

$$x_i(l_i) = \frac{2 \times (i - 1) \times (x - \bar{x})}{2m - 1},$$

where x – fuzzy indicator of l-shape; l_i – term; m – number of linguistic terms ($m = 3$); $i = 1, 2, 3$ – accordingly low, middle, and high terms.

Each of above mentioned terms is described as the function of belonging ($\mu^T(x)$) and can be varied from 0 (obviously, element does not belong to the multitude) до 1 (obviously, element belongs to the multitude). Following that, mathematical describing of the elements of sales staff motivation system can be written as trapezium function of belonging. After that obtained indexes must be converted into non-size variables using logic and semantic knowledge matrices in which input indicators link with only one output indicator. It should be noted that matrices do not have score estimation, so it will be used the scale of qualitative terms: H – high, M – middle, L – low. Besides, it is also possible to use Matlab package (tool - Fuzzy Logic Toolbox, algorithm – Mamdari, editor – FIS) because it will help to compare the experts' views and determine more precisely which components of sales staff motivation system are created better and which of them should be improved.

Thus, the advantages of our methodological guidelines are the following. Firstly, they allow to control both quantitative and qualitative indicators which characterizes the elements of sales staff motivation system. Secondly, build knowledge matrices allow to determine which components of that system are created better. In our further investigations, we will try to implement proposed recommendations at the Ukrainian trade enterprises.

Literature:

1. Ferreira T.S. Motivational factors in sales team management and their influence on individual performance / T.S. Ferreira // *Tourism and Management Studies*. – 2017. – Issue 13(1). – P. 32-41.
2. Robescu O. The effects of motivation on employees performance in organizations / O. Robescu, A.-G. Iancu // *Valahian Journal of Economic Studies*. – 2017. – Volume 7, Issue 2. – P. 49-56.
3. Ratushna N.L. Development and deployment of integrated monitoring systems: Experience of Korean companies / N.L. Ratushna, Y.M. Lozovik // *Науково-практичне видання «Незалежний АУДИТОР»*. – № 12(II). – 2015. – P. 70-74.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Шабатура Т.С., к.е.н., доцент,
Мотинга А.В.*

Одеський державний аграрний університет

Для сучасного аграрного підприємства, функціонування якого в умовах сьогодення пов'язане з постійним впливом невизначених і динамічних факторів

ринкового простору, реалізація поставлених пріоритетних бізнес-цілей безумовно пов'язана із правильно розробленою стратегією його розвитку. Однак сьогодні можна говорити про недостатню ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств, нераціональне використання ресурсів, низьку зайнятість у галузях сільського господарства, невисоку заробітну плату. Саме тому стратегія розвитку аграрного підприємства виступає платформою забезпечення ефективності його виробничо-господарської діяльності в перспективі.

Сільське господарство в Одеській області завжди було важливою галуззю. Для його розвитку в регіоні є сприятливі агрокліматичні передумови, достатня кількість трудових ресурсів, традиції населення. Проте, основні проблеми, які перешкоджають піднесенню аграрної галузі Одеської області, а саме: відсутність належної підтримки з боку держави; низькі закупівельні ціни на сільгосппродукцію; висока вартість мінеральних добрив та паливно-мастильних матеріалів; недостатня технічна оснащеність виробництва; низька заробітна плата працівників галузі; невисока інвестиційна привабливість; використання застарілої техніки – стримують економічний розвиток аграрних підприємств, інколи, доводячи їх до межі банкрутства [1].

Такий стан розвитку аграрних підприємств регіону вимагає впровадження відповідних організаційних корективів в стратегію їх розвитку, а саме в напрямку здатності адаптуватися до постійно діючих трансформаційних процесів ринкового середовища. У разі дії таких трансформацій, підприємство має своєчасно окреслити вектор завдань за для усунення або мінімізації негативної дії факторів зовнішнього середовища. Зазвичай, такі корективи стосуються чотирьох складових: структури, технологій, персоналу та культури. Насамперед, зміни впливають на стиль і культуру, стратегію та організаційну структуру. На наш погляд, слід виділити п'ять фаз введення організаційних корективів на аграрному підприємстві: по-перше, визначення потреби у корективах; по-друге, аналіз поточного стану; по-третє, планування відповідних корективів; по-четверте, безпосереднє введення корективів; по-п'яте, діагностика та оцінка ефективності введених корективів.

Однією з ключових проблем управління стратегічним розвитком аграрного підприємства є значна кількість показників, які необхідно враховувати під час дослідження розвитку. В наслідок цього виникає необхідність, передусім, у визначенні системи показників оцінки виробничо-господарської діяльності аграрного підприємства та прогнозування ступеня дії чинників зовнішнього простору на його розвиток, а згодом необхідно означити найбільш впливові з них. Оскільки, управління бізнес-процесами, що впливають на ефективність розвитку аграрного підприємства, не може бути відокремлено від загальної системи управління виробничо-господарською діяльністю, це визначає потребу більш ґрунтовного проведення аналізу та інтерпретації показників стратегічного розвитку аграрного підприємства.

Сьогодні в науковому колі ще досі не означено єдиної думки до стратегії розвитку аграрного підприємства. проте.

В загальному вигляді стратегія розвитку аграрного підприємства включає такі основні складові елементи:

1. Оцінка процесів, що здійснюються на підприємстві, з метою забезпечення його сталого розвитку.
2. Вибір альтернативного стратегічного напрямку розвитку підприємства.
3. Визначення додаткових пріоритетів розвитку.
4. Оцінка напрямків розвитку підприємства з позиції його стійкості.
5. Розробка плану щодо вдосконалення механізму стратегічного розвитку, що відповідає сформованим стратегічним і тактичним пріоритетам [2].

До основних методів управління стратегічним розвитком підприємства відносять: економічні, соціально-психологічні, інформаційні та організаційні.

Отже, за сучасних умов функціонування традиційні методи управління розвитком підприємства не у повній мірі відповідають потребам суспільства, через що слід зосереджувати увагу на розробці та впровадженні інноваційних методів та інструментів ефективного розвитку. Питання щодо введення відповідних організаційних корективів в аграрні підприємства в напрямку забезпечення їх здатності адаптуватися до постійно діючих трансформаційних процесів ринкового середовища відносяться до аспектів стратегічного розвитку. Саме у стратегіях підприємства реалізуються практичні результати визначення напрямків розвитку підприємства та деталізуються у тактичних планах у вигляді оперативних вказівок.

Література:

1. Концептуальні напрями стратегії розвитку агропромислового комплексу та сільськогосподарських територій України на період до 2020 року / Ю.Ф. Мельник, Ю.Я. Лузан, М.В. Зубець та ін. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2008. – 46 с.
2. Малік М.Й. Сталий розвиток сільських територій на засадах регіонального природокористування та екологічнобезпечного агропромислового виробництва / М.Й. Малік, М.А. Хвесик // Економіка АПК. – 2010. – № 5. – С. 3-11.

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ ЯК ЦІЛІСНА СКЛАДНОСТРУКТУРОВАНА СИСТЕМА

*Шевченко І.Ю., к.е.н., доцент,
Кальницька О.С.*

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Необхідною передумовою та важливим показником соціально-економічного розвитку регіону є розвиток його трудового потенціалу. Як свідчать результати досліджень [1], сутнісна характеристика трудового потенціалу регіону полягає у «сукупності кількісних та якісних характеристик працездатного населення, які реалізуються та можуть бути реалізовані відповідно до наявного та перспективного попиту на них на регіональному ринку праці з урахуванням впливу об'єктивних та суб'єктивних факторів».