

підрозділів. Цьому значною мірою сприяє перевірка виконання норм виробітку. В бізнес-плані кооперативу у випадках ризиків невиконання договірних зобов'язань передбачено гарантії застави, а також розрахунків сільськогосподарською технікою та поголів'ям худоби.

Отже, обґрунтованість управлінських рішень на основі дослідження процесу бізнес-планування знижує рівень підприємницького ризику, покращує показники фінансового стану, дає можливість розвитку інноваційних процесів і розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Бізнес-план розвитку сільськогосподарського підприємства. Навчальний посібник / [Дробот В.І., Мартянов М.Ф. та інші.]. – К. : Мета, 2003. – 336 с.

2. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві: [підруч.] / В.М. Нелп. – К. : КНЕУ, 2004. – 491 с.

3. Охріменко І.В. Про планування виробничо-господарської діяльності в сільськогосподарських підприємствах / І.В. Охріменко // Економіка АПК. – 2000. – № 10. – с. 59-63.

Маслій Наталія Володимирівна,

студентка напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»

економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Славіна Н.А.

РОЗВИТОК РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЗА КОРДОНОМ

У сучасному світі логістика стала невід'ємною частиною підприємницької стратегії, особливо для організацій або галузей, які орієнтуються на міжнародний ринок. Логістичні послуги є важливими складниками ринкової системи господарювання. Саме завдяки засадам логістики і застосуванню на практиці принципів та методів щодо організації логістичних процесів (необхідний товар, у потрібній кількості, гарантованої якості, у необхідне місце, у належний час) забезпечується налагодження, безперебійний рух матеріалів, ресурсів і готової продукції від виробника до споживача.

Ринок логістичних послуг репрезентують кілька сегментів. За світовою структурою знаходимо такі варіанти сегментації:

- перший – передбачає поділ на такі сегменти: транспортно-експедиційні послуги;
- комплексні логістичні рішення; управління ланцюгами поставок;
- другий – передбачає поділ на такі сегменти: з міжнародної та внутрішньої експрес-доставки; з комплексних перевезень приватного та службового майна; з міжнародних і внутрішніх перевезень вантажів;
- третій – передбачає поділ на такі сегменти: експедиція, транспорт, логістика [1, с.169-171].

На сучасному ринку логістичних послуг можна виділити три основних напрями: виконання перевезень і експедирування вантажів транспортом різних видів; надання складських послуг; надання послуг по інтеграції, а також керуванню ланцюгами постачань.

Аналізуючи розвиток ринку логістичних послуг у світі, можна спостерігати позитивну динаміку. Наприклад, місткість світового ринку логістичних послуг становила

1570 млрд. євро. Структура світового ринку логістичних послуг розподілялася так: транспортно-експедиційні послуги – 69 %, комплексні логістичні послуги - 19 %, управлінська логістика - 12 % [3, с.63-65].

Частка ЄС на світовому ринку логістичних послуг є найбільшою - 27, 5 %. Для порівняння – країни Північної Америки – 26, 7 %, країни азійсько-тихоокеанського регіону – 19 %, решта світу – 26,8 % [2, с. 177].

Уже на початку третього тисячоліття світовий ринок транспортно-логістичних послуг оцінювався більше ніж у 1 трлн. доларів США, що складає близько 4 % глобального ВВП. Розвиток галузі в 21-му столітті визначається динамікою зростання світової промисловості і торгівлі, а також розширенням глобальних мереж дистрибуції. Існує два найважливіші чинники, що роблять стимулюючий вплив на розширення операцій провідних логістичних провайдерів, перш за все в плані експансії на нові ринки. Це вступ Китаю у ВТО, що вже надало могутній імпульс розвитку світової торгівлі, і розширення Євросоюзу з включенням нових країн в транс-європейські виробничі, торгові і транспортні мережі.

Найбільшим постачальником логістичних послуг є США. Їх експорт становить близько 80 - 90 млрд. дол. США. Але вони і імпортують транспортно-експедиційні послуги на рік на суму в 90 - 100 млрд. дол. США. До найбільших експортерів даних послуг у світі ставляться Німеччина (25-26 млрд. дол. США), Японія (40-45 млрд. дол. США), а також Великобританія, Нідерланди, Гонконг (22-28 млрд. Доларів США), Корея та ін. Одноосібним лідером в імпорті логістичних послуг також є США. Слідом за США за обсягами імпорту транспортних послуг йдуть: Німеччина – 52 млрд. дол. США (7,56% ринку); Японія - 42,3 млрд. дол. США (6,24% ринку); Великобританія - 35,8 млрд. дол. США (5,21% ринку); Франція - 29,5 млрд. дол. США (5,01% ринку); Данія - 23,9 млрд. дол. США (3,48% ринку); Індія-31,1 млрд. дол. США (3,47% ринку); Республіка Корея - 29,9 млрд. дол. США (3,41% ринку); Італія - 22,6 млрд. дол. США (3,3% ринку); Нідерланди - 16,6 млрд. дол. США (2,41% ринку) та ін. [2, с.75].

На сучасному етапі в світі спостерігається тенденція виникнення логістичних компаній та центрів, які пропонують комплексні функціональні рішення. Вони полягають у наданні 3PL-послуг й активному розвитку четвертого та п'ятого рівнів логістичного аутсорсингу. Слід зазначити, що максимальний попит спостерігається в Північній Америці та Європі. При цьому найбільше користувачів послугами 3PL операторів виявлено серед компаній, що працюють у сфері високих технологій (16%), промислового виробництва (13%) і виробництва продовольчих товарів (13%).

Особливо слід зазначити процеси злиття та поглинання організацій, які переважають на світовому ринку логістичних послуг за останні роки, і є важливою частиною стратегії компаній-провайдерів логістики [2, с.122].

Отже, останнім часом темпи зростання обсягів послуг логістики, характерні для розвинених країн, стали спостерігатися вже практично у всіх країнах, залучених у світову торгівлю товарами і послугами. Більш того логістика стала таким собі каталізатором протікання глобалізації. Частка управлінської логістики й комплексних логістичних послуг збільшуються, і більшість підприємств надають перевагу всебічній оптимізації своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Глушенко Т.М. Аналіз розвитку логістичних послуг на сучасному світовому ринку /Т.М. Глушенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014.

2. Кальченко А. Проблеми логістичного ринку послуг / А. Кальченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 1. – С. 229

3. Смирнов І.Г. Світовий ринок логістичних послуг: географічні особливості / І. Г. Смирнов // Вісник Київського національного університету. – 2008. – Вип. 46. – С. 63–65.

Маслій Наталія Володимирівна,

студентка напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» економічного факультету
Подільського державного аграрно-технічного університету,

м. Кам'янець-Подільський

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кучер О. В.

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мотивація праці, керівництво і взаємодія з людьми - вирішальний фактор успіхів в управлінні підприємством та результативності роботи, і в цьому розумінні вона становить основу трудового потенціалу працівника, тобто всієї сукупності властивостей, що впливають на виробничу діяльність.

Мотивація праці персоналу - це бажання працівника задовольнити свої потреби через трудову діяльність. Мотивація є однією з провідних функцій управління, оскільки досягнення основної мети залежить від злагодженості роботи людей. Кожен ефективний керівник намагається переконати працівників працювати краще, створити у них внутрішні спонуки до активної трудової діяльності, підтримувати зацікавленість у праці, ініціювати переживання задоволення від отриманих результатів.

Варто застосовувати не лише матеріальну мотивацію, а й моральну. Котра в деяких випадках є більш дієвою, та раціональною в порівнянні з грошовою винагородою за виконану роботу.

Система мотивування, повинна, бути простою і зрозумілою для працівника, бути гнучкою, давати можливість відразу ж заохочувати кожен позитивний результат роботи. Розміри заохочення повинні бути економічно та психологічно обґрунтовані. В якості важливих факторів мотивації персоналу можна розглядати суб'єктивні чинники вибору професії та рівня кваліфікації, які визначаються рівнем престижності праці.

Мотивація праці, як і її стимулювання, має свою межу, досягнення якої не створює додаткових мотивів до праці. Кожний менеджер мусить виважено ставитися до визначення факторів мотивації, рівня мотивації, та сили впливу факторів мотивованості самого працівника [3, с.65-66].

Мотивація праці - актуальний процес, що потребує системного підходу, зваженого застосування різних методів та способів, прозорості та визначеності - джерело матеріальних та духовних цінностей, тому проблема спонукання людей до праці ніколи не втрачала своєї актуальності у процесі ефективної трудової діяльності. При правильно розробленій мотиваційній моделі робітник не тільки самореалізує свої внутрішні запити, але й задовольняє повністю або частково свої потреби (первинні, вторинні, ближньої, дальньої мотивації).

Підприємство, намагаючись зберегти кваліфікований персонал, має підвищувати рівень оплати праці. Це є позитивним фактором, однак зростання розмірів заробітної плати не характеризує рівень задоволення наявних потреб і провадження заходів щодо