

- 1) невірне розуміння уподобань закордонних споживачів і, як наслідок, пропозиція неконкурентоспроможної продукції;
- 2) інша культура ведення бізнесу;
- 3) недостатня кількість управлінських кадрів, що мають досвід міжнародної діяльності;
- 4) можливість зміни владою іноземної держави торгового законодавства, девальвації валюти.

Для реалізації поставленої мети прийняття управлінського рішення міжнародного маркетингу у функціонуванні зовнішньоекономічної діяльності підприємств необхідно провести маркетингове планування та визначити стратегії міжнародного маркетингу зовнішньоекономічної діяльності підприємств [4, с. 18].

Для подальшого розвитку міжнародного маркетингу українським компаніям перш за все необхідно навчитися ставити споживача в центрі формування своєї стратегії, тобто проводити переорієнтацію на соціально-етичний маркетинг. Це допоможе нашій країні не лише завоювати нові сегменти закордонних ринків, але і захистити власного виробника від імпорту.

Під час розробки стратегії виходу на закордонний ринок підприємство досліджує смаки та вподобання споживачів, місткість ринку, ризики, політичне та економічне становище в країні, на ринок якої воно збирається вийти. Все це сприяє налагодженню відносин та поглибленню співпраці. Підприємство може зарекомендувати себе як надійного партнера, створити позитивний бізнес-імідж своєї країни при проведенні експортних операцій або здійсненні спільної підприємницької діяльності. Кожна компанія, що продає свої товари або надає послуги за кордон пришвидшує інтеграцію України у світову економіку. Навіть коли компанія виробляє продукцію, орієнтовану на внутрішній ринок, їй доводиться враховувати тенденції розвитку світового ринку подібної продукції, щоб захистити себе від іноземних конкурентів [5, с. 56].

Підбиваючи підсумок, варто зазначити, що міжнародний маркетинг є складовою частиною загальної системи управління фірмою, покликаною направляти всю її діяльність на задоволення потреб і сподівань покупців і споживачів на обраних зовнішніх ринках.

Перелік посилань:

1. *Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях* : навч. посіб. / за ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смичека. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 302 с.
2. *Крайнюченко О. Ф. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» спеціальності 8.03060104, 7.03060104 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» денної та заочної форм навч.* / О. Ф. Крайнюченко. – К. : НУХТ, 2015. – 200 с.
3. *International marketing*. – Edited by Yuriy Kozak, Sławomir Smyczek. – Kiev – Katowice : CUL, 2015. – 279 p.
4. *Валіулліна З. В. Міжнародний маркетинг в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств сфери послуг* / З. В. Валіулліна // *Науковий вісник Херсонського державного університету* – 2016. – Вип. № 17 (1). – С. 15-18.
5. *Антоненко К. В. Міжнародний маркетинг як інструмент інтеграції України у світове господарство* / Антоненко К. В., Тимошенко О.І // *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ* – 2015. – Вип. 7 – С. 89-91.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ У НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Н.І. Галунець

Миколаївський національний аграрний університет

Основним вектором цивілізаційного розвитку нашої держави є євроінтеграція. Постійне нарощування євроінтеграційних процесів стає ключовим чинником для уникнення спаду функціонування аграрних формувань. Водночас, це спонукає до радикальних перетворень у їх системі управління діяльністю та веде до появи нових механізмів і форм взаємодії між суб'єктами господарювання, зростання взаємозалежності у сфері розподілу і використання ресурсів, що спричиняє необхідність узгодження сукупності взаємопов'язаних економічних інтересів [1].

Своєрідність сучасного управління у вітчизняних агроформуваннях полягає в його перехідному характері. Більшою мірою відбувається адаптація закордонних моделей до реалій національної економіки.

В період активізації євроінтеграційних процесів, необхідні зміни в парадигмі управління потенціалом аграрного формування. Вони стосуються наступних моментів: аграрне формування повинне визначити своє місце в господарській системі, орієнтуючись на стратегію кооперування чи розвиток контрактних відносин; зміна логіки планування, стратегії, цілей аграрного формування повинно сприяти активізації наявного ресурсного потенціалу; основний акцент в діяльності аграрного формування повинен переноситися на його «індивідуальність», на створення і використання

унікальних конкурентних переваг; необхідність розвитку внутрішньо-фірмової культури управління аграрним формуванням повинні зосереджуватися на людських потребах і інтересах [2, с.44].

Варто зазначити, що кожне аграрне підприємство характеризується особливостями діяльності, ставить перед собою специфічні цілі, а кожен працівник має свої цінності й установки. Крім того, економічне середовище, зокрема євроінтеграційні процеси, в якому функціонують аграрні підприємства, постійно змінюється, а кожне підприємство по-різному реагує на, що відбуваються зміни. Внаслідок необхідності швидкого та ефективного реагування на ці зміни, варто запроваджувати контролінг, який допомагає передбачити несприятливі ситуації та уникати їх [3, с.163]. Різні підприємства ставлять перед собою різні цілі. Саме тому, на нашу думку, контролінг покликаний забезпечувати різноманітні інструменти для контролю за їх виробничо-господарською діяльністю, оскільки набору засобів, однаково успішно застосовується на всіх підприємствах не існує.

Удосконалення системи управління аграрних формувань у напрямку розвитку євроінтеграційних процесів повинно передбачати побудову такої організаційної структури управління, яка б не допускала б дублювання однієї і тієї ж функцій на різних рівнях прийняття, того чи іншого рішення.

У напрямку розвитку євроінтеграційних процесів, на нашу думку, варто провести проектування або реорганізацію структури управління, яка повинна базуватися на стратегічних планах аграрних формувань, зокрема структура повинна відповідати: технологіям виробництва аграрної продукції і послуг; відношенням власності на підприємстві; зовнішньому оточенню підприємства; якісному стану персоналу. При формуванні організаційної структури управління аграрних формувань необхідно витримувати ряд вимог: структура повинна забезпечувати оперативність в роботі; забезпечувати його економічність; оперативне управління повинно поєднуватися з надійністю функціонування; потрібно створювати умови для підвищення професіоналізму в управлінні; повинна дотримуватися норм керованості. При вдосконаленні організаційної структури підприємства необхідно звернути увагу на наявність дрібних не рентабельно підрозділів, їх ліквідація спростить організаційну структуру. Поряд з цим, для удосконалення системи управління аграрних формувань у напрямку розвитку євроінтеграційних процесів, на нашу думку, потрібно більше уваги приділяти економічним та соціально-психологічним методам управління, поліпшити економічний аналіз господарства, використовувати моральне і матеріальне стимулювання праці, створити приємний соціально-психологічний клімат. Слід також особливу увагу звернути на підвищення освіти та кваліфікації працівників аграрних формувань.

Отже, удосконалення системи управління аграрних формувань у напрямку розвитку євроінтеграційних процесів – складна проблема, оскільки вона детермінується багатьма технічними, економічними, соціальними та іншими факторами. Крім того, процес удосконалення системи управління аграрних формувань має бути скоординований з формами власності на селі, підприємництва і самоуправління, розмежування функцій державного управління і елементів комерційного розрахунку, правильного використання важелів товарно-грошових відносин, застосування нових методів регулювання виробництва.

Перелік посилань:

1. Ратошнюк Т. Роль інтеграційних процесів у розвитку підприємств аграрного сектору регіону [Електронний ресурс] / Т. Ратошнюк, Л. Канітула. – Режим доступу : http://sophus.at.ua/publ/2016_03_31_lviv/sekcija_section_5_2016_03_31/rol_integracijnikh_procesiv_u_rozvitku_pidpriemstv_agrarnogo_sektoru_regiону/119-1-0-1767
2. Терещенко С. І. Особливості управління в сучасних аграрних формуваннях / С. І. Терещенко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 8. – С. 43-47
3. Гудзинський О. Д. Контролінг в системі менеджменту : [монографія] / О. Д. Гудзинський, М. М. Аксентюк, О. М. Деменіна ; за заг. ред. О. Д. Гудзинський ; Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2009. – 225 с.

ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ – ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

М.Д. Гилка, к.е.н.

*Інститут управління природними ресурсами
Університету економіки і права «КРОК», м. Коломия*

Як відомо, Україна належить до країн з достатньо потужним потенціалом розвитку економіки сільського господарства, що, в першу чергу, визначається наявними природними ресурсами, зокрема земельними. Ефективне, раціональне використання земельних ресурсів може бути стійким підґрунтям сталого розвитку сільського господарства та, відповідно, сільських територій. На жаль, на сьогодні українське сільськогосподарське виробництво характеризується агресивним викорис-