

розробці стратегії. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства характеризує його поточний стан і використовується для вивчення ситуації, що склалася на підприємстві.

Внутрішні сильні сторони підприємства є відправною точкою для вибору збутової стратегії, а слабкі сторони є чинниками, що обмежують можливості реалізації стратегії. Такий же вплив можуть зробити фактори загрози з боку зовнішнього середовища, що легко приводять підприємство до несподіваних кризових ситуацій, якщо від них не вдалося попередньо застрахуватися [4]. Маркетингові стратегії дають змогу визначити, як саме фірма має пристосуватися до цих змін, використавши свої сильні сторони.

Основним змістом процесу вибору основних напрямів маркетингової збутової діяльності підприємства є визначення стратегічних маркетингових альтернатив збутової діяльності підприємства з врахуванням впливу системи чинників його зовнішнього і внутрішнього середовища та вибір конкретної маркетингової збутової стратегії. На етапі розробки альтернатив маркетингових стратегій здійснюється рішення трьох типів задач:

- 1) вибір цільового ринку, в рамках якого буде діяти підприємство;
- 2) визначення основних чинників конкурентоздатності, які необхідно використовувати в рамках даного сегмента;
- 3) визначення оптимальних термінів початку і завершення діяльності на даному ринку (виходячи з оцінок перспектив збільшення чи скорочення попиту).

Виділяють декілька різновидів маркетингових стратегій – глобальні маркетингові стратегії, базові стратегії, стратегії росту. Маркетингові конкурентні стратегії, функціональні маркетингові стратегії, а також стратегії залежно від терміну їх реалізації життєвого циклу товару, виду диференціації, конкурентоспроможності фірми та привабливості ринку, методу вибору цільового ринку за станом ринкового попиту та залежно від ступеня сегментування ринку збуту товару.

Глобальними маркетинговими стратегіями що визначають принципові рішення щодо вибору напрямку розвитку ринку є стратегія інтернаціоналізації, диверсифікації, сегментації, глобалізації та кооперації. Базовими стратегіями розвитку за М. Портером є три стратегії, кожна з яких базується на певних конкурентних перевагах: стратегія низьких витрат, стратегія диференціації і стратегія концентрації. Стратегії росту спрямовані на розширення масштабів діяльності фірми, що дає змогу збільшити прибуток, обсяг продажу та частки ринку. Відповідно до частки ринку, яку займає фірма, виділяють чотири типи конкурентних стратегій: маркетингові стратегії лідера ринку, членджера, послідовника, нішера [3, с. 198].

При формуванні альтернативних варіантів маркетингових стратегій використовують моделі, основними з яких є матриця розвитку товару/ринку, матриця конкуренції М. Портера, а також моделі портфельного аналізу – матриця зростання/частка ринку та модель «привабливість-конкурентоспроможність» [3, с. 182]. З метою збільшення обсягу продажу наявних і нових товарів підприємствам потрібно працювати над стратегією розвитку ринку, що передбачає адаптацію існуючих товарів підприємства до нових ринків збуту, коли підприємство виходить з цим товаром на нові ринки. Стратегія розвитку ринку характеризується довгостроковими перспективами реалізації, високим комерційним ризиком та необхідністю значних витрат на дослідження каналів збуту. Крім цього, потрібно використовувати стратегію розвитку товару, що дозволить збільшити обсяги збуту завдяки розробці нових товарів на наявних ринках. Вона включає модифікацію товару підприємства, його якісних параметрів та розширення асортиментної лінії для існуючого кола споживачів, тобто підприємство пропонує удосконалений товар або розширює його асортимент. Стратегія розвитку товару характеризується значними строками реалізації, високим рівнем ризику та значними витратами на розробку та виробництво нових товарів.

З метою збереження або збільшення частки ринку потрібно використовувати маркетингові конкурентні стратегії, зокрема маркетингова стратегія розширення місткості ринку, стратегія захисту позицій, стратегія підвищення ринкової частки за існуючої місткості ринку, тощо.

З метою активізації продажу товарів, важливе місце відводиться комунікаціям, тобто стратегії просування товару на ринок. Вибір стратегій ґрунтується на реальних можливостях підприємства і його конкурентної позиції на ринку. Сутність вироблення маркетингової збутової стратегії полягає у виборі потрібного напрямку розвитку із існуючих альтернатив. Складовою маркетингової збутової стратегії підприємства мають бути засоби реагування на непередбачений розвиток подій і розробка необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин, оскільки ринкові умови постійно вносять свої корективи, що унеможливає передбачити усі стратегічні варіанти. Тому підприємству необхідно створити обґрунтовану стратегію дій, відповідно до якої воно має бути готовим адаптуватися до тих обставин, які можуть виникати у подальшій господарській діяльності.

Реалізація маркетингової збутової стратегії здійснюється за допомогою маркетингової програми, у якій погоджені усі заходи щодо обсягів реалізації, системи ціноутворення, вибору каналів розподілу і просування товарів від виробників до споживачів, охоплення частки ринку тощо.

#### Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.
2. Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми / С. В. Близнюк. - К.: Логос, 1998. - 146 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. - 712 с.
4. Мороз Л. А. Маркетинг: підручник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай; за ред. Л. А. Мороза. - 2-е вид. - Львів: Національний університет „Львівська політехніка”, 2002. - 244 с.

#### Кучер Катерина Вікторівна,

студентка спеціальності 8.03060101 “Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)” економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам’янець-Подільський  
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Кіріка Д. В.

#### ЮРИДИЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПРАВОПОРУШЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Юридична відповідальність за порушення аграрного законодавства являє собою комплексний правовий інститут, який охоплює сукупність правових норм, що закріплюють види, засоби й порядок застосування заходів юридичної відповідальності до порушників аграрного законодавства. Суб'єктами аграрних правопорушень можуть бути юридичні особи різних форм власності, громадяни господарства, основним видом діяльності яких є виробництво, переробка, реалізація і зберігання сільськогосподарської продукції. Фізичні та юридичні особи, що не є суб'єктами аграрних відносин, також можуть бути правопорушниками аграрного законодавства. При цьому правопорушниками можуть бути також державні органи, органи місцевого самоврядування і їх посадові особи, які уповноважені здійснювати відповідний контроль у галузі аграрного законодавства.

У чинному законодавстві встановлено такі види юридичної відповідальності за вчинені правопорушення: дисциплінарна, матеріальна, майнова, адміністративна, кримінальна [3; ст. 200].

Дисциплінарна відповідальність осіб, зайнятих у сільському виробництві, забезпечується створенням необхідних організаційних та економічних умов для нормальної високопродуктивної роботи, свідомим ставленням до праці, методами переконання, виховання, а також заохочення за сумлінну працю. Відповідно до законодавства України при вчиненні правопорушення до винних працівників можуть застосовуватися дисциплінарні стягнення, якщо вони передбачені статутами, інструкціями або правилами внутрішнього розпорядку цих підприємств. За порушення трудової дисципліни до працівника може бути застосований тільки один з таких заходів стягнення: 1. догана; 2. звільнення з посади. Згідно зі ст. 147 КЗпП законодавством, зокрема локальними актами підприємств, можуть бути передбачені для окремих категорій працівників й інші дисциплінарні стягнення [1; ст. 192].

Матеріальна відповідальність працівників - це один із видів юридичної відповідальності, згідно з якою працівник при виконанні трудових обов'язків зобов'язаний відшкодувати завдану ним шкоду підприємству, установі, організації. У ст. 130 КЗпП зазначається, що працівники несуть матеріальну відповідальність за шкоду, заподіяну підприємству, установі, організації через порушення покладених на них трудових обов'язків. Згідно з КЗпП встановлено такі види матеріальної відповідальності: 1. у межах середнього місячного заробітку (ст. 132); 2. обмеженої матеріальної відповідальності (ст. 133); 3. повної матеріальної відповідальності (ст. 134). При матеріальній відповідальності в межах середнього місячного заробітку, який згідно з чинним законодавством визначається, виходячи із заробітку за два останні календарні місяці роботи працівника, що передували дню виявлення шкоди, а якщо шкода виявлена після звільнення - дню звільнення. Матеріальну відповідальність у межах середнього місячного заробітку також несуть працівники, які допустили зіпсуття або знищення цінностей в ході трудового процесу. Випадки обмеженої матеріальної відповідальності робітників і службовців регулюються ст. 133 КЗпП, згідно з якою робітники і службовці - за зіпсуття або знищення через недбалість матеріалів, напівфабрикатів, виробів, в тому числі при їх виготовленні, - у розмірі заподіяної з їх вини шкоди, але не більше свого середнього місячного заробітку. Працівники несуть матеріальну відповідальність у повному розмірі шкоди, заподіяної з їх вини підприємству, у випадках, коли: 1) між працівником і підприємством, установою, організацією згідно зі ст. 135і КЗпП укладено письмовий договір про взяття на себе працівником повної матеріальної відповідальності за забезпечення цілості майна та інших цінностей, переданих йому для зберігання або для інших цілей; 2) майно та інші цінності були одержані працівником під звіт за разовою довіреністю або за іншими разовими документами; 3) шкоду завдано діями працівника, які мають ознаки діянь, переслідуваних у кримінальному порядку; 4) шкоду завдано працівником, який був у нетверезому стані; 5) шкоду завдано недостатньою, умисним знищенням або умисним зіпсуттям матеріалів, напівфабрикатів, виробів, а також інструментів, вимірювальних приладів, спеціального одягу та інших предметів, виданих підприємством працівникові в користування; 6) відповідно до законодавства на працівника покладено повну матеріальну відповідальність за шкоду, заподіяну підприємству при виконанні трудових обов'язків; 7) шкоду завдано не при виконанні трудових обов'язків; 8) службова особа винна в незаконному звільненні або переведенні працівника на іншу роботу; 9) керівник підприємства всіх форм власності винний у несвоєчасній виплаті заробітної плати понад один місяць [3; ст. 193].

Адміністративно-правова відповідальність настає за наявності в діях винних осіб адміністративних порушень, перелік яких міститься в адміністративному законодавстві, більшість із них передбачає накладення на винних осіб штрафів різних розмірів. Підставою для притягнення до адміністративної відповідальності є вчинення особою адміністративного порушення, що містить склад адміністративного порушення, і застосування відповідних адміністративних стягнень залежно від виду правопорушення щодо об'єкта аграрних правовідносин. До винних осіб, згідно зі ст. 24 КУпАП можуть застосовуватися такі види адміністративних стягнень, як попередження; штраф; конфіскація: предмета, який став знаряддям вчинення або безпосереднім об'єктом адміністративного правопорушення; грошей, одержаних внаслідок вчинення адміністративного правопорушення; позбавлення спеціального права, наданого даному громадянину (права керування транспортними засобами, права полювання; громадські роботи; виправні роботи; адміністративний арешт. Основним видом адміністративних стягнень за порушення аграрного законодавства є адміністративний штраф, що накладається в установленому порядку на громадян і посадових осіб [3; ст. 197-198].

Важливу роль у захисті інтересів сільськогосподарських підприємств відіграє майнова відповідальність. Майнова відповідальність за порушення аграрного законодавства регулюється перш за все нормами, що містяться у цивільному, трудовому, земельному, аграрному, господарському законодавстві. Для настання майнової відповідальності необхідна наявність складу правопорушення, а саме: 1. наявність шкоди; 2. протиправна поведінка суб'єкта шкоди; 3. причинний зв'язок між шкодою та протиправною поведінкою суб'єкта шкоди; 4. наявність вини [3; ст. 199-201].

Підставою кримінальної відповідальності є вчинення особою суспільно небезпечного діяння, яке містить склад злочину, передбаченого Кримінальним кодексом України (КК). В останні роки в Україні масовим явищем стали порушення земельного законодавства, особливе місце серед яких посідає самовільне зайняття земель (ст. 197і); порушення порядку зайняття господарською діяльністю (ст. 202); порушення правил екологічної безпеки (ст. 236); забруднення або псування земель (ст. 239); порушення законодавства про захист рослин (ст. 247); безгосподарне використання земель (ст. 254). Винні громадяни та посадові особи залежно від характеру злочину за порушення аграрного законодавства і суспільної небезпеки караються позбавленням волі, штрафом та додатковими покараннями у вигляді позбавлення права обіймати певні посади або

займатися певною діяльністю[1; ст. 203].

### Список використаних джерел

1. Єрмоленко В. М. Аграрне право України: підручник / В. М. Єрмоленко, О. В. Гафурова, М. В. Гребенюк [та ін.]; за заг. ред. В. М. Єрмоленка. - К.: Юрінком Інтер, 2010. - 608 с;
2. Кримінальний кодекс України - Документ 2341-14, чинний, поточна редакція — Редакція від 23.10.2014, підстава 1703-18;
3. Погрібний О. О. Аграрне право України. Підручник/За ред. О.О.Погрібного – К.: "Истина", 2007.- 448с.

### Кучер Катерина Вікторівна,

студентка спеціальності 8.03060101 “Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)” економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету, м. Кам’янець-Подільський  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лаврук О.С.

## УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку, що характеризується нестабільністю макро- і мікро- економічних факторів, одним з першочергових завдань керівництва стає формування та оцінка поточних перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу; збалансування можливостей підприємства з потенціалом зовнішнього середовища для досягнення запланованих задач та з метою виживання в умовах конкуренції сьогодні та в перспективі.

Потенціал –це наявні засоби, запаси та джерела, що можуть бути використані для досягнення певної мети, розв’язання певного завдання, а також можливості окремої особи, суспільства та держави в певній галузі [1]. „Ресурси– це залучені в господарський оборот чинники виробництва” [2; с. 46]. Ресурсний потенціал – це наявність на конкретну дату в суспільному виробництві відповідних засобів виробництва і відповідної їм системи управління.

Ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати чотирма основними критеріями:

- реальними можливостями підприємства в той чи іншій сфері діяльності;
- обсягом ресурсів як залучених;
- здатністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;
- формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємництва.

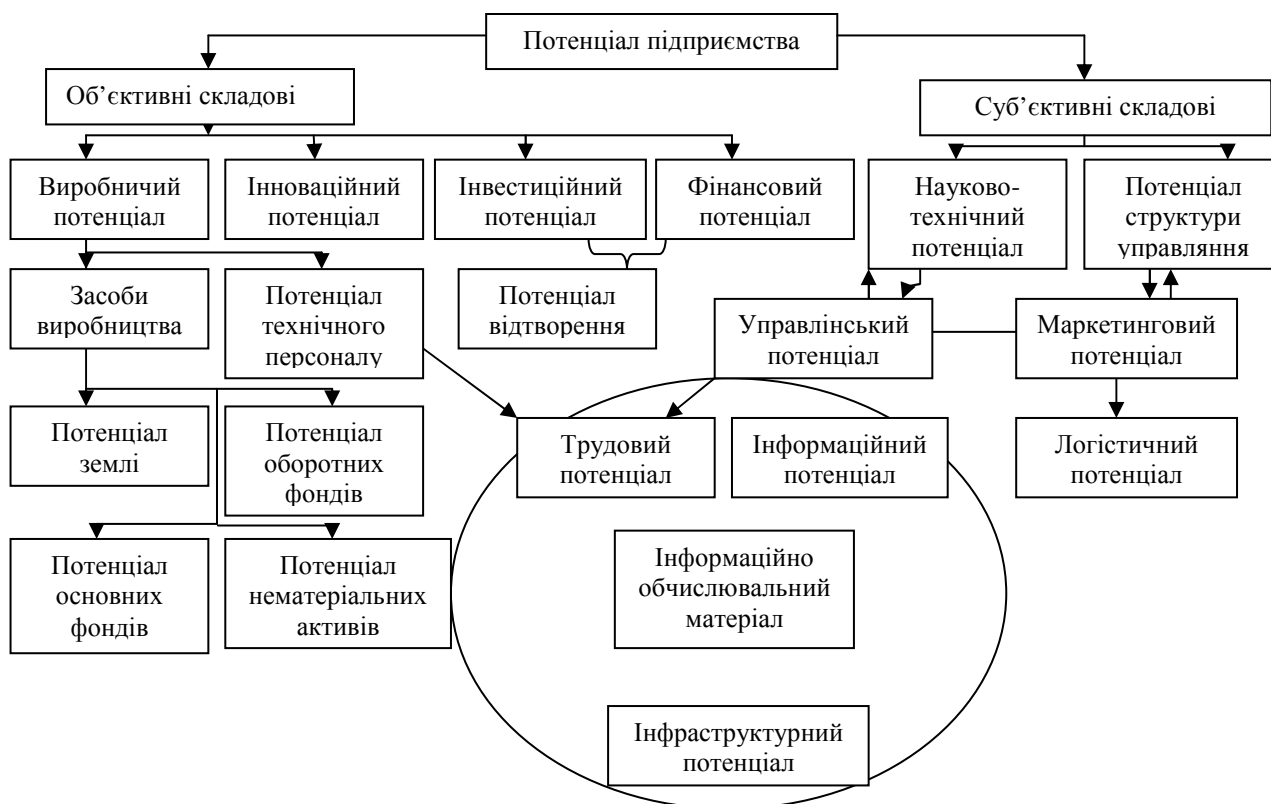


Рис.1. Потенціал підприємства

Джерело:[3]

Склад ресурсного потенціалу:1. Матеріальні ресурси — це ресурси в натурально-речовинній формі, які використовуються у виробничій діяльності підприємства. До їх складу входять основні фонди та частка обіжних фондів.2. Нематеріальні ресурси –об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь тривалий час. 3. Трудові ресурси підприємства –кількість робітників, зайнятих на підприємстві, та тих, хто входить до його складу за