

3. Организация уборки льна и послеуборочной обработки семян в условиях Северо-Западного региона России: [монография] / Д.Ф. Оробинский. – Вологда-Молочное: ИЦ ВГМХА, 2005. – 259 с.

4. Льняное масло из семян льна-долгунца: [монография] / Д. Ф. Оробинский; МСХ РФ, ФГОУ ВПО ВГМХА. – Вологда-Молочное: ИЦ ВГМХА, 2006. – 122 с.

5. Оганезов И.А. Повышение эффективности производства льна-долгунца в Республике Беларусь / И.А. Оганезов // «Экономическая безопасность и финансово-кредитные отношения в современных условиях: подходы, проблемы и направления совершенствования», Первая Международ. науч.-практ. сессия (2016; Элиста). Первая Международная научно-практическая сессия «Экономическая безопасность и финансово-кредитные отношения в современных условиях: подходы, проблемы и направления совершенствования», 27 апреля - 6 мая 2016 [Текст]: материалы / редкол.: Б.К. Салаев [и др.]. - Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2016. – С. 51-58.

## **ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АПК**

**ОРЕЛ А.М., К.Е.Н.,  
МИКОЛАЇВСЬКА ФІЛІЯ ПВНЗ «ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

Аграрний менеджмент може бути визначений як діяльність з організації й координації виробництва у сільськогосподарських підприємствах з метою одержання зростаючого прибутку в довгостроковому періоді, а також досягнення інших специфічних для кожного власника підприємства чи менеджера цілей. Він може розглядатися і як комбінація окремих складових діяльності підприємства: виробництва, комерційної діяльності, фінансів, маркетингу, управління трудовими ресурсами. Для управління необхідно не тільки визначити цілі і завдання, а й знайти найбільш активні форми залучення трудівників села і цілих сільськогосподарських колективів до досягнення поставлених цілей і завдань. Такими активними формами для органів управління сільськогосподарських підприємств є методи управління, тобто вони є організаційно-господарськими інструментами в руках керівників і фахівців і визначають успіх управлінського процесу. У процесі управління виникають численні завдання, які мають різний зміст і характер, ступінь складності, специфіку конкретної обстановки, що визначає різноманітність методів управління, використовуваних при їх вирішенні. Однак, незважаючи на їх різноманітність, всі вони мають

своїм об'єктом виробничі колективи і окремих його членів, що обумовлює можливість їх угруповання, виявлення загальних ознак, характерних для тієї чи іншої класифікаційної групи. Однією з таких вимог є необхідність впровадження нових підходів до стратегії управління інноваційною діяльністю в АПК, бо саме за рахунок інноваційних перетворень регіональні АПК можуть мати конкурентні переваги на світових агропродовольчих ринках.

Нині практично не розроблена методологічна база й відсутні дієві механізми управління інноваційними процесами на рівні регіональних АПК. В умовах глобалізації маркетингове управління підприємствами АПК розвивається із врахуванням загальносвітових тенденцій, які передбачають стратегічне бачення, креативні підходи, інтерактивні засоби зв'язку та інтернет-технології, індивідуалізацію маркетингу, прямий зв'язок із споживачами, програми лояльності. З метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності та більш повного використання експортного потенціалу маркетинговий менеджмент підприємств АПК - суб'єктів міжнародного бізнесу повинен формуватись на основі чотирьох взаємодоповнюючих підсистем: інформаційного забезпечення, агромаркетингових досліджень, фінансових досліджень, інфраструктури маркетингового менеджменту, системи стратегічного й оперативного управління. Лише комплексне функціонування даних підсистем сприятиме підвищенню прибутковості і скороченню ризиків та уникнення і наявної міжнародної конкурентоспроможності підприємств АПК в умовах розвитку міжнародних ділових операцій[1]. Основними факторами довгострокового успіху сільського господарства України є:

- створення сприятливого інвестиційного клімату для АПК;
- перерозподіл структури експорту продукції АПК у бік збільшення росту експорту продуктів з більшою доданою вартістю;
- державна підтримка, координація, планування і фінансування заходів з просування бренду національного АПК і його продукції на зовнішніх ринках;
- впровадження в практику АПК і виробництва продуктів харчування принципів міжнародної системи технічного регулювання;
- формування системи за участю науки, освіти та дорадчих служб, перехід на інноваційну модель розвитку;
- удосконалення системи підготовки професійних кадрів для АПК [2].

Менеджмент АПК розглядається як управління системами, особлива увага приділяється вивченню її складових та їх взаємодії в

системі всього агропромислового комплексу. Управління розглядається як процес узгодження, збалансування і взаємопов'язаного розвитку усіх складових аграрної системи, які забезпечують її ефективне функціонування АПК. Воно включає постійне удосконалення його функціонально-комплектної і територіальної структури збалансування усіх його галузей і основних складових елементів, управління кооперування сільськогосподарського і промислового виробництва, регулювання економічних взаємовідносин між аграрними сільськогосподарськими підприємствами, економічне стимулювання постійного нарощування виробництва продукції, формуванням ринків її збуту.

### **Література.**

1. Гевко І.Б. Операційний менеджмент: [Навчальний посібник] / І.Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
2. Дем'яненко С.І. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві / С.І. Дем'яненко. – К. : КНЕУ, 1998. – 264 с.
3. Друкер П.Ф. Практика менеджмента / П.Ф. Друкер; пер. с англ.: Уч. по-соб. М: Изд. дом «Вильямс», 2000. – 272 с.
4. Кривов'язок І.В. Антикризове управління підприємством: [Навчальний посібник] / І.В. Кривов'язок. – К. : Кондор, 2008. – 266 с.
5. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, А.Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК» ЕксОб – 2001. – 560 с.

## **СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯК ОРІЄНТИР ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**ПАЛАМАРЕНКО Я.В., АСИСТЕНТ,  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

В умовах постійних економічних змін підприємствам спиртової промисловості слід звертати значну увагу на розширення та поглиблення досліджень в галузі формування стратегії інноваційного розвитку. Ефективна стратегія розвитку даної галузі повинна являти собою гнучку систему, що буде змінюватись, пристосовуватись до ринкових умов, при цьому виробляти якісну продукцію та забезпечувати загальний розвиток агропромислового комплексу. Інноваційний розвиток спиртової промисловості розглядається як система, в якій об'єднані інноваційні процеси, що ведуть до кількісних