

Особливу увагу європейські сільськогосподарські підприємства приділяють управлінню на основі теорії людських відносин, яка характеризується встановленням і заохоченням хороших людських відносин з персоналом, а саме: повага особистості працівника; увага до проблем і труднощів кожного окремого співробітника; повний і відвертий двохсторонній обмін думками між робітниками та роботодавцями; мотивація робітників, визнання їх старань і винагорода досягнень; систематичне навчання і підвищення кваліфікації [1]. Впровадження теорії людських відносин на вітчизняних підприємствах дасть можливість підвищити якість роботи його працівників, яка досягається їх мотивацією та гарним ставленням до них і не потребує від керівників додаткових витрат.

Також, важливим моментом ефективної діяльності європейських сільськогосподарських підприємств є їх участь в кооперативах. Так, у Швеції, Данії, Норвегії, Фінляндії, Нідерландах майже всі фермерські господарства об'єднанні в кооперативи, у Франції, Бельгії, Німеччині та інших країнах Європи – приблизно 80 %.

Основними перевагами об'єднання сільськогосподарських підприємств у кооперативи є: 1) кооператив здатний впливати на рівень цін закупівлі та реалізації виробленої продукції переробним підприємствам; 2) можливість обміну досвідом між сільськогосподарськими підприємствами щодо ефективності ведення своєї діяльності; 3) за рахунок об'єднання зусиль підприємств у єдиній організації, а також існування переваг щодо закупівлі сировини та реалізації продукції зростає рівень дохідності виробництва членів кооперативу; 4) у підприємств з'явилися можливості спільного інвестиційного кредитування розвитку виробництва [2].

Отже, система менеджменту сільськогосподарських підприємств європейських країн має певні переваги та особливості, які варто запозичити й українським підприємствам. Основними з яких є управління на основі теорії людських відносин та участь в кооперативах. Управління на основі теорії людських відносин дозволить вітчизняним підприємствам без використання зайвих коштів підвищити якість роботи своїх працівників та мотивувати їх на її виконання. Участь в кооперативах дасть можливість вирішувати проблеми виробництва та збуту продукції, пошуку техніки та фінансування разом з іншими сільськогосподарськими підприємствами, що полегшить їх роботу та підвищить ефективність системи менеджменту підприємства.

Перелік посилань:

1. *Англійський стиль менеджменту, як основа західного стилю менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pres.in.ua/>*
2. *Щодо досвіду розвитку кооперації в аграрному секторі Польщі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/424/>*

ДЕРЖАВА ЯК ВАЖІЛЬ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

М.Д. Сабо, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: Г.В. Кириченко

Національний транспортний університет, м. Київ

На сьогоднішній день питання пов'язані з монополізмом в Україні та дотриманням антимонопольного законодавства є актуальним, оскільки монополії, на протиположний підприємствам, мають значний вплив на встановлення ціни та обсягу випуску продукції, що набуло в Україні неабиякого розмаху. Тому задача вчених-економістів полягає у вдосконаленні антимонопольного законодавства та пошуку нових шляхів вирішення проблем щодо подолання зловживанням монополізмом в Україні.

Одразу треба зазначити, що ринок досконалої конкуренції – це не найвище благо в економічному середовищі. Звичайно плюсів в такій системі буде багато, але при всіх своїх перевагах ринок досконалої конкуренції не повинен бути об'єктом ідеалізації.

Згадаємо, що чиста конкуренція не спроможна розвивати НТП, як чиста монополія його розвивати не бачить сенсу. Можна сказати, що обидва критичні види ринкових відносин мають досить негативний вплив для держави. Повинна бути «золота середина», якої потрібно притримуватись успішній державі.

Однак це не означає, що чиста конкуренція не повинна існувати. Чиста конкуренція матиме вагоме місце у сфері сільського господарства, бо частина людей, яка не спроможна отримати вищу освіту, завжди матиме альтернативу почати розвивати агрокомплекс держави, на який немає перешкод входу, та немає проблем з конкурентоздатністю будь-яких суб'єктів на цьому ринку.

Якщо держава зможе реалізувати подібне, тоді її агрокомплекс завжди буде користуватися попитом не тільки на національному ринку, але і на міжнародному.

Тоді навіщо потрібна така модель ринку, як монополістична конкуренція, яка являє собою взаємозв'язок між конкуренцією та монополією, розглянемо на прикладі нижче.

Існує підприємство, яке виготовляє одягу. Робити з такого підприємства монополію чи олігополію не має ніякого сенсу, це не принесе багато прибутку і люди, які будуть ходити в одній і тій самій одязі, будуть схожими не на громадян демократичної держави, а скоріше на представників держави з жорстким тоталітаризмом без права людини на будь-що. Зробити ж все на прикладі чистої конкуренції просто не вийде – не буде ніякого контролю за якістю. Покупці віддадуть перевагу тільки деяким виробникам, в яких вони будуть впевнені. Припустимо, що буде створюватись олігополія, але цих підприємців, які підтвердили своє ім'я якістю, настільки багато, (не більше ніж при чистій конкуренції), що для них утворюється окрема модель ринку: монополістична конкуренція.

Вхід до такої галузі відносно легкий, але не простіший, ніж у чистій конкуренції. Тип продукту, на відміну від чистої конкуренції, не стандартизований, а більш диференційований.

Галузі виготовлення одягу, взуття, побутових електроприладів, техніки повсякденного споживання та подібні їм продукти роздрібної торгівлі повинні входити до цієї моделі ринку.

Зауважимо, що у цих моделях спостерігається деякій ланцюг, у якому можна спостерігати, що кожна наступна модель ринку це більш простіша модель попередньої в теорії, але більш складна у реалізації.

Олігополія, як зазначалося раніше, – це більш простіший вид монополістичної торгівлі. На ринку існує ще менше підприємств, ніж при монополістичній конкуренції, які виготовляють і реалізують свій товар. Ці підприємства мають набагато більший капітал, що робить вхід на такий ринок практично неможливим. Тип товарів на такому ринку стандартизований та диференційований одночасно.

На думку автора, така модель ринку повинна уособлювати в собі галузі:

- 1) машинобудування;
- 2) послуги мобільного зв'язку;
- 3) залізничні, транспортні та повітряні перевезення;
- 4) виготовлення та видобуток важких металів та ін.

Зазначимо, що останні дві моделі ринку це, так звана, «золота середина», яку держава повинна завжди вдосконалювати та захищати, бо найбільша частка ВВП країни надходить саме звідти.

Остання модель ринку – чиста монополія, представляє собою підприємство, яке виготовляє «унікальний товар» і вхід на такий ринок неможливий (за винятком адміністративних монополій). Для процвітання держави та всього людства така ринкова модель повинна утримувати в собі лише дві галузі: комунальні послуги (якщо розглядати з точки зору національного ринку), та космічну індустрію (з точки зору всього людства).

Цікаво виходить, що тільки дві галузі в середині держави існують по обидві сторони цього «ринкового ланцюга»: сільськогосподарська галузь як чиста конкуренція та комунальні послуги як чиста монополія. Все інше знаходиться в середині, але на практиці, на жаль, це не так.

Вважаємо, якщо держава буде дотримуватись подібного плану, а саме: утримувати сільське господарство у першій моделі ринку, а комунальні послуги в останній, впливаючи на останніх таким чином, щоб не було зловживання становищем і занепаду НТП, та мінімально втручаючись і максимально підтримуючи «золоту середину» (другу та третю модель ринку), економіка країни буде поступово, але помітно зростати.

Перелік посилань:

1. *Політична економія : навч. посіб. для студентів вищих навчальних / за ред. В. О. Рибалкіна, В. Г. Бодрова. – К. : Академвидав, 2004. – 672 с.*

2. *Удалов Т. Г. Конкурентне право України : навч. посіб. / Т. Г. Удалов. – К. : Школа, 2004. – 496 с.*

ПОПОЛНЕНИЕ СПОРТИВНОГО РЕСУРСА АНАЛОГАМИ МЕНЕДЖМЕНТА ИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРОСТРАНСТВА

В.Г. Саенко, к.физ.восп., доцент

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Старобельск

Годовой оборот мировой спортивной индустрии по оценкам мировых экспертов возвращается в пределах 150,0 млрд. долл. США и располагает устойчивой тенденцией к росту, достигающей в отдельные годы 20 %. Поскольку доходы от спортивного бизнеса в Украине остаются на начальном уровне подвижности, то его ресурс едва достигает 1,0 млрд. долл. США. И это даются оценки одного только направления – спорта высших достижений, что изначально обеспечивает масштаб-