

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО ТИПУ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація

В статті розглядаються теоретичні питання та особливості аграрного менеджменту в контексті цілісної системи організаційно-управлінських відносин підприємницьких структур ринкового виробництва.

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические вопросы и особенности аграрного менеджмента в контексте целостной системы организационно-управленческих отношений предпринимательских структур рыночного производства.

Annotation

This article deals with the theoretical question and peculiarities of agrarian management in the context of the integral system of organizing and administrative relation of commercial production's enterprising structures.

Формування соціально орієнтованої ринкової економіки супроводжується поглибленням процесів демократизацією економічної влади, подальшою децентралізацією суспільних та виробничих відносин, створенням нових організаційних форм підприємницької діяльності на селі та механізмів регулювання ринків продукції сільського господарства.

Водночас державні органи відходять від невластивих їм в ринковій економіці функцій адміністративного регулювання та безпосереднього матеріально-технічного забезпечення виробництва. Вони створюють необхідну нормативно-правову базу для розвитку економіки в цілому та окремих галузей (зокрема аграрного сектору) та соціальної сфери.

Рівень ефективності діяльності агропромислових формувань, конкурентоспроможності продукції залежить від ефективності менеджменту та маркетингових інструментів. Менеджмент являється наслідком розвитку організації та управління виробництвом в умовах ринку та конкуренції. Якщо орієнтуватися на ринкову економіку, то ринок має стати засобом управління нею. Для цього потрібно повернути свідомість керівників і всіх працівників агропромислових підприємницьких структур до: споживача, прибутку, підприємця, новатора, різноманітності, рівноправності в умовах конкуренції всіх форм власності.

Не випадково, нині наголос робиться на тому, щоб вітчизняні кадри госпо-

дарської ланки, керівники агропромислових структур та спеціалісти, і ті, що стоять над ними, якнайшвидше зрозуміли економічну суть ринку. Ринок - це не лише забезпечення грошового і товарного обігу за формулою: гроші - товар - гроші. Відносини ринку забезпечують життєдіяльність нової економічної системи, яка домінує практично у всіх розвинутих країнах світу. Ринок - це вища форма організації матеріального виробництва, яка на декілька порядків переважає планово-розподільчу систему.

Виходячи з уявлення про господарюючий суб'єкт ринкової економіки, як про відкриту систему, в ньому обов'язково виділяють підсистему управління (вона ж суб'єкт управління й керуюча підсистема), яка, власне, й надає підприємству як організації системного характеру, тобто регулює і координує діяльність всіх інших елементів (підрозділів, галузей, служб тощо) в напрямі досягнення спільної (загальної) мети або ж погоджених цілей, робить всі елементи взаємозалежними, а їх взаємозалежність набуває позитивно синергічного характеру, коли успіх одного сприяє успішній діяльності всіх інших, взаємопосилюючи позитивні результати кожного елемента й організації (системи) в цілому.

В контексті викладеного більш виправданим і логічним буде вживання терміна «управління», що є ширшим від поняття «менеджмент». На відміну від управління менеджмент виник на основі практики господарювання в умовах ринку. Тому «менеджмент агропромислових підприємств» означає систему специфічних функцій, методів їх виконання, адекватні їм організаційні структури апарату й персоналу управління, яка (система) забезпечує успішну вживлюваність і ефективну діяльність організації (підприємства) в ринковій економіці.

Аграрний менеджмент, враховуючи специфіку перш за все сільського господарства, розглядається як цілісна система організаційно-управлінських відносин, яка упорядковує діяльність підприємницьких структур ринкового виробництва з метою підвищення його ефективності та конкурентоспроможності продукції. Це не тільки управління виробництвом, а й організація праці людей. В даному контексті вживання терміна «менеджмент» особливо підкреслює маркетингову спрямованість діяльності всіх служб апарату і всіх службових осіб персоналу управління.

В свою чергу реалізація управлінської діяльності на практиці ставить певні вимоги ринку до менеджменту агропромислового формування. Суть і зміст їх полягає у наступному:

- кожне підприємство-товаровиробник або об'єднання товаровиробників самостійно визначає не тільки свою поточну господарську політику, а й стратегію розвитку. Зокрема, йдеться про стратегічний маркетинг. Звідси високі критерії щодо вчасності й доброякісності інформації, що є «сировиною» управлінської діяльності, та щодо компетентності персоналу, достатньої для прийняття управлінського рішення, адекватного змінам зовнішнього середовища;
- визначальна роль служби маркетингу в системі функцій та організаційній

структурі управління Успіх підприємства визначається не кількістю виробленої продукції, а кількістю реалізованих товарів. Отже, маркетинг, тобто реальна можливість продажу, визначає раціональну програму виробництва, вимоги до якості товарів і допустимі межі витрат. Вихід за параметри (кількісні та якісні) товарної продукції зробить її неконкурентоспроможною, що в ринкових умовах призводить до руйнації підприємства;

- виходячи з попереднього, особливого значення в діяльності сучасних менеджерів надається пошуку своєї ніші на ринках агропромислової продукції, закріплення її, формування достатнього так званого «портфеля замовлень». Звідси - високі вимоги дотримання договірної дисципліни як постачальниками, так і споживачами продукції і послуг підприємства. Менеджер, який порушує контракти, втрачає довіру всіх реальних і потенційних контрагентів, а отже, майже автоматично руйнує своє господарство (підприємство).

Особливості менеджменту у підприємствах аграрного типу зумовлено самою їх суттю як підприємства з безпосереднім виходом у зовнішнє ринкове середовище, значна частина яких (так звані фактори прямої дії) формуються з участю агропромислової організації як активного суб'єкта ринкової економіки.

Перша особливість менеджменту: система менеджменту агропромислових підприємств визначається винятково їх об'ємними та якісними характеристиками як господарюючого суб'єкта ринку, а також їх місією, тобто призначенням, відносним становищем, роллю у структурі ринкових відносин. Тому суть і характер менеджменту агропромислових підприємств (загальні і конкретні або специфічні функції, методи управління, організаційна структура підприємства і система управління та інші складові управлінського процесу) не залежать в істотних рисах від форми власності (колективної приватно-пайової, державної та ін.).

Друга особливість: розвинута служба маркетингу. До її складу повинні входити групи з організації реклами, проблем якості, тари, дослідження й прогнозування кон'юнктури внутрішніх і зовнішніх ринків, організації роботи торговельних підприємств, зв'язків з біржовими установами тощо.

Третя особливість: організація внутрішньої структури за принципом господарюючих стратегічних підрозділів. Йдеться про надання широких прерогатив, зокрема в питаннях маркетингу своєї продукції або послуг, укладанні господарських договорів із суб'єктами ринку поза межами агропідприємства, підрозділів першого порядку. В складі агропідприємства можуть бути і такі підрозділи підприємства, як птахофабрика, тепличне господарство, переробне виробництво, досить великі підрозділи рослинницького, тваринницького та агросервісного спрямування.

Четверта особливість: наявність у структурі господарства переробних та торговельних підприємств. Останні залежно від обсягу реалізації можуть бути або самостійними підрозділами, або ж входити організаційно в систему служб-

би маркетингу. Потреба в якомога глибшій переробці сільськогосподарської сировини особливо актуальна за існуючої ситуації.

Формування системи аграрного менеджменту змінює характер управлінського впливу на суб'єкти господарювання з боку державних органів управління, зокрема місцевих органів управління агропромисловим комплексом. В нових умовах їх роль зводиться до таких функцій:

■ інформативне забезпечення товаровиробників усіх форм власності з різних аспектів науково-технічного прогресу, прогнозу маркетингової ситуації на внутрішніх і зовнішніх ринках агропромислової продукції, а також з методичних і практичних питань здійснення аграрної реформи та інші рекомендаційно-методичні заходи державного впливу на організаційно-виробничу та фінансово-економічну ситуацію в місцевому агропромисловому виробництві;

- державний контроль за дотриманням чинного законодавства в усіх аспектах, що стосується агропромислового виробництва (наприклад, ветеринарна медицина, землекористування, насінництво, охорона довкілля, трудові відносини, тощо);

- організаційно-методична допомога і сприяння суб'єктам господарської діяльності з питань ресурсного забезпечення;

- координація діяльності підприємств і урядових організацій з питань соціального розвитку території.

Наука і практика довели, що в умовах ринку резерви підвищення ефективності аграрного виробництва містяться не тільки у виробничому процесі, а й у процесі управління. Правильно налагоджений і дійовий менеджмент створює цілісну інтегровану систему управління, яка забезпечує стабільність розвитку і високу конкурентоспроможність аграрних підприємницьких структур.

Література:

1. Економічний довідник аграрника. В.І.Дробот, Г.І.Зуб, М.П.Кононенко та ін (За ред. Ю.Я.Лузана, П. Т.Саблука) - К.: «Преса України», 2003. - 800 с.

2. Завадський Й.С. Менеджмент: Підручник для студ. екон. спец, вищ навч. закл.: У 2 т., т 2- К: Видавництво Європейського університету, 2002. - 640 с.

3. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. - К: Каравела, 2005. - 495 с.

4. Реформування та розвиток підприємств агропромислового виробництва (посібник у питаннях і відповідях) За ред. П. Т.Саблука. - К: ІНЕ, 1999. - 532 с.

5. В.Г.Федоренко, Ю.М.Діденко, Є.В.Бондаренко, О.Ф.Уткін, О.М.Панько, В.І.Анін, Ю.П.Пінчук Основи менеджменту:/ За науковою ред. проф. В.Г.Федоренка - К.: Алеута, 2007. - 420 с.

6 Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник)/За ред. П. Т.Саблука. - К: ІНЕ, 2000. - 556 с.