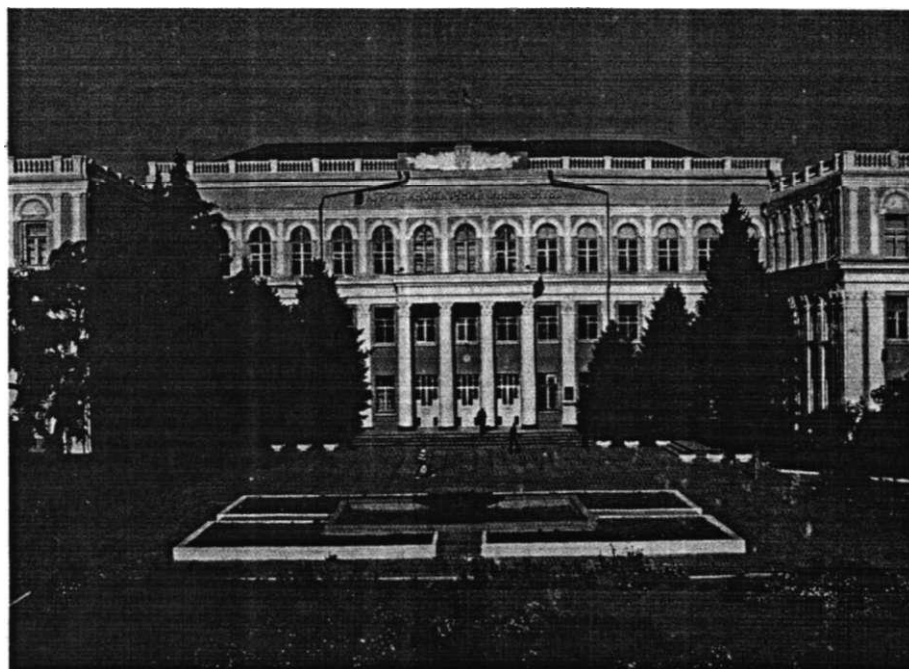


ЗБІРНИК

НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ТАВРІЙСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
АГРОТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

(ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ)

№ 6



Мелітополь, 2009

МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ
ТДАТУ

ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ТАВРІЙСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
АГРОТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
(ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ)

№6

Мелітополь

2009

(

УДК 631.1(06)

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. В.А. Рувьєва. - Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2009. - № 6. - 336 с.

У матеріалах збірника наукових праць обґрунтовуються концептуальні напрями стратегічного розвитку аграрного сектору економіки України. Висвітлюються особливості формування господарського механізму аграрних підприємств в умовах глобалізації економіки. Містяться пропозиції щодо вирішення проблем розвитку економіки, менеджменту, маркетингу, бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств та сільськогосподарського дорадництва.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії:

Рувьєв В.А. - д.е.н., професор, директор ННІ економіки та бізнесу ТДАТУ

Заступник голови:

Григор'єв С.М. - к.е.н., доцент, заступник директора ННІ економіки та бізнесу ТДАТУ з науки

Відповідальний за випуск збірника:

Сахно Л.А. - к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та бізнесу

Відповідальний секретар:

Попова Т.В. - к.е.н., доцент, заступник декана факультету економіки та бізнесу

Члени редакційної колегії:

Кропивко М.Ф. - д.е.н., професор, академік УААН, член наглядової ради ТДАТУ

Дачій О.І. - д.е.н., професор

Плаксінєнко В.Я. - д.е.н., професор

Мармуть Л.О. - д.е.н., професор

Зінов'єв Ф.В. - д.е.н., професор

Карман С.В. - к.е.н., доцент, декан факультету економіки та бізнесу ТДАТУ

Лобанов М.І. - к.е.н., доцент, зав. каф. менеджменту та маркетингу

Брустінєв В.М. - к.т.н., професор, зав. каф. організації виробництва та агробізнесу

Вороновська О.В. - к.е.н., доцент, зав. каф. бухгалтерського обліку та аудиту

Воронянська О.В. - к.е.н., доцент, зав. каф. аналізу та контролінгу

Максімець О.М. - к.ф.н., доцент, зав. каф. українознавства

Яцух О.О. - к.е.н., доцент, зав. кафедри фінансів та кредиту

Друкується за рішенням Вченої ради Таврійського ДАТУ (протокол № 5 від 26.05.2009).

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №14207-3178Р від 30.05.2008

© Таврійський державний агротехнологічний університет,
ННІ економіки та бізнесу ТДАТУ, 2009
Міністерство аграрної політики

ЗМІСТ

1. *Рувьєв В.А., Лобанов М.І., Григор'єв С.М.*
Роль сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на ринку аграрної продукції 7
2. *Васильчик С.В., Михалевська К.Є.*
Механізм впливу маніпулятивних процесів в соціальній рекламі на поведінку людини в сільській місцевості 14
3. *Вишнеєвська О.М.*
Соціально-економічний розвиток підприємств сільських територій в умовах загострення кризових явищ 19
4. *Генова С. С.*
Зерновий сектор України - проблеми та можливі варіанти розвитку 25
5. *Єгорова Н.Ю.*
Особливості формування регіонального ринку насіння озимої пшениці та ярого ячменю 29
6. *Карташова О.Т.*
Проблеми та перспективи розвитку комплексу виноградарства та виноробства Херсонської області 33
7. *Мірошниченко О.В., Каткова Н.В.*
Інноваційні аспекти підвищення ефективності виробництва олієвидобувних підприємств 39
8. *Шебаніна О.В., Кіпрєєва О.Ю.*
Раціональне співвідношення між добровільним та обов'язковим страхуванням врожаю сільськогосподарських культур 45
9. *Кісізь М.І.*
Сучасний стан та перспективи залучення іноземних інвестицій у агропромислове виробництво України 49
10. *Клименко А.А.*
Методичні та інформаційні аспекти визначення справедливої вартості біологічних активів 56
- її. *Климик Г.В.*
Щодо мотивації і якості праці молокопродуктового підкомплексу в умовах зовнішньоекономічної діяльності 62
12. *Клочан В.В.*
Ціновий аспект у системі інформаційних послуг 70
13. *Ковальова О.В.*
Органічне виробництво в Україні: передумови розвитку 75
14. *Козій Б.І.*
До питання створення інформаційно-довідкових систем аграрної дорадчої служби 81

приголомшує, привертає увагу, викликає суперечливі думки, спонукає замислитися, провокує до обговорення, запам'ятовується. Така реклама не повинна подобатися - у ній задіяно чинник негативу, який має показати наслідки виконання певних дій. І в цьому є раціональне зерно, оскільки за даними численних досліджень людина запам'ятовує негативну інформацію на 7% краще від позитивної. А якщо така інформація ще й емоційно заряджена — і поготів.

Шокову рекламу можна побачити на вулицях міст:

«Будеш наркоманом — помреш, залишиш єдиного, найвідданішого друга друга на самоті, а він чекатиме тебе до смерті Твоя дівчина, яку ти кохаєш усім серцем, піде від тебе; вона матиме свої розваги, а ти залишишся сам-на-сам зі своїми проблемами. Залишити дитину — страшний злочин; дитина, що любить тебе всією душею, з твоїми вадами, добрими та поганими вчинками просто не зможе без тебе».

Багато хто з фахівців виступав проти такої реклами: філологам не подобається граматики; психологи побоюються, що всі діти з різноманітними вадами думатимуть, що їхні батьки наркомани; архітекторам, ландшафтним дизайнерам не подобається, що реклама чорно-біла й не прикрашає міста, а навпаки, робить вулиці менш привабливими. Проте ця реклама не залишається непомітною. Вона схожа на бомбу, на неї показують пальцем перехожі, вона відразу набуває резонансу в ЗМІ.

Це не просто реклама, це відчайдушний крик, маніпулювання най-нрапіннішими струнами людської душі, тиск на емоції та інстинкти. Хороша шокова соціальна реклама повинна маніпулювати, але не просто так, а заради ідеї, збереження цінностей, здоров'я нації, прийнятих норм поведінки та моралі у суспільстві.

Висновки. В зв'язку з цим і цілі маніпулювання в соціальній рекламі повинні бути спрямовані на те, щоб зробити людину кращою, добрішою. Звичайно, людина повинна сама захотіти змінитися в кращу сторону, переоцінити свою поведінку. Іноді для цього буває потрібен певний поштовх: вплив думки людей, державна політика, соціальна реклама, пропагування суспільних цінностей. І якщо з допомогою цих інструментів людина міняється на краще, то маніпулювання в соціальній рекламі не є чимось поганим.

Питання постає в тому, як будуть використовуватися маніпулятивні технології в соціальній рекламі і хто відповідатиме за етичну сторону такої реклами.

Однак існує багато проблем, пов'язаних з законодавчим регулюванням соціальної реклами, державною політикою в соціальній сфері та її фінансуванням. Як наслідок - відсутність розуміння понять державної, політичної та соціальної реклами; зацікавленості у творців реклами.

Для вирішення цих проблем необхідно об'єднати спільні зусилля держави, бізнесових структур та рекламистів. Для того, щоб маніпулювання сприймалося в соціальній рекламі як позитивне явище, держава повинна створити єдиний орган, який би акумулював кошти на соціальну рекламу, міг би вирішувати, відноситься рекламний продукт до соціальної реклами чи ні, і відслідковував використання маніпулятивних технологій в створенні такої реклами.

Таким чином, рекламна діяльність потребує не тільки удосконалення державного регулювання, а й формування системи суспільного контролю і саморегулювання реклами.

Анотація. В статті досліджено вплив соціальної реклами на общество и направления ее создания. Были рассмотрены технологии воздействия на сознание и подсознание человека и внесены предложения по решению проблем, связанных с социальной рекламой

Summary. /n the article the influence of the social advertisement on the society and the ways of its creating were discovered. We examined technologies of the its influence on the consciousness and subconsciousness of the person and proposed measures of the solutions of these problems connected with the social advertisement.

Література.

1. Владимирська Г.О., Владимирський П.О. Реклама; Навч.посібник. - К.: Кондор, 2006. - 334с.
2. Багра Р., Майерс Дж. Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент: Пер. с англ. - 5-е изд. - СПб.; К.: Вильямс, 1999. - 774с.
3. Примак Т. Якою має бути соціальна реклама? // Маркетинг в Україні - 2006. - № 5. - С. 19-24.
4. Лихолст М.И. Социальная ответственность субъектов рекламной деятельности // Маркетинг и реклама. - 2007. - № 12 (136). - С.40-43.

УДК 636:338.439.4

Вишневська ОМ.

*к.е.н., доцент кафедри економічного аналізу і аудиту
Миколаївського державного аграрного університету*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Анотація. У статті розглянуто питання соціально-економічного розвитку підприємств сільських територій в умовах загострення кризових явищ. Обґрунтовано взаємозв'язок факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, ризиків, загострення негативних тенденцій в умовах кризи та стану депресії економічної системи держави, негативних процесів в нільському господарстві. Представлено основні аспекти подальшого розвитку та можливостей соціально-економічного зростання, антикризової діяльності.

Ключові слова. Розвиток, криза, депресія, інфляція, платоспроможний попит населення, заощадження, соціальний аспект, економічний аспект.

Вступ. В умовах загострення кризових явищ будь-який суб'єкт господарювання відчуває недостатність обігових коштів для проведення необхідних заходів по здійсненню виробничо-господарської діяльності. Але питання полягає не тільки у постійних витратах, які передбачає виробничий процес, а і витратах пов'язаних із обслуговуванням виробничого процесу, можливостях здійснювати капітальні вкладення в інтенсивний розвиток окремих виробництв та соціальну інфраструктуру. Особливо гостро питання постає у обґрунтуванні можливостей реалізації заходів щодо зміни обсягів та інтенсивності капітальних вкладень в економічній розвитку підприємств сільських територій. Вплив природно-кліматичного фактору відображає чітку тенденцію скорочення обсягів валового виробництва



ДАЄ

<й 'СЕКРЕТАР
ПОТРИВАШ

основних сільськогосподарських культур, а відповідно зниження обсягів товарної продукції, отриманого доходу (виручки) та прибутку від реалізації.

Оцінка діяльності окремих суб'єктів господарювання на сільських територіях надає можливості обґрунтувати, що більшість товаровиробників починають свою діяльність у зоні критичного ризику, коли відсутня можливість отримання прибутку через високий рівень загальновиробничих та інших видів витрат; значно меншою є чисельна кількість товаровиробників, що починають свою діяльність у зоні допустимого ризику, тобто у зоні можливого покриття всіх понесених витрат та отримання мінімального прибутку.

В умовах зростання негативного впливу інфляційного, відсоткового ризику та нестабільності зовнішнього середовища, можливості отримати приріст прибутку від реалізації значно скорочуються, а можливості появи негативних форс-мажорних обставин - зростають. Негативний вплив здійснює і значне загострення кризових явищ в інших галузях народного господарства, а саме банківських та інших фінансово-кредитних установах, будівництві, промисловості, транспорті та зв'язку, житлово-комунальному господарстві. Важливим аспектом впливу на соціально-економічний розвиток підприємств сільських територій здійснює демографічна, екологічна та криміногенна ситуація. Тобто, до високого ризику імовірності банкрутства підприємств сільських територій додається ризикованість неплатоспроможності інших галузей народного господарства, що, у свою чергу, не надає можливості сподіватися на покращення розрахунково-платіжної дисципліни, своєчасне виконання договірних зобов'язань різних учасників ринкових відносин, отримання кредитних та інвестиційних ресурсів.

Питання соціально-економічного розвитку підприємств сільських територій розкрито у роботах великої кількості науковців, як вітчизняних, так і зарубіжних, у тому числі К. Дугласа, Дж. М. Кейнса, Ф. Ліста, Т. Мальтуса, К. Маркса, Ф. Ліста, Дж. Б. Шоу, а також Амбросова В.Я., Андрійчука В.Г., Єрмакова О.Ю., Лукінова Маліка М.Й., Саблука П.Т., Топіхи І.І, Царенко О.М., Червена Шпичака О.М., Юрчишина В.В. та інших. Але складність розробки механізму подолання економічної кризи та реалізації заходів на практиці через зміцнення сукупного ресурсного потенціалу підприємств сільських територій залишається актуальним і зараз. Саме тому, метою нашого дослідження є обґрунтування проблемних аспектів соціально-економічного розвитку підприємств сільських територій та обґрунтування складових подальшого розпитку в умовах загострення кризових явищ.

Результати дослідження. Оцінка складових економічного та соціального розвитку підприємств сільських територій надає можливості обґрунтувати переважно негативний вплив зовнішнього середовища та необґрунтованість дій щодо оптимізації внутрішнього середовища. По-перше, це стосується нераціональності використання всіх видів ресурсів, особливо гостро постає питання з екологічними складовими при використанні масиву продуктивних земель; соціальними складовими при використанні праці та можливостях мотивації робітників та службовців, їх зайнятості; фінансовими можливостями при використанні основних засобів, їх оновленні; інвестиційний привабливості та кредитоспроможності при використанні обігових засобів. Окрім ресурсного потенціалу підприємств сільських територій не втрачає своєї актуальності

Вирішення питання вдосконалення земельних (орендних) відносин, вирішення земельних спорів, реалізації заходів щодо покращення соціальної інфраструктури села, підвищення рівня платоспроможного попиту сільського населення, можливостей отримувати матеріальні та духовні блага. Важливим залишається питання реалізації заходів по вдосконаленню ринкового потенціалу підприємств сільських територій, особливо гостро постає в умовах можливостей виходу на зовнішні ринки збуту, нарощування експортного потенціалу галузей сільського господарства, в тому числі через невирішеність питань інформаційного забезпечення та впливу монополій переробних підприємств та зернотрейдерів.

Невирішеність вище перелічених питань загострює їх негативний вплив на подальший соціально-економічний розвиток підприємств сільських територій під впливом складових фінансово-економічної кризи на державному рівні. Саме тому, антикризову діяльність - як процес, необхідно розглядати залежно від стадії або глибини кризи у напрямку передкризового управління, яке здійснюється для своєчасного виявлення та розв'язання проблем (прийняття рішень.) з метою запобігання кризи; антикризової діяльності в умовах кризи, метою якої визнається стабілізація нестійких станів та збереження керованості системи; управління процесами виходу з кризи, яке здійснюється з метою мінімізації втрат та втрачених можливостей під час виведення підприємства зі стану кризи.

Враховуючи умови сучасного стану економічної системи країни застосовувати у практичній діяльності передкризові заходи управління немає сенсу, необхідним є впровадження заходів щодо стабілізації ситуації та управління процесами виходу з кризи. Для розробки та реалізації дій щодо можливостей стабілізації ситуації необхідною є постановка завдання для конкретного кола осіб, які будуть нести персональну відповідальність за реалізовані заходи в умовах окремого підприємства (рис. 1).

За даними Державного комітету статистики України у 2008 році загальний розмір виробництва продукції рослинництва зріс на 31,5% порівняно із попереднім роком, в тому числі в господарствах суспільного сектору на 57,6%, господарствах населення - на 13,7%. Площі озимих зернових під врожай 2009 року в господарствах усіх категорій перевищують аналогічні показники 2008 року на 176,2 тис.га або на 1,8%. У структурі площ зернових озимих на зерно частка озимої пшениці становить 78,8%, ячменю озимого - 15,3% жита озимого - 5,9% [1]. Площі озимих культур збільшено у 18 регіонах України, що свідчить про конкурентні переваги даного виду продукції рослинництва.

Загальний обсяг продукції тваринництва збільшився порівняно із попереднім роком тільки на 0,3% у тому числі в сільськогосподарських підприємствах зростання на 7,4%, в господарствах населення показник знизився на 3,9%. Стабільність виробництва м'яса забезпечується за рахунок збільшення загального обсягу реалізації худоби та птиці на забій сільськогосподарськими підприємствами, порівняно із попереднім роком у 2008 році показник зріс на 4,9% [1]. При зростанні обсягів вирощування худоби та птиці у 9 регіонах України, значно скоротилися обсяги виробництва молока,

<p>Реалізація заходів окремими суб'єктами антикризового процесу.</p> <ul style="list-style-type: none"> - залежно від впливу на початок кризового періоду; - залежно від впливу на кінцевий результат; - залежно від характеру поведінки протягом кризового періоду; - залежно від об'єкта управлінських зусиль; - залежно від залучення зовнішніх ресурсів та фахівців 		<ul style="list-style-type: none"> - власник підприємства самостійно реалізує основні завдання та функції антикризової діяльності без залучення відповідних фахівців; - економіст-фінансист (фінансовий директор, заступник з економічних питань тощо) підприємства найчастіше реалізує коло завдань антикризової діяльності * умовах обмеженості адміністративного апарату; - функціональний антикризовий менеджер-співробітник підприємства спеціалізується тільки на анти кризо вій діяльності; - функціональний анти кризовий менеджер-співробітник консалтингової фірми залучається на підприємство на платній основі для реалізації завдань антикризової діяльності; - державні та відомчі органи з-поміж спеціалістів Агентства з питань банкрутства, відомчих комісій з реструктуризації здійснюють анти кризове управління державними неплатоспроможними та збитковими підприємствами; - представники кредиторів залучаються до антикризового процесу з ініціативи кредиторів, для яких здійснення фінансового оздоровлення підприємства - це вимушений захід, спрямований на повернення боргів, - представники санаторів (інвесторів) залучаються до антикризового процесу при підготовці та проведенні санації підприємства, специфічним суб'єктом антикризового управління є арбітражний керуючий, затверджений постановою сулу в разі порушення справи про банкрутство підприємства
<p>Реалізація заходів в практичній діяльності підприємства, за здійсненням контролю за реалізацією окремих заходів з метою</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінімізація ризиків, - мінімізація негативного впливу форс-мажорних обставин, - внесення змін до стратегії розвитку підприємства з урахуванням зміни впливу фінансово-економічної кризи на державному рівні. 		

Рис. 1. Соціально-економічний розвиток суб'єкту з урахуванням реалізації антикризових заходів

що свідчить про конкурентні недоліки даного виду продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Загальний обсяг реалізації сільськогосподарськими підприємствами власно виробленої продукції у 2008 році порівняно із 2007 роком збільшився на 20,0%, у тому числі продукції рослинництва - на 30,0%, продукції тваринництва - на 4,0%. При цьому зросли середні реалізаційні ціни одиниці продукції рослинництва і тваринництва, але в більшості сільськогосподарських підприємств високий рівень загальновиробничих витрат не надав можливості отримати прибуток від реалізації.

Середні реалізаційні ціни за всіма напрямками реалізації у 2008 році зросли тільки на продукцію тваринництва - майже на 50,0%, на продукцію рослинництва скоротилися на 2,0%, що свідчить про перевиробництво окремих видів продукції, а саме: зернові культури та соняшник. Наприкінці 2008 році середні реалізаційні ціни на продукцію рослинництва скоротилися на 8,0%, продукцію тваринництва - на 4,0%.

Представимо в таблиці кількісні та вартісні показники реалізації продукції рослинництва і тваринництва сільськогосподарськими підприємствами з метою

обґрунтування отриманого рівня доходу (виручки) від реалізації сільськогосподарської продукції протягом 2008 року (таблиця 1). Враховуючи той факт, що кризові явища почали загострюватися та переходити на реальні сектори економіки восени 2008 року.

Таблиця 1

Доходність реалізації основних видів сільськогосподарської продукції підприємствами сільських територій протягом 2008 року

Види продукції	Обсяг реалізації, тис.тонн	Середньорічні ціни реалізації, грн. за тонну	Дохід (виручка) від реалізації, млн.грн.	Питома вага реалізації переробним підприємствам, %
Продукція що має конкурентні переваги на ринку				
Пшениця	10508,4	784,8	8247,0	4,5
Ячмінь	4693,1	856,3	4018,7	4,3
Насіння соняшнику	2020,4	1481,0	2992,2	4,1
І Плоди та ягоди	156,6	1865,1	292,1	27,5
Продукція що немає конкурентних переваг на ринку				
І (укровий буряк	8415,6	204,0	1716,8	92,5
ВРХ в живій масі	220,3	9416,3	2074,4	55,7
('вині в живій масі	249,2	12902,2	3215,2	69,1
Птиця	719,7	9381,1	6751,6	11,6
Молоко	1691,2	2048,1	3463,7	90,4

Абсолютний розмір доходу (виручки) від реалізації продукції у 2008 році був найбільшим по пшениці, що свідчить про значну конкурентну перевагу даного виду порівняно із іншими, особливо враховуючи той факт, що даний вид і однією із складових експортного потенціалу сільського господарства. 'Значний абсолютний розмір доходу (виручки) було отримано від реалізації ячменю, який також широко представлений у експорті сільськогосподарської продукції. Інша ситуація складається із реалізацією плодів та ягід, значно менший у абсолютному розмірі дохід (виручка) свідчить про значно менші обсяги реалізації та виробництва даного виду продукції, отже недовиробництва продукції.

Серед продукції тваринництва найбільшим абсолютний розмір доходу (виручки) отримано від реалізації птиці, яка також займає значну питому вагу у загальному обсязі експорту. Частка реалізації птиці вітчизняними товаровиробниками у світовому експорті складає до 1,0%. При цьому, переважна більшість продукції тваринництва має високу питому вагу реалізації переробним підприємствам, що відображає взаємозв'язок сільськогосподарських підприємств та переробних підприємств різних рівнів. Значну питому вагу реалізації переробними підприємствам має цукровий буряк, який майже на 93,0% направляється як сировина для подальшої переробки та виробництва цукру.

На початок 2008 року в сільськогосподарських підприємствах та підприємствах, що здійснюють зберігання, переробку зернових культур, було в

наявності 24,0 млн. тонн зерна, що на 57,0% більше попереднього року, у тому числі 12,0 млн. тонн пшениці, що на 71,0% більше попереднього року. В сільськогосподарських підприємствах зберігалось 13,3 млн. тонн зерна, що у 2,1 рази більше попереднього року, у тому числі у 2,4 рази більші пшениці. Зернозберігаючи та зернопереробні підприємства мали у наявності 10,7 млн. тонн зерна, що на 19,0% більше попереднього року. При цьому середня закупівельна ціна зернових культур, яку пропонували зберігаючи та переробні підприємства становила протягом 2008 року 986,0 гривень за тону, з них на пшеницю - 978,0 гривень, жито - 943,0 гривні. Наприкінці 2008 року підприємства купували зернові культури за 678 гривні, що на 19,0% менше ніж у жовтні 2008 року, у тому числі на пшеницю - 762,0 гривні (скорочення на 13,0%), жито - по 804 гривні (скорочення на 2,0%), ячмінь - 907,0 гривень (скорочення на 11,0%).

Проведені розрахунки та опрацьований матеріал надають можливість обґрунтувати, що сільськогосподарський товаровиробник, як важлива складова соціально-економічного розвитку сільських територій, незабезпечений конкурентоспроможною продукцією в широкому асортименту для задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього ринків. Слідством такої ситуації є недостатні фінансові результати діяльності, а відповідно, недостатність грошових коштів для здійснення капіталовкладень у виробничу та соціальні сфери, покращення рівня життя населення сільських територій.

Висновок. В останні п'ять років сільськогосподарські товаровиробники мали можливість отримувати непогані врожаї сільськогосподарських культур та можливість вкладати кошти в розвиток галузей тваринництва. Додатково залучалися кредитні ресурси для купівлі техніки та обладнання для галузей, мати приріст капіталу за рахунок інвестиційних ресурсів та внесків учасників. Але протягом даного періоду переважно екстенсивний тип розвитку більшості товаровиробників не забезпечив приріст якісних характеристик виробничого процесу, а відповідно, і приросту фінансових результатів діяльності, збільшення рівня чистого прибутку, зниження залежності від залучення додаткових (кредитних) ресурсів. В той же час, капіталовкладення в соціальну інфраструктуру не займали і 5,0% всіх капіталовкладень, що не надало можливості покращити рівень та умови життя сільського населення. В умовах загострення кризових явищ, в той час коли отримати власний дохід стає все складнішим, а залучити додатковий ще більш проблемним, сільськогосподарський товаровиробник зіткнеться із питанням мобілізації тільки внутрішніх резервів, за їх реальної наявності, для можливості проведення процесу виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції. Питання соціального розвитку знов залишається стратегічно важливим, але фінансово незабезпеченим, що знов вимагає втручання державного сектору економіки, а це навантаження на Державний бюджет.

Соціально-економічний розвиток сільських територій є стратегічно важливою складовою подальшого зміцнення вітчизняних сільськогосподарських підприємств, в тому числі у напрямку активізації

експортного потенціалу. Саме тому, для забезпечення соціально-економічного розвитку підприємств сільських територій необхідною складовою є реалізація стратегії подальшого розвитку з урахуванням впровадження заходів щодо підвищення платоспроможного попиту сільського населення та можливості зацікавлення молоді у праці на селі, в тому числі через створення належних умов праці та побуту.

Анотация. В статье рассмотрен вопрос социально-экономического развития предприятий сельских территорий в условиях обострения кризисных явлений. Обосновано взаимосвязь внутренней и внешней среды, рисков, обострения негативных тенденций в условиях кризиса состояния депрессии экономической системы государства, негативных процессов в сельском хозяйстве. Представлено основные аспекты дальнейшего развития и возможностей социально-экономического роста, антикризисной деятельности.

Ключевые слова: развитие, кризис, депрессия, инфляция, платежеспособный спрос населения, сбережения, социальный аспект, экономический аспект.

Summary. Question social-economic development enterprise rural territory is considered in article in condition of the intensification of the crisis phenomenon. Motivated intercoupling internal and external ambience, risk, intensifications negative trend in condition of the crisis of the condition to depression of the economic system state, negative processes in agricultures. Will Presented main aspects of the further development and possibilities social-economic growing, anti-crisis activity.

Keywords: development, crisis, depression, inflation, solvent demand of the population, savings, social aspect, economic aspect.

Література.

1. Вишньовська О.М. Потенціал сільськогосподарських товаровиробників в умовах Світової організації торгівлі / О.М. Вишньовська // Економіст. - 2007 р. - № 11. - С. 37-39.
2. Вишньовська О.М. Ефективна діяльність сільськогосподарських підприємств для підвищення іміджу товаровиробника / О.М. Вишньовська, А.Г. Костирко, М.Д. Бабенко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. - МДАУ. - 2007. - Випуск 4 (43). - С.53-59
3. Про соціально-економічне становище України // Державний комітет статистики України / Економіст.-2008.-№12.- С. 14-32
4. www.minagro.kiev.ua
5. www.ukrstat.gov.ua
6. www.minfin.gov.ua

УДК 631.14 (477)

Генова С. С.

*здобувач кафедри менеджменту і маркетингу.
Таврійський державний агротехнологічний університет*

ЗЕРНОВИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ - ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВІ ВАРІАНТИ РОЗВИТКУ

Анотація. В статті розглядались такі поняття: зерновий сектор України, потужність внутрішнього та зовнішнього ринку зерна, рентабельність виробництва зерна, конкурентноздатність виробництва зерна, експортні можливості країни.

По нашему мнению, технологирование операции выработка цели должно включать следующие приемы: анализ результатов исследования проблемы, уяснение миссии и стратегии организации, адаптация стратегии, определение и формулирование генеральной цели, решение задачи по оси ресурсы-цель, выделение, структурирование и ранжирование подцелей, формализация дерева целей, разработка целевой программы, прогностическая оценка выполнения цели, реализация цели (целевой программы) (рис. 4).

Анализ результатов исследования проблемы включает систематический контроль за выполнением планов реализации продукции и получением прибыли, определение влияния как объективных, так субъективных факторов на финансовые результаты, выявление резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности, оценка работы предприятия по использованию его возможностей, разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

Адаптация стратегии призвана ориентировать цель на:

- четкую ориентацию на определенный интервал времени;
- конкретность и измеримость;
- непротиворечивость и согласованность с миссиями и стратегиями;
- адресность и контролируемость.

В нынешних условиях хозяйствования резко возросла роль генеральной цели и прежде всего нацеленность на результаты деятельности. Определение генеральной цели представляет собой сложный процесс в технологии управления, так как в настоящее время генеральные цели становятся комплексными и многоаспектными. Опыт управления свидетельствует о важности правильно поставленной генеральной цели.

Дерево целей - это графическое структурирование целей по иерархическому принципу. Деревья целей целесообразно строить и использовать при решении сложных многоаспектных проблем, требующих декомпозиционных приемов анализа и решения.

Выводы. Представленные разработанные блок-схемы алгоритмов анализа проблемы, выработки стратегии, определения цели с описанием приемов технологии и очередности их выполнения комплексно отражают стадию подготовки управленческого решения на предприятиях и научно обосновывают данный аспект управленческой деятельности.

Анотация. В статье приводится схема технологии решения проблем на предприятиях, раскрыта стадия подготовки управленческого решения а виде 3 блок-схем алгоритмов, с описанием блоков.

Summary. The scheme of technology solving problems in the enterprises is given in the article and the stage of preparation management decision in the shape of block-schemes algorithms with descriptions of blocks is uncovered.

Литература.

1. Беспалов В.А. Наука и искусство принятия управленческих решений - К., Вишашк., 2001-250с.
2. Юкаева В.С. Управленческие решения: учебное пособие. - М.:МУПК, 1998. - 280 с.
3. Саак А.Э., Тюшняков В.Н. Разработка управленческого решения: Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2007. - 272 с.

Збірник
наукових праць
Таврійського державного
Агротехнологічного університету
(економічні науки)

2009 - № 6

Засновник - Таврійський державний агротехнологічний університет

Матеріали друкуються мовами оригіналів - українською, російською та англійською.

Погляди редколегії не завжди збігаються з позицією авторів.

Комп'ютерна верстка:
Григор'єва Г.М.

Адреса редакційно-видавничого відділу:
ТДАТУ
пр-т Б. Хмельницького, 18, ауд. 2.206
м. Мелітополь
Запорізька обл.
72312, Україна
тел./факс. 8 (0619) 42-12-47
e-mail: nni-tsaufi@vandex.m

свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 14207-3178Р від 30.05.2008

Підписано до друку 05.06.2009 р. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 10.
Тираж 150.

Мелітопольська типографія «Люкс»
П.П. Верескун В.М. св. ДК № 1125
72312, м. Мелітополь, вул. К.Маркса.Ю
тел. 8(06192) 6-88-38

Надруковано з готового оригінал-макету у Мелітопольській типографії «Люкс»