

забезпечить ефективність виробництва і реалізації товарів, робіт чи послуг з мінімальним ризиком. Процес маркетингового ціноутворення має супроводжуватися урахуванням таких основних позицій: ціна належить до контрольованих факторів маркетингу, що уможливорює вчасне та адекватне коригування прийнятих управлінських рішень; цінова політика є складовою загальної стратегії підприємства, що вимагає розробки відповідного механізму її імплементації за конкретних умов; маркетингове ціноутворення є важливою компонентною конкурентоспроможності виробленої продукції чи наданих послуг, що визначає переваги присутності підприємства на ринку.

Література:

1. Маркетингова діяльність підприємства: навчальний посібник /В. В. Зіновчук, Л. В. Тарасович, О. М. Буднік та ін.. ; за ред. В. В. Зіновчука, Л. В. Тарасович. Житомир: Вид-во О. О. Євенок, 2019. 464 с.

АНАЛІЗ РИНКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ МЕНЕДЖЕРІВ ВИЩОЇ ЛАНКИ

Тутова А.С.

*аспірант кафедри менеджменту, логістики та інновацій
Науковий керівник – д.е.н., професор Ястремська О.М.*

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Необхідною умовою існування й розвитку суспільства є праця, яка спрямована на задоволення життєвих потреб людини. Однією зі складових праці є її стимулювання на рівні учасників трудових відносин. Провідна роль у економічному стимулюванні трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників.

Середня заробітна плата – макроекономічний показник, що обчислюється як середнє арифметичне значення заробітних плат певної групи працівників (наприклад, по підприємству, по галузі, по регіону). Розраховується, виходячи із фонду оплати праці працівників (включаючи оплату праці сумісників), премій, надвишок, винагород за підсумками роботи за рік та одноразових заохочень. [1]

Проаналізуємо середньомісячну заробітну плату в Україні за останні 10 років (табл. 1).

Таблиця 1

Середньомісячна заробітна плата в Україні за 2010-2020 рр.

| Рік | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| Усього, грн | 2250 | 2648 | 3041 | 3282 | 3480 | 4195 | 5183 | 7104 | 8865 | 10497 | 11591 |

Заробітна плата виконує три основні і ряд менш значущих функцій. Основні функції заробітної плати наступні: стимулювання високопродуктивної праці, відтворювальна, соціальна функції. При послабленні однієї з них

послаблюється дія інших. Відповідно, визначення їх взаємозв'язку та пропорційності – важлива умова мотивації високопродуктивної праці.

Для більш детального аналізу, отримані дані представимо у вигляді діаграми (Рис. 1).

З рис. 1 очевидно, що динаміка середньомісячної заробітної плати в Україні за останні 10 років має позитивну тенденцію та постійний ріст. За проаналізований період середня заробітня плата збільшилась на 9341 грн. Найбільший показник зафіксовано у 2020 році – 11591 грн., а найнижчий у 2010 році – 2250 грн.

Існує пряма залежність між загальною заробітною платою та заробітною платою працівників окремих рівнів управління на підприємстві. Динаміка росту середньомісячної заробітної плати в Україні також свідчить про зріст доходу менеджерів стратегічного рівня управління.

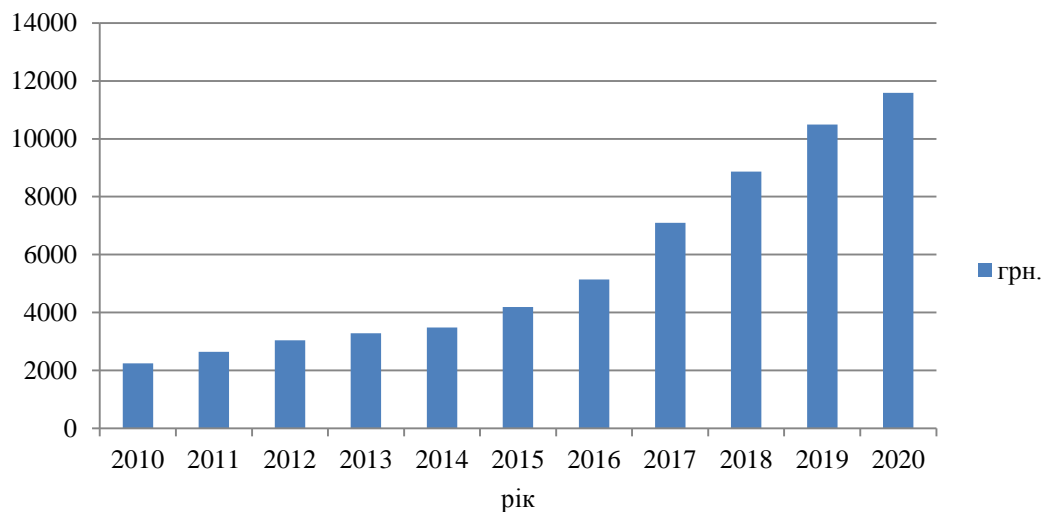


Рис. 1. Діаграма розподілу середньомісячної заробітної плати в Україні за 2010-2020 рр.

На сьогоднішній день заробітна плата топ-менеджерів у середньому коливається від 20 000 грн. до 40 000 грн. Так, згідно даним інтернет-порталу work.ua, керуючий мережі магазинів отримує середню заробітну плату у розмірі – 21 000 грн., керівник виробництва – 21 000 грн., директор з розвитку – 22 500 грн., директор з персоналу – 23 500 грн., технічний директор – 23 500 грн., PR-директор – 23 000 грн., керівник з логістики – 24 000 грн., комерційний директор – 30 000 грн., фінансовий директор – 30 000 грн., директор з маркетингу – 35 000 грн., керівник інформаційної служби (СІО) – 40 000 грн. [2]

Отримані результати свідчать про великий розрив між загальною заробітною платою та заробітною платою конкретної категорії персоналу. Так середня заробітна плата вищої ланки управління у 2020 році становить 30 000 грн., а загальна середня заробітна плата по Україні майже 12 000 грн. Розрив складає 18 000 грн. Це свідчить про нерівномірність розподілу доходу та подальше дослідження аналізу рівня заробітної плати.

Таким чином, у дослідженні проаналізовано середньомісячну заробітну плату, яка за останні 10 років збільшилась на 9341 грн. Надано інформацію щодо оплати праці менеджерів вищої ланки та середній її розмір. Отримані результати свідчать про необхідність подальшого дослідження рівня заробітної плати.

Література:

1. Інтернет-портал Мінфін. Режим доступу. – <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/>
2. Інтернет-портал work.ua Режим доступу. – <https://www.work.ua/salary-management-executive/?setlp=ua>

СТРАТЕГІЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВАРОВИРОБНИКІВ НА РИНКУ КОМБІКОРМІВ УКРАЇНИ

Харенко А.О.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Уманський національний університет садівництва

За останні п'ять років промислове виробництво кормів в Україні зросло на чверть, у тому числі комбікормів для ВРХ – на 22%, свиней – на 37%, птиці – на 32%, зате виробництво інших кормів знизилось на 10%. При цьому близько 40% ринку кормів перебуває в тіні. Особливістю ж українського кормовиробництва є те, що воно «прив'язане» до власного споживання у межах вертикально інтегрованих структур, а основні потужності з виробництва комбікормів зосереджені у регіонах з найбільшим поголів'ям.

Аналіз частки концентрованих кормів у загальних витратах на годівлю сільськогосподарських тварин в Україні свідчить про її зростання від 28% у 2000 році до 55 % у 2019 році, що підтверджує перевагу інтенсивної відгодівлі у галузях з високим рівнем використання комбікормів і переважним розвитком птахівництва і свинарства. У підприємств ці тенденції підтверджуються ще більш переконливо. Питома вага концентрованих кормів зростає від 26,3 до 83,7 % відповідно. Загалом обсяги витрат кормів зменшилися від 16 до 12,9 млн т кормових одиниць, але останні роки відзначається тенденція до стабілізації використання кормів саме у підприємствах.

Попит на корми для сільськогосподарських тварин формується і під впливом зарубіжного попиту, що стимулює виробництво кормів на експорт. Нині найбільш розвиненою складовою товарного кормовиробництва у всьому світі та в Україні зокрема, є виробництво концентрованих кормів (фуражне зерно, комбікорми, шрот, макуха). Грубі корми майже не розглядаються як товар на міжнародних ринках. Це зумовлено, перш за все, їх об'ємністю, що вимагає значних витрат на транспортування та невеликою ціною. Тому солома нині експортується переважно лише в якості палива, спресованою у брикети. Так само не є експортоорієнтованим і виробництво соковитих кормів (сінаж, силос, зелений корм, коренеплоди). Основними причинами їх обмеженого