

собівартості продукції. Структура витрат – це відсоткове відношення їх окремих статей до загальної суми витрат.

Розглянемо динаміку структури витрат на виробництво сільськогосподарської продукції в аграрних підприємствах України.

При переході до ринкових відносин у структурі витрат відбулися відчутні зміни негативного характеру. З одного боку, непропорційне зростання цін на куповані ресурси (пально-мастильні матеріали, мінеральні добрива, засоби захисту рослин і тварин, техніку та запасні частини тощо) призвело до збільшення питомої ваги цих статей у структурі витрат сільськогосподарських підприємств, при тому їх споживання у натуральному виразі скоротилося в декілька разів.

З іншого боку, послаблено дію фактора матеріального стимулювання працівників. Для забезпечення виробничого процесу аграрні підприємства змушені задовольняти в першу чергу найбільш необхідні технологічні потреби, відсуваючи оплату праці на другий план. Як наслідок, питома вага витрат на оплату праці у витратах виробництва скоротилась з 33,6 до 14,7% (в той час як у західноєвропейських країнах на зарплату припадає до 40% всіх виробничих витрат).

Розмір статей затрат та їх структура різняться не лише між галузями рослинництва і тваринництва, але й між різними видами продукції. Це визначається як природними, так і технологічними особливостями виробництва окремих видів продукції.

#### **Список використаних джерел і літератури**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=27358](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=27358).
2. Склад витрат [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/law-118/section-580/article-11646/>.

*Бойко О. О., студент  
Науковий керівник: к. е. н., доц. Білявський В. М.  
Національний авіаційний університет, м. Київ*

### **ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПРИНЦИПІВ ТА МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Світ не стоїть на місці, а постійно розвивається у всіх напрямках. Зазнають змін багато сфер людської діяльності. Не є винятком й сфера менеджменту організацій та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Тому принципи та методи класичного менеджменту постійно модернізуються, підлаштовуючись під нові проблеми та виклики.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що сучасні технології менеджменту, які використовуються у найбільш економічно розвинутих країнах та провідних компаніях світу, дозволяють вирішувати більш складні та нагальні проблеми менеджменту, що є причиною їх подальшого аналізу.

Мета та завдання роботи полягають у вивченні та дослідженні основних напрямів розвитку сучасних принципів та методів менеджменту в умовах конкурентного середовища на прикладі реальних підприємств, та подальшому їх застосуванні.

Сучасний стан економічних процесів, позиції, що займають більшість вітчизняних підприємств у мінливому конкурентному середовищі [1], переконують у перспективі подальшого загострення конкурентної боротьби, як вітчизняних, так і іноземних підприємств. Очевидно, що надалі, ці процеси будуть поглиблюватися і ускладнюватися, тому, побудова ефективного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств (на основі: клієнтоорієнтованого, ціннісно-компетентнісного та інноваційного підходів) стає одним із пріоритетних факторів у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Важливою є необхідність систематичного дослідження вищезазначеної проблематики, що у подальшому дасть змогу використовувати отримані знання у практичній діяльності вітчизняних підприємств.

Сучасний менеджмент – це тисячі можливих варіантів і нюансів управлінських рішень, складність вивчення і засвоєння менеджменту полягає у тому, що ті підходи, які розроблені на одному конкретному підприємстві і які добре себе зарекомендували, можуть бути не тільки не ефективними, але й можливо згубними для іншого. Тому в повсякденній діяльності менеджерів слід зосереджувати увагу не на уніфікованих прийомах, а на спроможності вірно дати оцінку реальній ситуації, що склалася і знайти вихід зі складної ситуації. Менеджмент не дає універсальних рецептів. Він вчить тому, як, знаючи: прийоми, шляхи, способи вирішення тих чи інших управлінських завдань, досягти успіху для конкретного підприємства, незважаючи на форму власності останнього. Володіючи ефективними інструментами менеджменту [2], керівництво може знайти головні важелі підвищення ефективності господарської діяльності підприємства без додаткової капіталізації чи створення нових виробничих можливостей.

Для створення та реалізації «власної» моделі менеджменту, яка надасть можливості у конкретних умовах економічного розвитку України для отримання найвищого результату, доцільно:

- вивчати досвід ефективної управлінської практики вітчизняних підприємств (при цьому особливу увагу слід приділяти культурним і соціально-історичним факторам, що зумовили або вплинули на розвиток ефективних управлінських систем);
- вивчати провідну управлінську практику закордоном (головне при цьому зрозуміти принципи, що покладено в основу системи управління підприємством);
- на основі вищесказаного створити систему управління конкретним об'єктом.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства[3-5] залежить від принципів побудови ефективного механізму управління останнім. Ключовими принципами побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємства слід вважати принципи: адаптативності; урахування дії законів організації структур і процесів; інтеграції; дотримання вимог сукупності наукових підходів до управління; гнучкості; клієнтоорієнтованості; використання сучасних методів аналізу; планування; прогнозування та оптимізації; системності та комплексності; використання новітніх комунікацій і технологій; генерування цінності для споживачів; урахування дії економічних законів конкуренції; динамічності; забезпечення конкурентних переваг; адекватності та гнучкості; примноження компетентностей підприємства та нарощення прибутків; інноваційності; врахування чинників конкурентного середовища та особливостей забезпечення конкурентоспроможності певної галузі.

### **Список використаних джерел і літератури**

1. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості // Інноваційна економіка. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134.
2. Білявський В. М. Розробка клієнтоорієнтованої стратегії обслуговування споживачів підприємства // Вісник Львівської комерційної академії. 2015. Вип. 49. С. 41–44.
3. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий // Экономика: проблематика та практики : збірн. наук. праць. Дніпропетровськ: ДНУ. 2004. Том. 2. Вип. № 191. С. 614–619.
4. Білявський В. М., Шепута М. М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства // Сталий розвиток економіки. 1'2018. № 38. С. 131–140.
5. Гайдай Ю. В. Концептуально-методичні підходи інноваційної організаційної культури на підприємствах торгівлі // Економіка і регіон. Полтава, 2012. №1 (32) С. 168–172.