3. Формування інфраструктури сучасного аграрного ринку, який повинен стимулювати розвиток фермерських господарств і забезпечувати їх ефективне функціонування.

4. Реалізація сільськогосподарської продукції. Держава повинна виступити регулятором ринкових процесів в аграрному секторі економіки шляхом запровадження таких ринкових механізмів, які б забезпечували прибутковість фермерських господарств у кожній природно-кліматичній зоні.

5. Відсутність відповідної освіти і належного кваліфікаційного рівня знань в галузі сільського господарства, значної частини керівників, що в значній мірі стримує ефективну організацію та ведення прибуткової діяльності.

Отже, вирішивши вище зазначені проблеми щодо нормативного врегулювання діяльності та державної фінансової підтримки фермерських господарств можна досягти подальшого ефективного та динамічного розвитку приватного господарства, а також розвитку аграрного сектора економіки у цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України " Про селянське (фермерське) господарство від 22.06.1993р.
2. Указ Президента України №1520 від 03.12.1999р. "Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки".
3. Наказ Міністерства аграрної політики України від 15.07.2002 р. №192 "Про стратегію і тактику пореформеного розвитку фермерських господарств".
4. Програма розвитку аграрного ринку Рівненської області на 2001 - 2004 рр.
5. Сокол О.І. Кузьмик Б.М. Державна підтримка і регулювання діяльності селянських (фермерських) господарств // Вісник аграрної науки. - 1995.- №2,- С.3-7.
6. Шевчук О.О. Розвиток та діяльність селянських (фермерських) господарств України // Економіка АПК-1995,- №3,- С.24-28.
7. Шкарбан М.І. Стан та перспективи розвитку фермерства в Україні // ЕкономікаАПК. 1996.- №2.- С. 15-19.

РЕЗЮМЕ

Дана стаття є оглядовою і дає уявлення про сучасний стан та перспективи розвитку приватного аграрного сектора економіки в Рівненській області.

Статья рассматривает и даёт представление о современном состоянии и перспективах развития частного аграрного сектора экономики в Ровенской области.

SUMMARY

His article is observing and gives the points of the modern concitionsand the perspectives the develop mend of private agricultural sector of Rivne region economy.

ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ

Бондаренко О.О.

Харківський державний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди

Зараз в Украіні працює багато вищих навчальних закладів , які пропонують підготовку абітурієнтів з різноманітних спеціальностей .Досить великий відсоток вузів готує майбутніх фахівців у галузі економіки ,обліку та аудиту, маркетингу й менеджменту. Жодний майбутній спеціаліст не зможе працювати без комп'ютера. Комп'ютерна підготовка майбутніх спеціалістів є, мабуть,однією з складніших задач, оскільки потрібно врахувати тенденції розвитку апаратного забезпечення , програмних продуктів ,вміння і навички , які студент здобуде на перших курсах навчання , згодилися йому через кілька років після закінчення навчання .Тому якісна підготовка з інформатики та комп'ютерноі техніки залежить від традицій вузу, навчальних цих курсів і логічного зв'язку між ними.

В основі моделі спеціаліста є кваліфікаційна характеристика для даноі професіі. Де описується призначення даноі професіі, основний характер діяльності працівника, враховується, що він повинен вміти, які мати особливі якості. На основі моделі спеціаліста будується модель підготовки майбутнього спеціаліста, у якій вказуються вимоги до орган-

ізації навчального процесу , змісту навчальних планів .методів навчання .Першим кроком переходу до моделі спеціаліста є повний опис типових задач, які він повинен виконувати під час майбутньої професійної діяльності.

Така програма підготовки майбутніх спеціалістів . структурованою і включає в себе три логічно завершені етапи : загальна підготовка кваліфікованого користувача комп'ютерною технікою, закріплення користувацьких навиків та вузьконаправлене використання комп'ютера в майбутній професійній діяльності .Ця модель підготовки реалізує на перших двох етапах предметний і психологічний компоненти одержаних знань -студент вчиться працювати з конкретними програмними продуктами, впевнено оволодіває ними і може реально використати іх у діловодстві .На третьому етапі підготовки реалізується логічний компонент - узагальнюючи існуючі знання .студент вчиться використовувати комп'ютер у своїй професійній діяльності .Одержавши підготовку згідно цих трьох етапів , він може розв'язувати конкретні задачі за допомогою програми, вибираючи для цього конкретні програми і за необхідності встановлюючи зв'язки між створеними за допомогою вибраних програм документами.

Використовуючи якісну шкалу оцінки рівня знань та вмінь, можна зробити висновок, що запропонована модель підготовки з комп'ютерних технологій майбутніх спеціалістів у сфері економіки є повною та різнобічною .Вона включає в себе необхідні для роботи програмні продукти і дає змогу майбутньому спеціалісту одержати навички та вміння по володінню комп'ютерною технікою .Ця модель побудована на основі прогностичноі моделі діяльності спеціаліста і враховує тенденції розвитку комп'ютерних технологій та програмного забезпечення на наступні кілька років.

МЕТОДОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА В ОПРЕДЕЛЕНИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ващенко Р.А.,
студент Донецького
Національного університету

Калиниченко М.П.

Использование методологии маркетингового анализа способствует повышению эффективности предпринимательской деятельности, а также выявлению дополнительных источников прибыли как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде. При проведении маркетингового анализа микро и макро внешней среды используют методы стратегического и оперативного анализа: ABC - анализ, маржинальный анализ, SWOT - анализ, портфолио анализ, GAP - анализ, функционально - стоимостной анализ (ФСА), анализ бизнес - портфеля и другие методы. Каждое предприятие в первую очередь должно проводить анализ подконтрольных ей факторов, в том числе элементов комплекса маркетинга (цена, товародвижение, товар и продвижение).

Решения по ценам принимаемые руководителями отделов маркетинга, очень важны - ведь цена непосредственно влияет на прибыль фирмы. Цена как денежное выражение стоимости товара определяет стратегию поведения фирмы в сфере товарно, денежных отношений. Разное отношение к цене связано с различными задачами, которые разрешаются фирмой: обеспечение выживания, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства с показателями качества товара, завоевание рынка с показателями части рынка. Для определения дополнительных источников рекомендуется проводить анализ безубыточности. Благодаря своей простоте анализ безубыточности позволяет определить взаимосвязи между издержками, объемом производства и прибылью. Наиболее часто он используется для того, чтобы определить, как скажутся на прибыли изменения в ценах, постоянных и переменных издержках.