ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

МАТЕРІАЛИ

ДРУГОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

11-12 КВІТНЯ 2019 РОКУ

Міністерство освіти і науки України

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

МАТЕРІАЛИ

ДРУГОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

11-12 квітня 2019 року

Харків – 2019

УДК 631.115

Матеріали Другої Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем». – Харків: ХНТУСГ, 2019. – 260 с.

ISBN 978-617-7602-55-1

Із надісланих матеріалів оргкомітетом до друку рекомендовано 121 тези доповідей та наукових статей від 144 авторів із 22 установ, організацій і вищих навчальних закладів України та зарубіжжя.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

О.В. НАНКА	– ректор ХНТУСГ;
С.М. КВАША	– проректор з навчальної та виховної роботи НУБіП, доктор економічних наук, професор, академік НААНУ;
В.І. АРАНЧИЙ	– ректор Полтавської державної аграрної академії, професор;
В.П. ГАЛУШКО	– завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності НУБіП, доктор економічних наук, професор, чл.-кор. НААНУ;
О.Ю. АМОСОВ	– завідувач кафедри економічної теорії та фінансів ХарРІ НАДУ при Президентові України, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України;
ЯЦЕК СКУДЛАРСКІ	– доктор-інженер, Варшавський університет природничих наук – SSGW;
Г.И. ГАНУШ	– заведующий кафедрой экономической теории и права БГАТУ, доктор экономических наук, член-корреспондент НАН Беларуси, профессор;
В.М. СИНЕЛЬНИКОВ	– декан факультета предпринимательства и управления БГАТУ, кандидат экономических наук, доцент;
В.С. НІЦЕНКО	– професор кафедри обліку і оподаткування, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, доктор економічних наук;
В.І. МЕЛЬНИК	– проректор з наукової роботи ХНТУСГ, доктор технічних наук, професор;
С.О. ЗАЇКА	– директор навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту ХНТУСГ;
О.О. КРАСНОРУЦЬКИЙ	– завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, професор;
Т.Г. МАРЕНИЧ	– завідувач кафедри обліку та аудиту ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор;
В.М. ОНЕГІНА	– завідувач кафедри економіки та маркетингу ХНТУСГ, доктор економічних наук, професор;
В.Д. БАКУМЕНКО	- професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, доктор наук з державного управління, професор;
В.М. ОРЕЛ	– професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, доктор економічних наук;
О.В. КОРНІЄЦЬКИЙ	– професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, доктор економічних наук;
О.М. ПОТИШНЯК	– професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, доктор економічних наук;
О.В. ШАБІНСЬКИЙ	– професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту ХНТУСГ, доктор економічних наук.

© Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, 2019

ISBN 978-617-7602-55-1

ПЕРЕЛІК НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ТА НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ УСТАНОВ, СПІВРОБІТНИКИ ЯКИХ БЕРУТЬ УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ:

- ***Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка***
- ***ННЦ «Інститут аграрної економіки»***
- ***Варшавський університет природничих наук – SSGW (Республіка Польща)***
- ***ЗО «Білоруський державний аграрний технічний університет» (Республіка Білорусь)***
- ***Полоцький державний університет (Республіка Білорусь)***
- ***Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка***
- ***Вінницький коледж Національного університету харчових технологій***
- ***ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»***
- ***Донецький юридичний інститут МВС України***
- ***Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу***
- ***Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ***
- ***Луганський національний аграрний університет***
- ***Національна академія Національної гвардії України***
- ***Одеський національний університет імені І.І. Мечникова***
- ***Полтавська державна аграрна академія***

- ***Сумський національний аграрний університет***
- ***Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя***
- ***Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва***
- ***Харківський національний університет внутрішніх справ***
- ***Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету***
- ***Черкаський державний технологічний університет***
- ***Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького***

Секція

Сучасні тенденції, перспективи та стратегічні орієнтири розвитку соціально-економічних систем мікро -, мезо - та макрорівня

STRUCTURE OF HUMAN CAPITAL

SKUDLARSKI JACEK, DR INŻ.,
WARSAW UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES – SGGW
KLEMPARSKYI M., KHARKOV PETRO VASYLENKO STATE TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE

One of the strategically important directions of the country's economic development is the transition to innovative development, the basis of which is the knowledge, professionalism of employees, creative potential and innovation. The development of an innovative society depends primarily on investments invested in human capita.

Human Capital is a complex category consisting of the professional knowledge and potential of a person or a labor collective, aimed at obtaining superprofit and providing a reproduction process [2, 6].

The modern classification of human capital consists of three basic levels, which in turn are subdivided into sublevels:

– individual human capital (micro level) – this is the basic level through which the following links are formed;

– corporate human capital (mezzanine) is human capital within the enterprise;

– national human capital (macro level).

Macro level is a national human capital. The structure of this economic indicator consists of four parts: the national capital of health, the capital of national competitive advantage, political capital and social capital. Lakes macro level is formed on the basis of links of mezzanine. At the same time, each link is independent and does not affect the formation of links of its own level. Thus, for the development of social capital, the national capital of health is affected by the intangible capital of the enterprise, as well as the intellectual capital and capital of the individual's health. The capital of the national competitive advantage is formed at the expense of the managerial capital of the enterprise and the entrepreneurial capital of the individual. And political capital is formed at the expense of the corporate-political capital of the enterprise and the cultural and moral capital of the individual. Each type of capital is characterized by its own management method. We classify ways of managing by types of capital:

1. National health capital:

– improving the quality of medical services;

– organization of motivating events at the level of sports and health complexes;

– impact on the environment.

2. Capital of national competitive advantage:

– professional training of managers at the national level, taking into account the industry specifics of the enterprise;

– professional training of personnel at the national level.

3. National Social Capital:

– influence through state institutions and legal norms;

– influence through public institutions.

4. Political capital:

– support of ideological views at the national level.

The mezzanine is a corporate human capital consisting of four interconnected units:

– intangible capital;

– management capital;

– political capital;

– patent capital [1, 5].

Corporate human capital is formed on the basis of individual human capital, so its elements directly depend on the elements of individual human capital. In order to trace the relationship of one source to another, one should pay attention to the sources of formation.

Labor resources of the enterprise are formed by the intellectual capital and health capital. In addition, intangible capital requires managerial capital, that is, the link that will direct its labor activities. Management capital, in turn, is formed at the expense of entrepreneurial capital, as well as its formation is influenced by corporate and political capital [3-4].

Political capital is formed on the basis of the cultural and moral capital of the individual. We classify ways of managing capital by meso-level:

1. Management capital of the enterprise:

– system of methods of making managerial decisions;

– system of methods of making technological decisions;

– system of methods of making design decisions.

2. Elastic capital of the enterprise:

– knowledge of individual workers, especially professionals;

– system of formal and informal connections of the enterprise.

3. Patent capital:

– impact on human capital through patents, know-how, licenses.

4. Political capital:

– maintaining ideological views at the corporate level.

The microlevel includes an individual human capital. In turn, this category is divided into five independent units:

– capital of satisfaction;

– intellectual capital;
– capital of health;
– cultural and moral capital;
– entrepreneurial capital [1, 7].

The micro level characterizes not only the professional resources of the employee, but also capable of reflecting his entrepreneurial qualities, as well as the ethical responsibility of the individual. This level is the platform for the formation of the following two levels. At the same time the links from which the micro level is formed are independent and do not depend on each other.

We classify ways of managing the types of capital at the micro level:

1. Capital of satisfaction:

– impact on staff through incentives.

2. Intellectual capital:

– knowledge audit;
– effective management of the innovative activity of the personnel.

3. Capital of the individual's health:

– analysis of the level of health of the individual;
– maintaining a level of health.

4. Cultural and moral capital of health:

– management of the economic set of costs associated with the development of cultural characteristics of the individual.

5. Entrepreneurial capital:

– costs for the development of entrepreneurial abilities [1, 6].

To date, in all developed countries, human capital determines the pace of economic development and scientific and technological progress, with the key components of its structure: health, natural ability, knowledge, education, skills, labor mobility and readiness for work.

Literature.

1. Machlup F. The Economics of Informations and Humen Capital. Princeton, 1984. – 624 p.

2. Shultz N. Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities. In: Human Resources / Fiftieth Anniversary Colloquium VI. – N.Y., 1975. – 268 p.

3. Заїка С.О. Мотивація та стимулювання як чинники забезпечення стійкого розвитку сільськогосподарських підприємств / С.О. Заїка // Вісник ХНТУСГ: економічні науки. - 2018. - Вип. 191. - С. 222-236.

4. Заїка С.О. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 176-186.

5. Кір'ян Т. Людський капітал в історії економічної думки / Т. Кір'ян // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 64-74.

6. Мазнєв Г.Є. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу / Г.Є. Мазнев, С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». – 2016. – Вип. 10. – С. 36-47.

7. Шутаєва О.О. Структура та основні підходи к оцінки людського капіталу / О.О. Шутаєва // Культура народов Причерноморья. – 2014. – № 278, Т. 2. – С. 31-34.

СУТНІСТЬ ІНКЛЮЗИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

ГУТОРОВ А.О., Д.Е.Н., С.Н.С.,
ННЦ «ІНСТИТУТ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Стратегічні виклики сьогодення загострили проблему соціально-еколого-економічної переорієнтації експортно-сировинної моделі національного розвитку України на модель інклюзивної економіки й інклюзивного зростання.

Нині провідні вчені, які досліджують проблему інклюзивності в економіці та суспільстві, сходяться на думці, що необхідно розмежовувати поняття «інклюзивна економіка», «інклюзивний розвиток», «інклюзивне зростання» та «інклюзивне багатство» [1].

У широкому розумінні під інклюзивною економікою розуміють таку економічну систему, що забезпечує добробут усім громадянам країни, надаючи їм всі можливості для участі в житті суспільства й економічних процесах [2, с. 6]. Метою державної політики при цьому є забезпечення зростання інклюзивної інноваційної економіки в інтересах усіх громадян. Відтак зміст інклюзивної економіки випливає з взаємозв'язку виробничих і соціальних можливостей країни та добробуту її громадян [3] (рис.).

Сфера можливостей виробництва благ охоплює речову і організаційну форми розвитку продуктивних сил, що відповідають підсистемам техніко-економічних і організаційно-економічних відносин.

Основними чинниками, що забезпечують економічний розвиток і зростання є: наявність землі, праці й капіталу, природно-економічних умов та просторових особливостей розміщення продуктивних сил; макроекономічна стабільність та регіональна політика; сприятливі інвестиційний клімат та інноваційна політика; ефективні податкова, монетарна та бюджетна політика тощо. Водночас необхідні суворе

дотримання норм верховенства права, законності й публічності, захисту прав власності усіх верств населення, вільний доступ до ринків засобів виробництва та збуту готової продукції, ефективний розподіл ресурсів для підвищення ефективності їх використання без шкоди навколишньому середовищу.

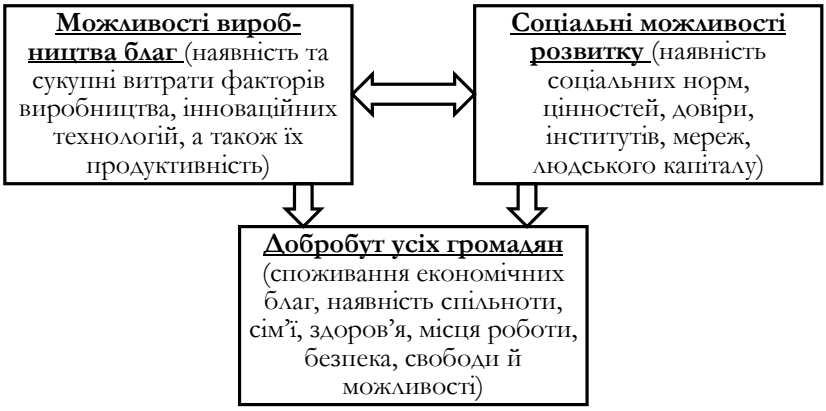

Рис. Структура інклюзивної економіки [2, с. 7]

Соціальні можливості інклюзивного розвитку тісно корелюють з суспільною формою розвитку продуктивних сил і відповідними їм соціально-економічними відносинами. Базовими чинниками є наявність ефективних інститутів, направлених на всебічний розвиток людського капіталу та забезпечення соціальної стабільності в довгостроковій перспективі.

Більш пізні дослідження Фонду Рокфеллера показують, що зміст інклюзивної економіки істотно розширився, а рушієм прогресу є винятково чинник добробуту громадян. На думку експертів цієї фундації, інклюзивною є та економіка, в якій є значні можливості для комплексного суспільного розвитку, а особливо для тих членів соціуму, що мають перешкоди на шляху забезпечення свого добробуту [4]. Базовими дескрипторами й принципами розвитку інклюзивної економіки є такі:

– зростання (економіка виробляє достатню кількість товарів і послуг благ для розширеного зростання; забезпечення добробуту і збільшення можливостей розвитку);

– справедливість (збільшення кількості можливостей самореалізації для більшої кількості людей, особливо бідних та соціально

незахищених; зниження рівня соціальної нерівності в суспільстві; забезпечення рівного доступу до всіх ресурсів і гарантування справедливого розподілу економічних благ);

– сталість (забезпечення принципу спадковості поколінь; не завдавання шкоди навколишньому середовищу, екологічна безпека; збереження природних ресурсів й екосистем);

– спільна участь (всі члени суспільства беруть участь в економічному житті, мають вільний вхід на ринки праці й капіталу; публічність і прозорість нормативно-правової бази забезпечують інноваційний розвиток підприємництва; інституції сприяють створенню мережевої економіки знань);

– стабільність (гарантування впевненості у майбутньому для всіх економічних агентів; створення сприятливого інвестиційного клімату та зниження мотивів для опортуністичної поведінки контрагентів; забезпечення планомірності економічного розвитку та адекватної прогнозованості економічної кон'юнктури).

Однією зі стратегічних цілей проекту «Стратегії сталого розвитку України до 2030 року» [5] є створення інклюзивних інституцій, що знаменує першу спробу утвердження принципів інституційної інклюзивності на державному рівні. Їх комплексна реалізація сприятиме соціально-економічному зростанню економіки України, її сталому розвитку в умовах глобалізації, переорієнтації на модель інклюзивності.

Література.

1. Гуторов А.О. Інклюзивний розвиток економіки і аграрної сфери (теорія, методика, аналіз) / А. О. Гуторов. – Харків : Точка, 2019. –146 с.

2. Towards an Inclusive Economy / Treasury Working Paper 01/15. – Wellington : The Treasury, 2001. – 89 p.

3. Гуторов А. О. Теоретико-методологічні засади інклюзивного розвитку національної економіки / А. О. Гуторов // Бізнес Інформ. – 2018. – № 11. – С. 48-54.

4. The Five Characteristics of an Inclusive Economy: Getting Beyond the Equity-Growth Dichotomy / The Rockefeller Foundation [Electronic resource]. – Access mode : https://www.rockefellerfoundation.org/blog/five-characteristics-inclusive-economy-getting-beyond-equity-growth-dichotomy.

5. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (проект – 2017) / Проект ПРООН в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

ФОРМУВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ

Мандич О.В., д.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

На сучасному етапі розвитку існує багато теоретичних напрацювань щодо виокремлення не лише аграрного ринку чи по видам продукції на ньому, а й у його складі окремих об'єктових ринків, що в подальших дослідженнях безпосередньо впливає на сегментування та формування цільових ринків. Однак існуючі результати досліджень не повною мірою відображають обґрунтування останнього для повного аналізу діяльності і деякі питання формування аграрного ринку залишаються дискусійними.

Ринок є системою, складною економічною категорією, яка формується поряд з історичним розвитком цивілізацій і займає провідне становище в системі світової економіки. Історичний досвід та розвиток суспільства свідчить про наступне. Динамічний рух ефективної економічної системи, що орієнтовано на критерій результативності та здатність до самостійного регулювання, має відбуватись, зазвичай, на базисі ринкових відносин.

В працях П. Самуельсона наведене визначення ринку як економічного явища. «Ринок – це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару» [2]. Дещо схоже визначення ринку дає К. Макконел. «Ринок – це просто механізм або пристосування, що здійснює контакт між покупцями, або пред'явниками попиту, і продавцями, або постачальниками товару чи послуг» [2]. Відомий американський маркетолог Ф. Котлер зазначає, що ринок – є сукупністю існуючих і потенційних покупців товару [2].

В світовій економічній науковій літературі виділяють багато визначень категорії ринку, які в повному обсязі розкривають його багатогранність. До найбільш значущих в економічній практиці можна віднести наведені напрями.

Теоретики-науковці, що зацікавлені раціональною економікою представляють, що ринок є механізмом саморегуляції. Прихильники ж теорії макроекономіки та політекономії наводять ринок як систему економічних відносин між та покупцями продавцями в процесах обміну. З точки зору теорії маркетингу, ринок слід розуміти як місце, де реалізовують товари або взаємодія між учасниками ринкових процесів.

Вищевикладене дозволяє сформулювати авторське визначення поняття ринку, як економічної категорії.

Наразі, існує значна кількість тлумачень щодо економічної сутності категорії ринку, кожна з яких з різних боків виокреслюють його особливості. Крім того, виокремлення значущості формування та функціонування аграрного ринку, займає вагому частку проведення досліджень, як провідних зарубіжних, так і вітчизняних авторів. При чому, в переважній більшості, вони розпочинаються в межах аграрного ринку з подальшим переходом до агропродовольчого сегменту і повністю пов'язані з продовольчим сегментом ринка. Наслідком цього є можливість проведення дослідження взаємозалежностей між функціями операторів сировинного сегменту аграрного ринку та загального ринку продовольства. Але це є не досить можливим через велику кількість не лише теоретичних здобутків науки, а й через існування особливих практичних передумов у функціонуванні всіх його учасників [3].

Ринок є складною та динамічною економічною системою, функціонування якої відбувається в певному мікро- , мезо- або макроекономічному середовищі і являє собою систему відносин між окремими учасниками або операторами ринку при реалізації процесів виробництва, обміну та споживання, тобто між виробничими структурами, посередницькими організаціями та кінцевими споживачами [2]. При чому до особливостей формування аграрного сегменту віднесено виокремлення його операторів через об'єктову складову, а сутнісні характеристики розкриваються через його відповідну архітектуру. Враховуючи те, що продукція сільського господарства є, здебільшого, сировинною і реалізується аграрними підприємствами без поглибленої переробки, то основною цільовою аудиторією та кінцевими споживачами на внутрішньому ринку є переробні підприємства та експортери сільськогосподарської продукції [3].

Що стосується таких конкурентних структур для аграрного бізнесу, то слід відзначити, що наразі вони є наближеними до олігопсонії. Теоретичні дослідження доводять, що від динамічності в розвиненні конкурентного середовища для сфери агробізнесу залежатиме результативність суперництва між малими й середніми за розмірами товаровиробниками та крупно товарними холдингами. Тому досягнення оптимальності в розподілі ринкових часток між зазначеними суб'єктами сприятиме досягненню збалансованому розподілу товарів та ресурсів в сфері аграрного виробництва, а також

найповнішому задоволенню потреб різних груп споживачів, в першу чергу, агросировинної продукції. В таких умовах одним з варіантів отримання вигідніших результатів для суб'єктів агробізнесу в конкурентному середовищі внутрішнього ринку є можливості збільшення своєї ринкової частки, яку наразі можна вважати основним показником рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства на обраному сегменті цільового ринку.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : [монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». – Випуск 5. – Х. : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.

3. Іващенко О.В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.

АГРАРНІ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЇХ РОЗВИТКОМ

Ніценко В.С., д.е.н., професор,
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова
Остапенко Р.М., к.е.н., доцент,
Харківський національний аграрний
університет ім. В.В. Докучаєва
Ганжуренко І.В., к.е.н., с.н.с.,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень Національної академії наук України

Аграрні підприємства функціонують у умовах підвищеної складності та невизначеності у соціально-економічному середовищі. Для успішного функціонування в ньому підприємство має гнучко адаптуватися. Необхідність розробки стратегії управління діяльності підприємств в ринкових умовах обумовлюється багатьма факторами. Негативними тенденціями у сільському господарстві, посилення конкурентної боротьби, а також неефективність застарілих методів управління економічними процесами в аграрних підприємствах,

формування нового типу мислення у керівників, підвищення ефективності господарювання сільськогосподарських підприємств.

Реалізація концепції стратегічного управління буде можливою лише тоді, коли підприємство буде стратегічно орієнтованим, тобто, коли персонал буде мати стратегічне мислення, постійно буде застосовуватися система стратегічного планування, що надасть змогу розробляти та використовувати інтегровану систему стратегічних планів, а поточна, повсякденна діяльність, повинна бути підпорядкована досягненню поставлених стратегічних цілей

Ми вважаємо, що саме стратегічне управління, є чи не єдиним способом забезпечення стійкої позиції аграрного підприємства на сучасному ринку, воно повинне забезпечити підприємству виживання, конкурентоспроможність та стабілізацію його розвитку.

Проблеми організаційного розвитку підприємств невіддільні від методології стратегічного управління. Організаційний розвиток сільськогосподарських підприємств необхідно розглядати з удосконаленням економічного механізму їх функціонування, як цілісного структурно оформленого комплексу [1]. Для стабілізації сільськогосподарського виробництва, на думку М.В. Калінчика, в країні застосований пасивний метод вирішення проблеми – обґрунтовується територіальне розміщення сільськогосподарських культур й оптимізується структура їх посівних площ [2].

На нашу думку, стратегічне планування є єдиним засобом прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Стратегія – це узагальнена модель майбутнього стану та планових дій щодо його досягнення, що встановлює основні напрями, цілі та пріоритети діяльності, визначає критичні ресурси та необхідні нововведення, включає засоби реалізації пріоритетів та індикатори досягнення планованого результату [3].

Стратегічне планування дозволяє обґрунтувати необхідні управлінські рішення. Визначення того, що підприємство хоче досягти, допомагає уточнити стратегічні орієнтири. Формальне планування сприяє зниженню ризику при ухваленні рішення. Приймаючи обґрунтовані і систематизовані планові рішення, керівництво знижує ризик прийняття неправильного рішення через помилкову або недостовірну інформацію про можливості підприємства або про зовнішню ситуацію. Планування, оскільки воно служить для обґрунтування стратегічних цілей, допомагає визначити базовий, оптимістичний та песимістичний рівні. Сьогодні в сільському господарстві стратегічне а планування стає скоріше правилом, ніж

винятком. Стратегічне планування – це одна із функцій управління, що являє собою процес вибору цілей організації і шляхів їх досягнення. Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень, функцій підприємства, мотивації і контролю орієнтовані на розробку стратегічних планів. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління розвитком підприємства. Можна відзначити, що стратегічне планування стає усе більш актуальним для українських підприємств, що вступають у жорстоку конкуренцію як між собою так і з іноземними фірмами.

Так серед функцій стратегічного планування Бойчик І.М. виділяє наступні: ефективного розподілу ресурсів, адаптації підприємницьких структур до зовнішнього середовища, координації та регулювання, внесення організаційних змін [4].

Стратегічне планування як явище та процес передбачення майбутнього та підготовки до майбутнього трактується досить широко: як інтегральний процес підготовки та прийняття рішень певного типу, як формулювання цілей та визначення шляхів їхнього досягнення, як забезпечення підготовленості підприємства для конкурентної боротьби на ринках тощо.

Головними завданням стратегічного управління на підприємстві є вибір стратегічних альтернатив (стратегія розширення, стратегія стабілізації, стратегія економії, комбінована стратегія) і визначення шляхів найкращого її впровадження на підприємстві. Таке впровадження процедурно реалізується в процесі планування. Під плануванням розуміють специфічний вид управлінської діяльності, спрямований на вибір оптимальної альтернативи розвитку об'єкта управління, розрахованого на певний період [5].

Література.

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання : Навч. посіб. К. : КНЕУ, 2000. 360 с.

2. Калінчик М.В., Ільчук М.М., Шовкалюк В.С., Калінчик І.М. Стабілізація ринку зерна в Україні. К.: Нічлава, 2006. 230 с.

3. Сергєєва Л.Н., Теряник О.А. Статистичне забезпечення стратегічного управління розвитком регіону : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2010. 240 с.

4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навчальній посібник. Вид. 2-ге, доповн. і переробл. К. : Атака, 2006. 528 с.

5. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. М. : Прогресс, 1982. 399 с.

ЕКСПОРТНА ОРІЄНТАЦІЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ЦІНОВІ РИЗИКИ

Онегіна В.М., д.е.н., Білецький О.В., к.е.н., асистент, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Потужний ресурсний потенціал сільського господарства економіки України зумовлює не лише орієнтацію країни на стратегію самозабезпеченості у вирішенні проблеми продовольчої безпеки, а й залежність його реалізації та розвитку від експортної орієнтації сільськогосподарського виробництва.

У 2016 р. експорт агропродовольчої продукції з України становив 42,0% вартості товарного експорту України, у 2017 р. – 41,1 % (табл. 1). Лише зернових у 2017 році було експортовано на 6,5 млрд дол. США. Фактично 36,6 % експорту сільськогосподарської та продовольчої продукції склав продаж зернових, 25,9 % – продаж жирів та олії тваринного і рослинного походження, 11,9 % – насіння і плодів олійних культур [1].

Таблиця 1

Показники експорту агропродовольчої продукції України

Показники	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***	***2017***
Вартість експорту, млрд. дол. США	17,0	16,7	14,6	15,3	17,8
Частка експорту агропродовольчої продукції у експорті товарів, %	26,9	31,0	38,3	42,0	41,1

Джерело: дані Держстату України [1]

Але конкурентоспроможність української сільськогосподарської продукції на світовому ринку, можливості виробників профінансувати процеси відтворення залежать від цінової ситуації на ринках сільськогосподарської продукції та ресурсів, що споживаються в сільському господарстві, а також динаміки курсу національної валюти. Коливання цін на продукцію та ресурси галузі генерують значні ризики для агробізнесу та експортної орієнтації сільськогосподарського виробництва.

Трактування ризиків в сучасній науці є досить неоднозначними. У Вікіпедії ризик визначається як поєднання ймовірності та наслідків настання несприятливих подій; характеристика ситуації, що має невизначеність результату, при обов'язковій наявності несприятливих

наслідків [2]. Але Міжнародна організація зі стандартизації (International Organization for Standardization, ISO) не розглядає більше ризики лише як шанс або ймовірність втрат, у ISO 31000 ризик визначається як ефект невизначеності стосовно досягнення цілей, що таким чином передбачає як негативні, так і позитивні наслідки [3]. Погоджуючись з таким підходом до тлумачення категорії ризик у випадку оцінки якості менеджменту, вважаємо, що стосовно результатів фінансово-господарської діяльності (обсягів виробництва, доходів, прибутків) ризик все ж таки ми пов'язуємо з ймовірністю несприятливих наслідків та втрат в очікуваних результатах господарської діяльності.

Внаслідок коливання цін на світовому ринку агропродовольчої продукції зазнають втрат не лише експортери, а й виробники продукції, які є залежними від умов її експорту. Динаміка цін на світовому ринку агропродовольчої продукції демонструє і висхідну траєкторію, і пониження (табл. 2).

Таблиця 2

Індекси цін агропродовольчої продукції на світовому ринку, % (2002–2004 рр. – 100 %)

Рік	***Індекс цін агропрод. продукції***	***Індекс цін на зернові***	***Індекс цін на молочну продукцію***	***Індекс цін на м'ясну продукцію***	***Індекс цін на цукор***	***Індекс цін на рослинні олії***
2013	209,8	219,3	242,7	184,1	251,0	139,0
2014	201,8	191,9	224,1	199,0	241,4	181,1
2015	164,0	162,4	160,3	168,1	190,7	147,0
2016	161,5	146,9	153.8	156,2	256,0	163,8
2017	174,6	151,6	202,2	170,1	227,3	168,8

Джерело: складено за даними ФАО [4]

Ціни на світовому ринку на сільськогосподарську продукцію, досягнувши свого піку у 2011 р. по відношенню до рівня 2002-2004 рр., поступово знижувалися протягом 2012–2016 рр., у 2017 р. відбулося незначне підвищення їх рівня, яке змінилося у 2018 р. на спадну тенденцію. У 2018 р. індекс цін на агропродовольчу продукцію склав 168,5 % від рівня 2002-2004 рр.

Ціни на внутрішньому ринку в Україні на сільськогосподарську продукцію під тиском змін валютного курсу фактично підвищувалися з 2014 року. (індекс цін реалізації сільськогосподарської продукції склав у 2013 р. 97,3 %, у 2014 р. – 124,3 %, у 2015 р. – 154,5 %, у 2016 р. – 109,0 %, у 2017 р. – 111,5 % [1]) та стали важливими чинниками прибутковості сільськогосподарського виробництва у 2014-2017 рр. Та

посилення експортної орієнтації вітчизняного сільськогосподарського виробництва збільшуватиме цінові ризики, що генеруються на світовому ринку, для українських сільськогосподарських виробників.

Методами зниження ризиків мають стати довгострокові контракти; диверсифікація експорту сільськогосподарської та продовольчої за регіонами та країнами, видами продукції; посилення аналітичної та прогностичної роботи; запровадження технологій міжнародного маркетингу та менеджменту якості; розробка та запровадження відповідних страхових продуктів для експортерів; урахування в аграрній політиці зростаючого впливу зовнішніх цінових коливань на агробізнес та передбачення державних заходів з нейтралізації його негативних наслідків.

Література.

1. Статистичний щорічник «Сільське господарство України» за 2017 рік / Держ. ком. статистики України. Київ: Держстат, 2018. 245 с.

2. Ризик / Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BA

3. The new ISO 31000 keeps risk management simple / ISO official website. URL: https://www.iso.org/news/ref2263.html

4. FAO Food Price Index / FAO official website. URL: http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/

ДО ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРАЦІВНИКІВ

ПОДОРОЖНІЙ Є.Ю., Д.Ю.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

В умовах формування принципово нового ринку праці в Україні, коли працедавець зацікавлений в підвищенні ефективності своєї справи, вирішальними при формуванні кадрового складу стають якості кожного окремого працівника як професіонала в тій чи іншій сфері життєдіяльності. В той же час працівник з більш високими професійними якостями намагається з найбільшою вигодою для себе реалізувати свої професійні можливості, свою конкурентоспроможність на ринку праці. Однак, «аналіз правових, економічних, соціальних, демографічних реалій в Україні вказує на існування вагомих чинників протидії розвитку

конкурентоспроможності робочої сили в Україні і свідчить про те, що ні держава, ні переважна більшість людей у країні поки що не мають змоги пожертвувати короткотерміновими, невідкладними інтересами заради перспективи, не можуть реально керуватись віддаленими інтересами для засвоєння інноваційної моделі розвитку, забезпечення конкурентних переваг у майбутньому» [1, с. 72].

Сумна статистика свідчить, що на сьогоднішній день конкурентоспроможність багатьох професій (зокрема пов'язаних із фізичною працею, або проходженням служби в органах державної влади) знаходиться на низькому рівні. Розглядаючи негативні фактори, які впливають на низьку конкурентоспроможність окремих професій, деякі автори обмежуються тільки «внутрішніми чинниками», тобто чинниками, які зумовлені специфікою трудових обов'язків працівника. Так, А.М. Роша виділяє наступні чинники: невпорядкованість робочого дня, неможливість планувати дозвілля; невисокий престиж служби серед оточуючих; значні переробки у часі; недиференційованість оплати за різні види праці; нестаність посадового положення; великі навантаження під час роботи; характер самої роботи; ризик і небезпека в процесі роботи; необхідність прийняття самостійних рішень за всіма питаннями; соціально-побутові фактори (заробітна плата, можливість отримати житло тощо) [2, с. 28]. На думку Г.В. Дубова й О.В. Опальова, проблема низького рівня престижу професії, пов'язана не лише з внутрішніми, але й з зовнішніми чинниками, що визначаються умовами суспільного життя. До таких чинників ними відносяться: соціальна нестабільність; криза соціальних, ідейних і моральних ідеалів; корумпованість чиновництва; невиконання законів; переважаюча установка у суспільстві на прагматичні пріоритети; низька соціально-правова захищеність; негативне висвітлення діяльності окремих професій у засобах масової інформації; виконання працівниками непритаманних їм функцій [3, с. 178].

Таким чином, із зазначеного вище слідує, що на конкурентоспроможність окремої професії буде впливати не лише кількість обов'язків працівника та рівень оплати його праці, а й якість кадрової політики у конкретній сфері, що в свою чергу прямо впливає і на конкурентоспроможність кожної окремої професії. Кадрова політика майбутнього, на думку західних фахівців, має ґрунтуватися на таких принципах: а) повна довіра працівникові та надання йому максимальної самостійності; б) у центрі економічного управління мають перебувати не гроші, а людина та її ініціатива, творчість;

в) результат діяльності підприємства, організації, фірми визначається рівнем згуртованості колективу; г) максимальне делегування функцій управління працівникам; д) необхідно розвивати конкурентоспроможну мотивацію спеціалістів. У зв'язку з цим висуваються й нові вимоги до майбутніх спеціалістів і менеджерів, зокрема цілеспрямованість, масштабність, комунікабельність, здатність аналізувати і розв'язувати комплексні проблеми, синтезувати рішення за умов невизначеності й обмеженості інформації тощо [4, с. 262].

Загальнодержавна кадрова політика з метою підвищення конкурентоспроможності працівників вимагає посилення динамізму процесів пристосування робочої сили до ринкового попиту, що швидко змінюється, гнучкої орієнтації на галузі та сфери діяльності, які розвиваються, тобто комплексного підходу до розв'язання проблем підвищення конкурентоспроможності у сфері праці за умов ринкових відносин. Такий підхід полягає у створенні системи професійної перепідготовки працівників, які вивільнюються; орієнтації підготовки та перепідготовки кадрів, конкурентоспроможних для роботи за умов ринку, переважно на договірних засадах у державних, комунальних і приватних навчальних закладах; формування і розвитку поліпрофесіоналізму, навчання підприємництву, самостійному господарюванню, організації комерційної діяльності, маркетингу, управлінню; організації цілеспрямованої професійної орієнтації молоді відповідно до сучасних вимог ринкових відносин.

Загалом, в контексті розвитку конкурентоспроможності працівників, державна кадрова політика повинна базуватися на таких засадах: збереження наявних та створення нових робочих місць; створення умов для формування високої професійної кваліфікації робочої сили, що відповідає вимогам сучасної економіки; створення надійної та прозорої правової бази, що врегульовує трудові правовідносини. При цьому необхідно враховувати, що для посилення зв'язку між соціальним добробутом та економічним зростанням особливого значення набувають гарантії дотримання основних принципів і прав людини в сфері праці.

Отже, фактичне виправлення становища, яке склалося в соціально-трудових відносинах, потребує реалізації низки заходів, що мають сприяти підвищенню конкурентоспроможності працівників, створенню умов для формування такого рівня працівників, який відповідає вимогам сьогодення та міжнародним стандартам та

забезпеченню найбільш оптимальної взаємодії в системі: особа – навчальний заклад – роботодавець.

Таким чином, формування України як держави, що буде конкурентоспроможною на міжнародному рівні можливе тільки за умов існування на ринку праці конкурентоспроможних працівників. Для цього необхідно, на нормативно-правовому рівні:

1. Налагодити систему підготовки висококваліфікованих спеціалістів з урахуванням потреб сучасного ринку праці.

2. Розробити перелік мінімальних вимог для працівників тієї чи іншої професії.

3. Забезпечити такі умови працевлаштування, при яких працівники з рівними професійними якостями матимуть однакові можливості;

4. Розробити дієвий правовий механізм забезпечення реалізації конкурентоспроможності працівників на ринку праці.

5. Зобов'язати керівників підприємств, організацій, установ і фізичних осіб-роботодавців надавати допомогу працівникам, що бажають підвищити свій професійний рівень.

Конкурентоспроможність працівників повинна забезпечуватися сукупністю норм, що будуть в повній мірі врегульовувати як порядок зайняття трудовою діяльністю, що не потребує високого кваліфікаційного рівня, так і порядок зайняття посад, для яких потрібен високий рівень професійних знань, вмінь і навичок. В той же час державою, на нормативно-правовому рівні, повинні створюватись такі умови при яких працівник буде сам зацікавлений у постійному підвищенні рівня своєї кваліфікації.

Література.

1. Сікора В.Д. Національна ідея в економіці (українська перспектива): цикл інтерв'ю Нац. радіокомпанії України / В.Д. Сікора. – К. : ЕксОб, 1999. – 90 с.

2. Роша А.Н. Профессиональная ориентация и профессиональный отбор в органах внутренних дел : учеб. пособие / А.Н. Роша. – М. : Академия МВД СССР, 1989. – 76 с.

3. Профессиональная этика сотрудников правоохранительных органов : учеб. пособие / Под ред. А.В. Опалева и Г.В. Дубова. – М. : Щит-М, 1997. – 327 с.

4. Personalstrategie und ihre organisatorische Durchsetzung / Altmann Gerlinde // LFO. – 1989. – № 4. – P. 262-268.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ, ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Богданов В.С., студент магістратури*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Конкурентоспроможність виступає рушійною силою розвитку суспільства, є важливим інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів та рівня життя населення. Підвищення конкурентоспроможності продукції, галузей та підприємств відіграє надзвичайно важливу роль в умовах ринкової економіки і конкуренції. Для досягнення успіху в умовах ринкової економіки підприємству необхідно ретельно спланувати ефективний розвиток та накопичувати необхідну інформацію про власні можливості та перспективи. В даний час проблема підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва має значну актуальність. Це пояснюється посиленням інтенсивності розвитку усіх процесів економічного середовища, зміни факторів впливу навколишнього середовища в результаті зростання глобалізаційних процесів, підвищення ризику зовнішньоекономічної діяльності.

Стратегія успішного розвитку національних економічних систем країн лідерів останніми роками тісно пов'язана з лідерством у дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів [1].

Найчастіше поняття «конкурентоспроможність» розглядають як процес або комплекс заходів. Враховуючи, що «комплекс заходів» є різностороннім та складнішим за «процес», варто використовувати саме поняття «комплекс заходів». Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору не доцільно розглядати як окрему дію або процес так, як для функціонування потрібно постійно підвищувати конкурентне становище галузі з відповідною стратегією приймання рішень із застосуванням всіх можливих дій, процесів та заходів по підвищенню конкурентоспроможності.

Аналізу конкурентоспроможності сільського господарства має низку особливостей, які не дозволяють застосувати методи оцінки, які

* *Науковий керівник – Антощенкова В.В., к.е.н., доцент*

використовуються для економіки країни або інших галузей. До числа таких особливостей слід віднести: невисоку рентабельність аграрного сектора; тривалість відтворювального циклу і тривалий період окупності вкладених коштів; невисокий рівень формованої валової доданої вартості; високий ступінь непередбачуваності результату господарської діяльності, що обумовлено залежністю від змін ґрунтово-кліматичних умов; екологічний фактор.

Підвищення конкурентоспроможності є процесом змін, здійснення якого вимагає стратегічного підходу, оскільки зміни торкаються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, кваліфікацію, технологію, устаткування, продукцію, ринки збуту. Це викликає необхідність розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності [2, с. 7].

Наразі в аграрному секторі України зайнято 17,7 % економічно активного населення, які виробляють більш ніж 10 % загального обсягу ВВП країни [3; 4]. Економіка України протягом першого десятиліття пострадянської незалежності (з 1991 по 1999 рік), в період переходу від планової до ринкової економіки скоротилася більш ніж на 55 %. Але і наразі, аграрний сектор відіграє в забезпеченні загальної конкурентоспроможності країни величезну роль, і Україна є в першу чергу аграрною країною, з розвиненою промисловістю.

Позитивний вплив на конкурентоспроможність сільського господарства має стабільне зростання попиту на його продукцію незалежно від стану економіки [5, с. 362].

Протягом перехідного періоду, українське сільське господарство зазнало значних деструктивних змін. Інвестицій в сільськогосподарське виробництво скоротились з 21,3 % в 1990 році до 3,6 % у 2000 році. Аграрний сектор радянської України функціонував в умовах преференційного режиму централізованого планування. Тому падіння інвестицій відчутно вплинуло на зниження обсягів виробництва, а відновлення інвестиційного клімату відбувалось дуже складно та повільно. У 2018 році капітальні інвестиції в сільське господарство становили 12,5 % від загального обсягу інвестицій в національну економіку України. Необхідне залучення іноземних і вітчизняних інвестицій в аграрний сектор. Для цього доцільно вжити заходів щодо вдосконалення відповідного законодавства для створення вигідних умов інвесторам. Створення зазначених умов сприятиме формування сприятливого інвестиційного клімату.

Аналіз різних підходів до визначення поняття конкурентоспроможності дозволяє зробити висновок про те, що це –

багатопланова категорія, яка розглядається не тільки на рівні товару або підприємства, але також в рамках галузі або країни. У зв'язку з цим єдиного підходу до визначення даної категорії не існує. Конкурентоспроможність формується під впливом багатьох факторів, які можуть в різній мірі відрізнятися один від одного в залежності від того, що є об'єктом оцінки (товар, підприємство, галузь чи країна).

Література.

1. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року. Проект розпорядження КМУ від 22.10.2018 р. Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennya/2018/10/22/innovatsiynogo-rozvitku-ukraini.pdf.

2. Коваленко О.В. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / О.В. Коваленко, Д.М. Мисенко. – 2014 – С. 5-11.

3. Competitiveness Report 2018. Professor Klaus Schwab, World Economic Forum. Insight Report. Switzerland. 657 p. URL: https://www.weforum.org/reports/the-global-competitveness-report-2018/ (date of treatment 15.02.2019).

4. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

5. СтахівО.А. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / О.А. Стахів, Т.Л. Адамчук // Економіка і суспільство – 2017. – № 12. – С. 360-364.

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

ВЛАСЕНКО Т.А., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Особлива роль сільськогосподарського машинобудування в агропромисловому комплексі обумовлена значним впливом використання сучасної інноваційної техніки в діяльності підприємств агробізнесу для підвищення рівня продуктивності їх праці та забезпечення належної якості продукції. Даний ринок представлений як продукцію для рослинництва, так і для тваринництва. За статистичними даними за 2017 рік левова частка даного ринку у грошовому виразі (92,23) була придбана сільськогосподарськими

підприємствами саме для рослинництва. Для тваринництва вона становила лише 1,18 %. Це дозволяє стверджувати про переважну орієнтацію придбання техніки саме для галузі рослинництва. Ємність даного ринку в Україні становить близько 22 млрд грн за 2017 р., третину якого в натуральних одиницях займають трактори – 33 %, 20,35 % – зернозбиральні комбайни, 14% – сівалки (без тукових), по 5 % – культиватори та борони, 3,14 % – жатки валкові, та близько 6% універсальна техніка для рослинництва та тваринництва, представлена причепами та напівпричепами, а також вантажними автомобілями. У вартісному виразі ринок тракторів представлено американськими виробниками: «Case», «John Deere», «Massey Ferguson», «New Holland» (53,7 %), німецькими: «Claas», «Deutz-Fahr», «Fendt» (21,82 %) та білоруськими (9,67 %). На жаль, українські виробники представлені в обсязі 3 % даного ринку в нашій державі. Подібна ситуація і до другого найкрупніших сегменту даного ринку – зернозбиральних комбайнів: продукцію американських компаній у 2017 році українськими сільгоспвиробниками було придбано на 1,874 млрд грн., що становить 41,1 %, а німецьких – на 918 млн грн, що складає близько 20 % ринку. Українських комбайнів на внутрішньому ринку було реалізовано на 198 млн грн., що становить 4,3 %. Таким чином, з 53,35 % всього внутрішнього ринку сільськогосподарської техніки вітчизняним виробникам машинобудування належить лише 7,4 %, що свідчить про низький рівень конкурентоспроможності даної продукції. Беручи до уваги зростання ролі рослинництва у національній економіці держави та особливо в експорті (питома вага рослинництва за 2017 рік в експорті становила 21,3 %, яка з 2013 року зросла з 14 %), вітчизняний ринок сільського господарства варто вважати досить привабливим для виробників техніки, а низький рівень представлення вітчизняної сільськогосподарської техніки свідчить про відчутні помилки в управлінні підприємствами цієї підгалузі, що вимагає впровадження стратегічних змін, призначення яких полягає у підвищенні конкурентоспроможності продукції, у суттєвому збільшенні долі ринку вітчизняних виробників сільськогосподарського машинобудування в Україні, що вимагає перебудови внутрішньої структури підприємства, культури, цінностей, норм, принципів в напрямку створення нового бачення діяльності.

Сучасне бізнес-середовище характеризується низкою властивостей, які обумовлюють характер діяльності суб'єктів господарювання. До цих властивостей варто віднести високий рівень конкуренції як на національному так і на світовому ринках, посилення

процесів глобалізації та інтеграції, які зближують економіки різних країн, створюючи тим самим, з одного боку, більш привабливі можливості для розширення ринку, а з іншого – знижують захисні бар'єри для підприємств як захист від агресивної політики транснаціональних корпорацій. Посилення регуляції з боку держав та міжнародних організацій також відчутно впливає на діяльність підприємств. Зміна структури та обсягу попиту примушують підприємства постійно вдосконалюватися, підвищувати якість продукції, займатися диверсифікацією тощо. Вплив всіх цих характеристик є постійним та пролонгованим у часі, але прогнозування особливостей цього впливу залишається достатньо складним для управління завданням. Визначення напрямів діяльності підприємства у довгостроковій перспективі традиційно відноситься до сфери стратегічного управління. А високий рівень динаміки зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає розробки та впровадження сучасної концепції стратегічних змін.

Проведений аналіз результатів досліджень дозволяє надати власні риси досліджуваній категорії стратегічних змін.

Стратегічні зміни є особливим специфічним типом організаційних змін. Їх характер на відміну від організаційних, які можуть бути спровоковані внутрішніми проблемами, завжди обумовлений взаємодією із зовнішнім середовищем, а їх реалізація відображає позиціонування підприємства на ринку для забезпечення утримання існуючих конкурентних переваг та набутті нових. Якщо сутність організаційних змін – перехід до бажаного стану, обумовленого цілями діяльності, а їх масштаб та характер залежить від складності даного переходу, то стратегічні зміни включають необхідність окреслення профілю бажаного стану разом з управлінськими інструментарієм забезпечення його детермінації. Успішність стратегічних змін залежить від формування динамічних здатностей підприємства та компетентностей персоналу. Взаємодія із зовнішнім середовищем обумовлює і пріоритетні цілі здійснення стратегічних змін, які полягають у забезпеченні належного рівня ефективності, включаючи високий рівень рентабельності, покращення ступеня відповідності вимогам зовнішнього середовища шляхом адаптації та пристосування, все в цілому становить сутність розвитку підприємства.

Беручи до уваги розуміння дослідниками системних елементів підприємства, які мають бути змінені, стратегічні зміни торкаються найбільш важливих та значущих підсистем, до яких доцільно віднести місію та сукупність цілей діяльності, сукупність цінностей, ключових

бачень, організаційну культуру та структуру, систему управління, лідерство та стиль менеджменту, ієрархію та розподіл функцій та повноважень між різними гілками влади, процеси прийняття управлінських рішень. Серед зазначених елементів та підсистем важливо розділяти основні та допоміжні, а також інформаційно-управлінські та організаційні. Ключовими є цілі, бачення, стратегія сама по собі. Більшість інших елементів мають допоміжне значення, адже їх зміни повинні бути націлені на досягнення поставлених в рамках стратегічних змін завдань. Це стосується таких понять як організаційна структура, культура, ієрархія, стиль лідерства та управління. Їх трансформації не повинні виступати цілями будь-яких змін на підприємстві, а лише засобами для досягнення. Бюрократичність та негнучкість існуючих організаційних структур на вітчизняних підприємствах не дозволяють швидко та ефективно реагувати на запити ринку щодо впровадження інновацій, удосконалення технології або імплементації систем управління якістю тощо. Натомість, зміни організаційної структури та ієрархії без визначення гострої потреби в них для досягнення цілей стратегічних змін призводять лише до погіршення ситуації та втрати часу разом з використанням ресурсів.

Специфічність стратегічних змін пов'язана ще й з подоланням розриву між плануванням та реалізацією стратегії. Такий розрив виникає в разі недосконалості формулювання стратегії, некоректного розподілу ресурсів для її досягнення або в разі надшвидкої зміни умов зовнішнього середовища, які вимагають радикальних змін стратегії та планів діяльності, що призводить до зупинки окремих проектів та програм роботи підприємства і вимагає негайного втручання в існуючу стратегію.

На відміну від організаційних змін, вони не стільки забезпечують перенесення підприємства у бажаний стан, скільки створюють передумови для спроможності підприємства змінюватися в цілому для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі. Фактично це передбачає перерозподіл наявних ресурсів як для забезпечення поточного функціонування підприємства, так і для створення потенціалу зростання. Стратегічні зміни для вітчизняних підприємств передбачають формування методології управління, направленої на проактивне формування стратегії, що включає розробку моделей управління, принципів, методів та відповідного забезпечення.

В результаті стратегічних змін підприємства повинно сформувати конфігурацію організаційної структури, технологій, процесів, процедур навчання та підвищення кваліфікації кадрів, які в

майбутньому мають забезпечувати ефективне функціонування підприємства як реакцію до вимог зовнішнього середовища та як відповідь на його ризики.

Література.

1. Cornelissen J. P. The role of analogy and metaphor in the framing and legitimization of strategic change // J. P. Cornelissen, R. Holt, M. Zundel, J. P. Cornelissen // Organization Studies. – 2011. – № 32 (12). – pp. 1701–1716.

2. Balogun J. Breaking out of strategy vectors: Reintroducing Culture / J. Balogun, S. Floyd // Research in Organizational Change and Development. – 2010. – № 18. – pp. 51-76.

3. Отенко В. І. Стратегічні зміни на підприємстві: сутність, види, інструментарій / В. І. Отенко, О. В. Гронь // БізнесІнформ. – 2011. – № 8. – С. 204-207.

4. Сокирник І. В. Сутність та інструменти розробки системи стратегічних змін / І. В. Сокирник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. Т. 2. – С. 135-141.

5. Рябова Е. В. Стратегические изменения в сфере услуг и объективная необходимость их развития [Электронный ресурс] / Е. В. Рябова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2012. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-izmeneniya-v-sfere-uslug-i-obektivnaya-neobhodimost-ih-razvitiya

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ЇХ ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Григоренко А.С., студентка*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Основним об'єктом в економіці є соціально-економічна система (СЕС). Її розуміють як сукупність ресурсів та економічних суб'єктів, які утворюють єдине ціле (соціально-економічну структуру), взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів і послуг, що потрібні у зовнішньому середовищі. До СЕС можна віднести: підприємства, організації, фірми, їх окремі структурні одиниці (філії, дочірні підприємства), а також різноманітні інтеграційні та галузеві об'єднання (асоціації, концерни, корпорації, холдинги, тощо) [1, 3].

* *Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач*

Розвиток соціально-економічної системи це закономірні, незворотні, кількісні, структурні, якісні зміни, які спрямовані на розв'язання протиріч між системою та зовнішнім середовищем відповідно до вставленої мети, які призводять до досягнення стійкого стану системи та отримання соціально-економічного ефекту.

У процесі виробничо-фінансової діяльності між суб'єктом і об'єктом управління реалізуються функціональні зв'язки, які виражаються в потоках інформації між керуючою і керованою системами. Ця інформація використовується для здійснення основних функцій управління.

Для забезпечення ефективного управління підприємствами важливу роль відіграє правильне розуміння та застосування основних її функцій. При виконанні тієї чи іншої роботи необхідно заздалегідь визначити, що потрібно в підсумку одержати, як організувати справу, мотивувати і проконтролювати її виконання [6].

Так, планування полягає у визначенні напрямків, цілей, пропорцій, темпів виконання виробничих процесів і являє собою вибір дій на визначений період часу. Плануванню повинне передувати прогнозування, що означає передбачення якісно-кількісних змін чи процесів показників у майбутньому. Іншими словами, прогнозування дозволяє уявити, що може відбутися через якийсь проміжок часу, а планування націлює на те, що повинно відбутися в обговорений час і з волі людей. На стадії планування, крім вибору дій, шляхів досягнення мети і визначення показників, зважуються питання з форм, методів, термінів та інструментів контролю, що є однією з найважливіших функцій управління [5].

Для оцінки виробничо-фінансової діяльності здійснюється контроль, який формалізується через функції обліку, аналізу та аудиту. Облік накопичує інформацію про виробничо-фінансову діяльність за визначений період. Аналіз надає оцінку виробничо-фінансовій діяльності підприємства і виявляє невикористані резерви і визначає шляхи їх реалізації. Аудит визначає відповідність здійсненої виробничо-фінансової діяльності за визначений період встановленому нормативно-правовому полю держави.

Отже, облік, контроль і аналіз – це підфункції, які забезпечують отримання даних про стан системи, якою управляють, за певний проміжок часу; визначення факту і причин відхилень фактичного стану об'єкта управління від його запланованого стану [2, 7].

Необхідно відзначити, що всі розглянуті функції менеджменту

найтіснішим чином взаємозалежні і є обов'язковим компонентом системи управління на будь-якім підприємстві. Їх взаємодія забезпечує успішне функціонування підприємства у ринкових умовах, незважаючи на зовнішні чи внутрішні чинники впливу. Важливою особливістю є адаптивність до середовища, тобто здатність збереження якісної визначеності функції менеджменту при змінах соціально-економічного середовища. У систему адаптивних елементів системи менеджменту включається вся сукупність засобів впливу: цільові, регулюючі, координуючі, активізуючі, мотивуючі, контролюючі, самоорганізуючі. Звідси випливає, що система засобів впливу і взаємодії по кожній функції повинна мати гнучкість і забезпечувати менші втрати ресурсів при зміні соціально-економічних і організаційно-технічних факторів. Виключення зі складу управління хоча б однієї функції робить підприємство вразливим з боку постійно виникаючих загроз і небезпек. На невеликих фірмах, наприклад, одна особа може виконувати кілька функцій менеджменту, на інших, навпаки, кілька осіб чи цілий структурний підрозділ виконують одну функцію. Усе залежить від потужності підприємств і умов його функціонування, але кожна функція менеджменту обов'язково повинна бути задіяна [4].

Література.

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М. Бойчик. – К. : Кондор, 2016. – 378 с.

2. Бурмака М.М. Управління розвитком підприємства (на прикладі підприємств будівельної галузі): [монографія]. / М.М. Бурмака, Т.М. Бурмака. – Харків : ХНАДУ, 2011. – 204 с.

3. Заїка С.О. Особливості діагностики ефективності менеджменту / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 171. – С. 195-205.

4. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / А.А. Мазаракі, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.

5. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 560 с.

6. Організація виробництва: [навчальний посібник] / [Г.Є. Мазнєв, С.М. Калініченко, І.С. Щербакова, О.В. Грідін]; за ред. Г.Є. Мазнєва. – [вид. 2-ге випр. і доп.]. – Харків : Вид-во «Майдан», 2013. – 604 с.

7. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – [Вид-во. 4-е, перероблене і доповнене]. – К. : Кондор-Видавництво, 2015. – 563 с.

ФАКТОРИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЇХ ВПЛИВУ НА РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Демченко Т.М., Коваль О.В., студентки*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Будь-яка організація, підприємство є відкритою системою, що знаходиться у постійній взаємодії із тими чи іншими елементами зовнішнього середовища. Дослідженню зовнішнього середовища слід приділяти належну увагу, оскільки воно обумовлює рівень визначеності, в умовах якого приймаються управлінські рішення.

Зовнішнє середовище – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх відносно підприємства умов і чинників, що діють у глобальному оточенні [1-3].

Аналіз зовнішнього середовища служить інструментом, за допомогою якого розробники стратегії контролюють зовнішні відносно організації чинники з метою передбачення потенційних загроз і можливостей. Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, а також стратегію досягнення цілей та перетворення потенційних загроз у вигідні можливості [2-6].

Аналіз зовнішнього середовища – процес стратегічного управлінського аналізу, призначений для контролю зовнішніх факторів, відносно підприємства, з метою визначення можливостей і небезпек.

При аналізі економічних чинників розглядають:

– темпи інфляції (дефляції);
– податкову ставку;
– міжнародний платіжний баланс;
– рівень зайнятості населення в цілому та в галузі;
– платоспроможність підприємств [4-6].

При аналізі політичних чинників необхідно стежити за:

– угодами щодо тарифів і торгівлі між країнами;

---

* *Науковий керівник – Заїка С.О., к.е.н., доцент*

– протекціоністською митною політикою, спрямованою проти третіх країн;

– нормативними актами місцевих органів влади та центрального уряду;

– рівнем розвитку правового регулювання економіки;

– ставленням держави і провідних політиків до антимонопольного законодавства;

– обмеженнями на отримання позик і наймання робочої сили.

Ринкове середовище характеризують такі показники:

– ціни;

– очікуваний попит на продукцію;

– прогнозований рівень випуску аналогічної продукції конкурентами;

– якісні параметри продукції;

– конкурентоспроможність продукції на різних ринках [5-7].

Показниками соціального середовища є:

– кількість безробітних та їх частка в працездатному населенні;

– індекс споживчих цін;

– рівень інфляції;

– споживчий кошик;

– особистий дохід;

– співвідношення мінімальної заробітної плати і вартості мінімального споживчого кошику.

Ретельному вивченню підлягають закони і державне регулювання країни, у якій здійснюється виробництво чи ведеться торгівля. Вивченню підлягають трудове й антимонопольне законодавство, патентна справа, ціноутворення, закони ринкової економіки.

Значення факторів зовнішнього середовища різко підвищується у зв'язку зі зростанням складності всієї системи суспільних відносин (соціальних, економічних, політичних тощо), що складають середовище менеджменту. Саме зовнішнє оточення диктує стратегію підприємства.

Література.

1. Аналіз господарської діяльності в промисловості: [Підручник] / Н.А. Русак, В.І. Стражев, О.Ф. Моргун та ін.; під заг. ред. В.І. Стражева. – К. : МАУП, 2000. – 398 с.

2. Заїка С.О. Оперативний аналіз виробничої діяльності підприємств АПК: [Навчальний посібник] / С.О. Заїка, А.В. Півень. – Харків : Вид-во «Міськдрук», 2010. – 113 с.

3. Заїка С.О. Становлення і перспективи розвитку економічного аналізу в Україні / С.О. Заїка, В.А. Грищенко // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 174. – С. 136-144.

4. Іващенко В.І. Економічний аналіз господарської діяльності / В.І. Іващенко, М.А. Болюх. – К. : ЗАТ «НІЧЛАВА», 2001. – 256 с.

5. Омаров А.М. Економіка та планування промислового підприємства. / А.М. Омаров – К. : МАУП, 2001. – 423 с.

6. Романов А.Г. Аналіз господарської діяльності підприємства / А.Г. Романов. – Харків : Центр «Консульт», 2006. – Т. 8. – 152 с.

7. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства / Н.В. Тарасенко. – Львів: ЛБІ НБУ, 2000. – 244 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В МИРЕ И УКРАИНЕ

Дулова Е., Дулов А., студенты магистратуры[*], Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства имени Петра Василенко

Рынок молока и молочных продуктов является приоритетной отраслью животноводства во многих странах мира. Обеспечение увеличения объемов производства молока с годами не теряет своей актуальности, а наоборот, приобретает все большее значение, ведь численность населения в мире растет, а соответственно больше становится потребность в молочных продуктах.

Формирование рынка молочной промышленности зависит от многих факторов, важнейшими из которых являются: состояние производства, наличие качественной сырьевой базы, платежеспособность покупателей, рыночная инфраструктура [1]. Для обеспечения эффективного производства продукции предприятиями существует потребность обладать достоверной информацией о состоянии молочного рынка и направлениях его будущего развития. Для этого нужно периодически проводить анализ текущей ситуации на рынке молока.

Темпы роста продукции отрасли молочного скотоводства определяются экономическим и социальным развитием каждой отдельной страны и состоянием ее сельского хозяйства [2].

[*] *Научный руководитель – Пивень А.В., ассистент*

В США производство молока в январе 2018 года составило 8,4 млн. т, что на 1,8 % больше, чем в январе прошлого года. Это самый высокий показатель за последние три года. Суммарно за 2017 производство составило 97,7 млн. т, что на 1,5 % больше, чем в 2016-м и на 3,2 % чем в среднем за пять лет.

При этом, цена на молоко в январе опустилась до 29,10 евро/100 кг, что на 26 % меньше, чем в январе 2017 года. Импортный спрос с начала года достаточно на высоком уровне.

Производство молока в Австралии в первой половине 2017 МГ (июль-декабрь) выросло на 3 %, по сравнению с соответствующим периодом предыдущего сезона. Рост производства отмечался в таких регионах как Виктория (+3,6%), Тасмания (+6,6 %) и Южная Австралия (+7,5 %). Сокращение отмечали в Квинсленде (-4,5 %), Новом Южном Уэльсе (-1,2 %) и Западной Австралии (-0,8 %) [3].

Украина занимает 18-е место по экспорту молочной продукции в мире. Украинская агропродукция экспортируется в 190 стран мира. Ключевыми странами для сбыта всей украинской молочной продукции стали: Польша, Беларусь, Ливия, Молдова, Грузия, которые в общей сумме обеспечили около 70 % всех поставок. А также Марокко, Турция, Египет и Нидерланды.

Молоко и молочные продукты приобретают все большее значение в продовольственных системах большинства стран. Поэтому производство молока, как и его потребления в мире постоянно растет, несмотря на кризисы, периодически возникающие на данном рынке. Параллельно происходит и рост поголовья коров, высокими темпами наращивается в развивающихся странах. В то время как развитые страны направляют усилия на увеличение продуктивности молочного стада [5].

Ведущими мировыми производителями молока на мировом рынке уже длительное время остаются: Индия, США, Китай и ЕС. При этом в Северной Америке, Европе и Океании развитие молочного скотоводства осуществляется интенсивным путем, в Азии, Южной Америке и Африке – экстенсивным.

Послекризисное восстановление отечественной экономики и повышение покупательной способности населения перспективе будет определять состояние украинского молочного рынка. Немаловажным является успешное прохождение молочной отраслью трансформации от введения более жестких стандартов качества молока, закупаемого у

фермеров и населения. Экспортная составляющая рынка будет зависеть от расторопности украинских участников внешнеэкономической деятельности в поиске новых и расширении существующих каналов сбыта для отечественной молочной продукции [6].

Общеизвестно, что молоко и молочная продукция – это важная часть рациона населения. Продукты из молока служат источником витаминов и макроэлементов. А важнейшим заданием любой страны является обеспечение населения качественными продуктами питания и соответственно с нормами потребления. А, в связи с низкой покупательской способностью, население не может обеспечить свой рацион, в полной мере, такими важными молочными продуктами. Поэтому, необходимо осуществление интеграции предприятий-производителей молочной продукции с фермами и сельскохозяйственными предприятиями. Это даст возможность предприятиям-переработчикам обеспечить себя качественным сырьем, что, в свою очередь, создаст предпосылки для повышения качества продукции и укрепления конкурентных позиций как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Литература.

1. Козак О.А. Основные тенденции развития мирового рынка молока и молочной продукции / А.А. Козак // Экономика АПК. – 2007. – № 3. – С. 149-154.

2. Обзор мировых тенденций в марте 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://milkua.info/ru/post/obzor-mirovyh-tendencij-v-marte-2018

3. Горощенко Л.Г. Рынок молочной промышленности / Л.Г. Горощенко // Молочная промышленность. – 2013. – № 5. – С. 5-7.

4. Ермакова Е.Е. Современное состояние и перспективы развития молочной промышленности / Е.Е. Ермакова, Ш.А. Атабаева // Молодой ученый. – 2014. – № 7. – С. 338-340.

5. Мировой рынок молока: перспективы развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://agroportal.ua/views/blogs/mirovoi-rynok-moloka-perspektivy-razvitiya/

6. Официальный сайт компании Pro-Consulting. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pro-consulting.ua/pressroom/na-puti-vozrozhdeniya-obzor-sostoyaniya-i-perspektiv-rynka-molochnyh-produktov-v-ukraine

ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

Заяць Ю.О., студентка*,*
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Слово «імідж» має англійське походження. У контексті виборчої кампанії воно означає цілий комплекс інформації про кандидата, в який входять його біографічні дані, освіта, сімейний стан, партійна приналежність, взаємини з відомими людьми тощо.

Донедавна проблема політичного лідерства у нашій країні не порушувалася взагалі. Лише демократичні перетворення у нашій державі дали змогу визнати існування цього феномену на державному рівні [5].

Нині вивченню питань щодо особистості політичного лідера, особливостей сприймання його людьми, формування іміджу присвячено праці багатьох вчених [1-7].

Політичний імідж – це сформований у масовій свідомості, емоційно забарвлений образ політичного лідера.

У структурну організацію іміджу входять аспекти, на яких він базується, а саме: архетипи, культурні та соціальні типажі, ролі, особистісні особливості суб'єкта, культурологічний і соціальний контекст. Звідси випливає, що імідж базується на архетипах, найдавніших утвореннях, що знаходяться в людському несвідомому.

Центром всіх блоків структури іміджу є бажання особистого успіху, в тому числі за рахунок використання можливостей і здібностей інших. Багато що в іміджі від того, для кого він будується. Бажання особистого успіху має на увазі орієнтацію і сенс групових очікувань.

Формування іміджу політика з використанням маркетингових технологій - це заснована система оптимізації значущих характеристик кандидата (зовнішність, манери, публічна поведінка, програми) та інформаційного впливу на цільову аудиторію, спрямована на отримання максимального числа голосів виборців для даного лідера.

Основними етапами конструювання політичного іміджу є:

– визначення вимог аудиторії (сегментів аудиторії);

– вивчення характеристик кандидата;

– вивчення іміджу конкурентів;

– співвіднесення реальних якостей кандидата з очікуваними аудиторією і формування «ядра» іміджу;

---

[*] *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н, доцент*

– вибір додаткових характеристик;
– відбір і диференціація складових іміджу;
– формулювання складових іміджу;
– позиціонування;
– вибір і розробка комунікативних стратегій просування характеристик іміджу;
– реалізація стратегії позиціонування;
– оцінка ефективності стратегії позиціонування [1].

Кандидату як «ресурсу» в ідеалі повинні бути притаманні такі якості, як впізнаваність і популярність, яскравий позитивний образ, досвід участі у виборчих кампаніях, воля до перемоги і готовність прийняти всі перевантаження, пов'язані з виборчою кампанією. Серед перерахованих якостей абсолютний характер носить тільки воля до перемоги.

Імідж політичного лідера формується на підставі реально властивих певній особистості характеристик. Саме вони дозволяють лідеру здійснювати свої функції, в тому числі переконувати електорат у правильності вибраного рішення. Електорат не так цікавлять самі по собі об'єктивні характеристики політика, як конкретні переваги для кожного з них. Політик легше входить в ті типи ролей, які очікує від нього населення, навіть тоді, коли він не володіє необхідним для даного іміджу набором характеристик. Але масова свідомість, діючи в умовах неуважності і розірваності свого сприйняття, у будь-якому разі допише в його образ необхідні характеристики. Тобто, існує деякий постійний набір якостей і рис, які обов'язково повинен демонструвати політик.

Створення іміджу політичного лідера проходить ряд етапів:

1) збір та аналіз інформації, на базі якої буде створюватися імідж політичного лідера;
2) конструювання іміджу політика;
3) адаптація кандидата до образу;
4) апробація створеного іміджу на електораті;
5) аналіз інформації про імідж політика, отриманий з різних джерел;
6) корекція іміджу, який буде запропонований виборцям [3].

Імідж політичного лідера має свої особливості: він обумовлений як регіональними особливостями, так і часом, імідж пов'язаний зі змінами потреб виборців, і демографічним фактором, він залежить від етнопсихологічного ситуативного фактору.

Політична іміджологія – допоможе чинним і майбутнім політичним лідерам піднятися до вершин влади, освоїти ефективні способи впливу, надасть доступну інформацію про політичний імідж, допоможе підібрати кваліфікованого консультанта політолога-іміджмейкера.

Література.

1. Бебик В.М. Базові засади політології: історія, теорія, методика, практика / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2000. – 384 с.

2. Заїка С.О. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. С. 176-186.

3. Кухта Б. Політичні еліти та лідери / Б. Кухта, Н. Теплоухова. – Львів: Кальварія, 1996. – 224 с.

4. Мазнєв Г.Є. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу / Г.Є. Мазнєв, С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». – 2016. – Вип. 10. – С. 36-47.

5. Рудич Ф. Політичне лідерство на пострадянському просторі / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. – 2006. – 15 с.

6. Скнар О. Соціально-психологічні моделі поведінки політичних лідерів / О. Скнар // Соціальна психологія. – 2004. – № 3. – С. 39-46.

7. Фролов П.Д. У пошуках безпрограшного іміджу. Технології побудови цільового іміджу політика / П.Д. Фролов // Політичний маркетинг та електоральні технології. – Запоріжжя: Гарт, 2002. – С. 84-94.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ У ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Івженко А.А., магістрант,
Кривощапова І.В., магістрант*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Процес управління зазвичай пов'язують з формою організації колективної діяльності людей та з контролем над обраною технологією виробництва.

Управлінська ціль, підтримка якої покладена на керівника підприємства, є більш широкою за змістом, ніж виробнича. Окрім можливих збоїв у виробничому процесі, керівництво має бути направлене на налагодження та підтримку взаємовідносин з персоналом, споживачами, органами державної влади та конкурентами [5].

Будь-який об'єкт управління є системою окремих елементів, ефективність управління якими проявляється в кінцевих результатах, управління прибутком при цьому є складовою загальної політики управління підприємством.

---

* *Науковий керівник –Смігунова О.В., к.е.н, доцент*

В залежності від поставленої мети управління може бути стратегічним, антикризовим та ситуаційним. Ядром всіх функцій управління виступає інформація про показники внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. При цьому в основі управління прибутком лежать результати фінансового обліку.

Відомо, що загальною метою діяльності підприємств є максимізація прибутку. Таким чином, об'єктом управління підприємством, в тому числі об'єктом управління прибутком, виступають його активи, зобов'язання, капітал, інвестиційні вкладення, грошові кошти, трудовий потенціал тощо. Від їх ефективного використання у виробництві залежить величина чистого прибутку, а значить, ринкова вартість підприємства.

Відомий вчений-економіст І.О. Бланк [1, с. 22-24] виділяє п'ять основних принципів, що лежать в основі управління прибутком: інтегрованість із загальною системою управління підприємством; комплексний характер прийняття управлінських рішень – усі управлінські рішення стосовно формування та використання прибутку є взаємопов'язаними та мають прямий або зворотній вплив на кінцеві результати діяльності (значні фінансові вкладення можуть викликати дефіцит фінансових ресурсів на підприємстві, а відповідно, і зменшення прибутку); високий динамізм управління; варіативність підходів до розробки управлінських рішень.

Відповідно, основними завданнями управління прибутком, крім зростання його величини, мають бути наступні. По-перше, підприємству необхідно дотримуватися співвідношення між величиною формування прибутку та допустимим рівнем ризику [3]. По-друге, формування чистого прибутку на підприємстві повинно відбуватися, в першу чергу, за рахунок резервів зростання доходів та зниження витрат, тим самим забезпечуючи високу якість прибутку [1, с. 25]. По-третє, частина прибутку, яка спрямована на інвестиційні вкладення, повинна обов'язково приносити дохід, в іншому випадку, матиме місце відтік ресурсів. По-четверте, прибуткове ведення господарської діяльності має сприяти зростанню ринкової вартості підприємства.

Особливу увагу необхідно приділити завершальному етапу управління прибутком – розподілу і використанню на заплановані цілі, тобто, на капіталізацію та споживання. На сьогодні більшість сільськогосподарських підприємств використовує окремі показники – чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартість реалізованої продукції, балансовий прибуток – не у

взаємодії один з одним, а окремо, що позбавляє можливості проводити реальні прогнози в одержанні позитивних фінансових результатів [3, 4].

Підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що управління прибутком підприємства є досить складним і динамічним процесом, який потребує постійного аналізу й контролю кожного з етапів операційного циклу, починаючи від закупівлі необхідних ресурсів, що будуть задіяні у виробництві, до реалізації готової продукції. Дослідники даного питання до цього часу не дійшли єдиної думки щодо трактування в економічній науці поняття «управління прибутком», яке, здебільшого, ототожнюють з такою фінансово-господарською діяльністю підприємств, що призводить до збільшення доходів та зменшення витрат.

Література.

1. Бланк И. А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2007. – 768 с.

2. Дудник О.В. Стратегії мінімізації ризиків в системі антикризового управління / О.В. Дудник, О.В. Смігунова, К.С. Богомолова // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 185. – Харків: ХНТУСГ, 2017 р. – С. 191-200.

3. Жигалкевич Ж.М. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства / Ж.М. Жигалкевич, Е.С. Фісенко // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. № 4. – С. 145-148.

4. Красноруцький О.О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій [монографія] / О.О. Красноруцький. – Херсон : Грінь Д.С, 2012. – 348 с.

5. Freeman R. E. Strategic management: A Stakeholder Approach / R. E.Freeman – Boston : Pitman / Ballinger. 1984. – 276 p.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕСТНЫХ ВИДОВ ТОПЛИВА В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ БАЛАНСЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Королевич Н.Г., к.э.н., доцент,
Оганезов И.А., к.т.н., доцент,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

Республика Беларусь (РБ) относится к странам с недостаточным уровнем обеспечения собственными топливно-энергетическими ресурсами. Лишь 15-18 % потребностей РБ обеспечивается местными

запасами топлива, здесь не обнаружено запасов природного газа, общие извлекаемые запасы нефти оценены в 525 млн. т у. т. В настоящее время в РБ ежегодно используется не более 2204 тыс. т торфа, что соответствует 769,6 тыс. т у. т. Торф в основном используется как удобрение для сельскохозяйственных нужд. Широкомасштабное применение его в качестве топлива может носить негативные экологические последствия (уничтожение уникальных болотных экосистем, увеличение выбросов парниковых газов в процессе сжигания и т. д.).

Экономически целесообразным источником замещения части импортируемого топлива в РБ является древесная масса: отходы деревообрабатывающего производства, маломерная и сухостойная древесина, кустарники и т.п. В небольших городах и сельской местности осуществляется программа строительства мини-ТЭЦ и новых котельных на древесных отходах, реконструкции действующих котельных с переводом их на древесное топливо. В перспективе в РБ рассматривается создание специальных плантаций древесного сырья на основе быстрорастущих и высокоурожайных растений и древесно-кустарниковых пород. Более эффективной по сравнению с традиционным сжиганием в отопительных котлах является утилизация древесных отходов посредством сжигания газообразного топлива, получаемого в результате газогенерации отходов.

В РБ определены мероприятия по энергосбережению, имеющие приоритетное значение для сельских территорий. К основным из них относятся:

– разработка и внедрение новых энергосберегающих технологий, материалов, оборудования, включая использование инфракрасных излучателей и тепловых насосов;

– расширение оснащения основных групп потребителей приборами группового и индивидуального учета и внедрение регулирования топливно-энергетических и водных ресурсов;

– более широкое применение в автомобильных и тракторных парках РБ использования в качестве моторного топлива сжатого природного и сжиженного газа;

– замена неэффективных котлов на более экономичные, а также перевод паровых котлов, используемых для нужд отопления и горячего водоснабжения в водогрейный режим;

– замещение местными видами топлива и горючими отходами производства импортируемого природного газа, нефтепродуктов и угля, в том числе топлива, используемого в технологических процессах;

– модернизация промышленно-отопительных котельных с использованием малых паро- и газотурбинных агрегатов, турбодетандерных установок;

– повышение уровня использования нетрадиционных, возобновляемых источников энергии и вторичных энергетических ресурсов;

– более широкое внедрение автоматизированных микропроцессорных частотно-регулируемых электроприводов;

– расширение производства и применения для теплотрасс труб с предварительной тепловой изоляцией;

– более широкое применение автоматических систем управления освещением и энергоэффективных осветительных устройств.

Литература.

1. Королевич Н.Г. Повышение эффективности использования нетрадиционных энергетических ресурсов в Республике Беларусь / Н.Г. Королевич, И.А. Оганезов // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвяченої 70-річчю кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту). – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 57-59.

2. Оганезов И.А. Повышение эффективности использования нетрадиционных энергетических ресурсов в Республике Беларусь / И.А. Оганезов // Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 15 травня 2018 р. – Ч. 1. – Полтава : ФОП Пусан А.Ф., 2018. – С. 158-160.

3. Атаев С. Повышение эффективности использования нетрадиционной энергетики / С. Атаев, И.А. Оганезов // Приборостроение-2018: Материалы 11 Международной научно-практической конференции, 14-16 ноября 2018 г. / отв. ред. О.К. Гусев и др. – Минск : БНТУ, 2018. – С. 453-455.

4. Оганезов И.А. Пути повышения эффективности использования нетрадиционных энергетических ресурсов в Республике Беларусь/ И.А. Оганезов // Материалы 16-й Международной научно-технической конференции (71-й научно-технической конференции профессорско-преподавательского состава, научных работников, докторантов и аспирантов БНТУ) в 4 томах – Т.4. / отв. ред. С.В. Харитончик и др. – Минск : БНТУ, 2018. – С. 145.

5. Королевич Н.Г. Повышение эффективности использования нетрадиционных энергетических ресурсов на сельских территориях / Н.Г. Королевич, И.А. Оганезов // Актуальные проблемы инновационного развития агропромышленного комплекса Беларуси : материалы X-й Международной научно-практической конф., г. Горки, 18–19 октября 2018 г.: редкол. И. В. Шафранская (гл. ред.) [и. др.]. – Ч. 1–Горки : Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2018. – С. 246-250.

ЭКОНОМИКА СПОРТИВНЫХ МЕГАСОБЫТИЙ

МАТВИЕНКО А.И., СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ,
ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

В видении государства профессиональный спорт всегда является значимым элементом мировой политики, деловых отношений и инструментом идеологии, важнейшим экономическим ресурсом, оказывающим непосредственное влияние на уровень развития национальной экономики.

За последние десятилетия появились работы [3], в которых анализируются развитие рыночных отношений в спортивной индустрии. Наиболее последовательно и полно эти проблемы освещены в работах зарубежных ученых, докторов философии, которые исследовали с разных точек зрения различные направления в олимпийском спорте.

Свои исследования олимпийской экономике посвятили такие ученые, как Марион Хамбрик, который совместно с Энн Пегораро [5] анализировали потребительское поведение в социальных медиа сообществах во время Олимпийских игр. Бенуа Сеген и Норман Орейли [6] решали задачи интеграции маркетинговых программ и бренд-менеджмента в Олимпийскую деятельность с направленностью на потребителей.

Отметим, что проблема окупаемости инвестиций в профессиональном спорте, как на национальном, так и международном уровне, получила недостаточное освещение [2, с. 76], что негативно сказывается на пути экономического развития индустрии профессионального спорта в целом.

Приоритеты и оптимальные размеры государственных инвестиций в человеческий капитал спортивной индустрии рассматривается в направлениях, где возможность привлечения частных вложений не представляется возможным или неразумно, а в остальных ситуациях более целесообразно совершенствование рыночных механизмов, и в свою очередь, стимулирование частных вложений на основе налогово-кредитных механизмов [4, с. 68].

Проведение Олимпийских игр, как и любых крупных спортивных мероприятий в мире, предполагает инвестирования существенных затрат на организацию и проведения их. Необходимо подчеркнуть, что как правило, изначально заложенные бюджетные ассигнования на проведение Олимпийских игр, не покрывают

всех затрат.

Для структуризации экономического эффекта от проведения спортивных мероприятий мирового уровня, можно выделить следующие показатели: прирост рабочих мест, динамика ВНП, вложения в организацию мероприятий, привлечение иностранного капитала.

Тайваньские ученые, Хуай-Чунь Ло, профессора Ченгли Тиен и Хсиоу-Вэй Лин отметили [7], что экономические возможности от проведения Олимпийских игр для стран организаторов, эффективно проявляются в краткосрочной перспективе улучшения таких показателей, как валовой внутренний продукт, производительность и сокращение безработицы.

Процесс планирования и организации коммерческой деятельности в профессиональном спорте, можно характеризовать как систему экономических отношений, с возможностью генерировать доход. Для преобразования спортивного мероприятия из категории безвозмездного представления в полноценный бизнес-проект, который содержит в своей основе самоокупаемость и прирост доходов, функционерам, принимающим управленческие решения необходимо искать новые креативные и прагматичные подходы, опираясь на эвентуальные возможности и детерминанты производства в индустрии профессионального спорта [1, с. 278], в том числе Олимпийских игр.

Все вышеизложенное, позволяет сделать вывод, что положительный эффект от проведения Олимпийских игр или крупных международных спортивных мероприятий, в большей степени зависит от возможностей привлечения спонсорских инвестиций и частного бизнеса. Государственные ассигнования же, как правило, направлены на создание институциональных основ для привлечения таких инвесторов для финансирования игр.

Литература.

1. Матвиенко А.И. Проблемы и направления развития возможностей максимизации прибыли профессиональных спортивных организаций / А.И. Матвиенко, А.В. Емельянова // Материалы второй международной научно-практической конференции «Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования» (20-21 октября 2016 г.). – Новополоцк: УО «ПГУ», 2016. – С. 277-280.

2. Матвиенко А.И. Регулирование инвестиций в человеческий капитал профессиональных спортивных клубов в Республике Беларусь / А.И. Матвиенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. – 2015. – № 14. – С. 73-77.

3. Матвиенко А.И. Степень разработанности проблем в области экономического регулирования профессионального спорта / А.И. Матвиенко // Эффективные механизмы управления: монография / А.И. Матвиенко [и др.]. – Пенза : МЦНС «Наука и просвещение», 2017. – С. 189-196.

4. Матвиенко А.И. Эффективность инвестиций в человеческий капитал в индустрии профессионального спорта на современном этапе / А.И. Матвиенко // Теоретико-методологические подходы к формированию системы развития предприятий, комплексов, регионов: монография / А.И. Матвиенко [и др.]. – Пенза : РИО ПГСХА, 2015. – С. 56-75.

5. Hambrick M.E. Social Sochi: using social network analysis to investigate electronic word-of-mouth transmitted through social media communities / M.E. Hambrick, A. Pegoraro // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2014. – Vol. 15, No. 3/4. – P. 120-140.

6. Seguin B. The Olympic brand, ambush marketing and clutter / B. Seguin, N.J. O'Reilly // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2008. – Vol. 4, No. 1. – P. 62-84.

7. Tien Ch. The Economic Benefits of Mega Events: A Myth or a Reality? A Longitudinal Study on the Olympic Games / Ch. Tien, H.-Ch. Lo, H.-W. Lin // Journal of Sport Management. – 2011. – Vol. 25, Issue. 1. – P. 11-23.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Рой О.О., Носова В.А., студентки*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди: їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Існує непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

У загальному вигляді трудовий потенціал характеризує певні можливості, які можуть бути використані для досягнення конкретної цілі. У ринкових умовах трудовий потенціал як економічна форма втілення людського фактора виробництва, реалізується в різних формах власності.

Трудовий потенціал – це можливості використання трудових ресурсів підприємства на перспективу. Сюди входять можливості та вміння працівників, які на сьогоднішній день можуть не

* *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент*

використовуватися в підприємстві, але в перспективі можуть бути залучені для справи [1, 5].

Особливість трудового потенціалу пояснюється тим, що носієм його є людина, люди, персонал підприємства. При цьому кожна людина – особистість, з фізичними та розумовими внутрішніми ресурсами, з вродженими і набутими здібностями до праці, з особистісним сприйняттям всього, що відбувається на підприємстві і за його межами.

До основних характеристик трудового потенціалу підприємства відносять:

– ключові чинники формування (умови праці, психологічний клімат у колективі, мотивація праці);

– ціль (виконання виробничих та управлінських процесів на основі ефективного використання ресурсів, отримання прибутку);

– кількісні показники (склад та структура працівників, плинність кадрів);

– якісні показники (стан здоров'я, рівень освіти, працездатність, професійні знання, кваліфікація) [2-4].

Розглянемо класифікацію методів наданих В.В. Ровенською, яка виділяє абсолютні (кількісні) та відносні (якісні) показники. Вона зазначають, що відносні показники характеризують питому вагу конкретних груп персоналу за:

– категорією;
– спеціалізацією;
– кваліфікацією;
– рівнем освіти;
– віком;
– досвідом.

Також до відносних але окремою групою відносять показники укомплектованості за штатним розкладом або робочими місцями. Що стосується абсолютних показників, то вони розкривають кадровий потенціал: загальну чисельність працюючих; плинність кадрів; ротацію кадрів тощо [6].

Існує досить велика кількість поглядів на методи оцінки трудового потенціалу, однак для оцінки потрібно застосовувати певний комплексний підхід який дасть змогу проводити оцінку трудового потенціалу з позицій досягнення поставленої мети, тобто результативної діяльності підприємства, продуктивності праці та її якості і організації роботи персоналу як соціальної системи [2]. Оцінювання трудового потенціалу підприємства є важливою процедурою, оскільки за допомогою отриманої інформації в процесі

оцінки трудового потенціалу підприємство може:

– проводити управління ефективністю персоналу за рахунок оцінки відповідності трудового потенціалу працівника вимогам робочого місяця, шляхом коригування їх дій;

– розробляти програми навчання та розвитку персоналу враховуючи індивідуальні особливості персоналу;

– здійснювати кар'єрне просування та мотивування працівників, які володіють високим трудовим потенціалом і розвивають його надалі [6].

Отже, існує велика кількість підходів до оцінювання трудового потенціалу підприємства. До основних показників оцінки відносять відносні та абсолютні. Підходи до оцінки трудового потенціалу підприємства поділяють на витратний, порівняльний, результативний, ресурсний, факторний, інтегральний та суб'єктивний. Також виділяють систему показників оцінювання трудового потенціалу підприємства, яка поділяється на кількісні та якісні показники, що є особливо важливим при дослідженні. Однак, попри велику кількість підходів необхідно розробити комплексний підхід для оцінки трудового потенціалу підприємства.

Література.

1. Грищенко О.В. Аналіз трудових ресурсів, продуктивності і фонду оплати праці / О.В. Грищенко, А.І. Александрова, С.О. Заїка. – Харків : ХНТУСГ. – 2004. – 24 с.

2. Заїка С.О. Компонентний склад ресурсного потенціалу аграрних підприємств / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 26-27 лютого 2016 р.) / відп. За випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2016. – С. 95-97.

3. Заїка С.О. Становлення і перспективи розвитку економічного аналізу в Україні / С.О. Заїка, В.А. Грищенко // Вісник ХНТУСГ Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 174. С. 136-144.

4. Заїка С.О. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. С. 176-186.

5. Мазнєв Г.Є. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу / Г.Є. Мазнєв, С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». – 2016. – Вип. 10. – С. 36-47.

6. Ровенська В.В. Оцінка формування та використання трудового потенціалу промислового підприємства / В.В. Ровенська // Економіка і організація управління. – 2014. – Вип. 3-4. – С. 215-220.

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Пахуща О.П., студентка магістратури[*], Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Про дипломатію, як і про політику, можна сказати, що це мистецтво можливого. Її завдання - будувати аргументацію і дії таким чином, щоб домогтися максимального кінцевого ефекту. Але кінцевий ефект в даному випадку може виражатися лише в реалізації тих чи інших інтересів – тактичних або стратегічних, короткострокових чи довгострокових, локальних або системних [5].

Іншими словами, мотиваційний початок будь-якої сфери дипломатії закладено в інтересах країни, а економічної дипломатії, відповідно, – в економічних інтересах. А оскільки сьогодні саме ці інтереси багато в чому конструюють міжнародні відносини в цілому, то і економічна дипломатія набуває особливої актуальності для досліджень і для побудови раціональної політики [1].

Глобальний світ розширює межі «можливого» у всіх вимірах, особливо в економіці, і пошук відповідей на питання про те, як цією обставиною скористається «мистецтво можливого», дуже значущий.

Якщо виключити з дипломатичної сфери її економічну складову, то, по суті, від неї залишиться лише протокольна, формальна сторона [4]. Але і та втратить будь-який сенс, оскільки не буде здатна вирішити жодну з нагальних проблем міжнародних відносин, включаючи і конфліктні ситуації.

Відомий дослідник Каррон де ла Каррьер зазначає, що «в міру збільшення відкритості економік окремих країн зовні і поглиблення міжнародного поділу праці, роль економічної дипломатії неминуче зростає, замінюючи собою традиційні, переважно силові, способи вирішення міждержавних конфліктів» [2].

Разом з тим економічна дипломатія вимагає особливого уміння і здібностей від осіб, що її здійснюють. Тут в першу чергу слід виявити пріоритети, що задаються національними інтересами. В цьому плані дуже важливий і економічний, і політичний, і соціально-культурний контекст спільності інтересів. Він складається в ході формування середовища смислів і значень, загальних для всіх суб'єктів

[*] *Науковий керівник – Смігунова О.В., к.е.н, доцент*

узгодженої взаємодії.

Єдине поле такої взаємодії виникає під впливом загальних цілей його учасників – без таких цілей одинична господарська мотивація втрачає точку опори, зникає база для координації дій в глобальному просторі.

Визначення цілей і формування контексту взаємодії пов'язано в першу чергу з чітким позначенням макрооб'єктних параметрів національних інтересів. У них господарські суб'єкти знаходять ресурсне, факторне та інституційне середовище взаємодії, адаптований ринок і передбачуване джерело доходів, та державно-правові гарантії захисту прав [3].

Об'єктом національних економічних інтересів служить народне господарство країни в цілому, яке розвивається перш за все зусиллями вітчизняних виробників і в їх інтересах, підтримуваних господарської та соціальної політикою держави. Тільки подібний механізм взаємодії здатний забезпечити економічний саморозвиток на основі чітко обраної господарської моделі, що і складає вищу і природну мету національної економіки.

У той же час в сучасному світі інтереси розвитку національної економіки та окремих її елементів не можуть бути реалізовані шляхом одностороннього протекціонізму – вони вимагають всебічного економічного співробітництва на міжнародній арені.

Доповнюючи традиційні інструменти дипломатичної роботи економічними факторами, економічна дипломатія допомагає більш «рентабельно» вирішувати міжнародні проблеми. Сьогодні економіка йде попереду політики, поставлені цілі досягаються не шляхом воєн або завоювань, а успішною конкуренцією за частку в світовому ВВП. Це не виключає войовничо-агресивну політику окремих держав, але робить її менш ефективною в порівнянні з просуванням капіталу, товарів або послуг на територію інших країн.

Література.

1. Дипломатична та консульська служба: навч. посіб. / Я.Б. Турчин, О.Н. Горбач, Л.О. Дорош та ін. ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. – 224 с.

2. Каррон де ла Каррьер Г. Экономическая дипломатия. Дипломат и рынок / Каррон Г. де ла Каррьер. – Москва: Россмэн, 2003. – С. 27.

3. Красноруцький О.О. Етичні аспекти проведення ділових переговорів в сучасних умовах / О.О. Красноруцький, О.В. Смігунова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 171. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – С. 21-26.

4. Матвієнко В. Дипломатія // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець, Ю. Шаповал [та ін.]. – К. : Парламентське видавництво, 2011. – 214 с.

5. Матвієнко В.М. Дипломатія // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. / Редкол.: Л.В. Губерський [та ін.]. – К. : Знання України, 2004. – Т. 1. – 760 с.

ЛЮДИНА ЯК «ВАЖІЛЬ» УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Романова Р.Р., студентка магістратури*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Соціально-економічні системи – це комплексні структури, що складаються з економічних, виробничо-технічних і соціальних складових, створених в сфері виробництва, розподілу, обміну і споживчих результатів людської діяльності.

Головною особливістю соціально-економічних систем є те, що невід'ємною частиною їх функціонування є людина.

Соціально-економічна система неминуче локалізована в економічному часі і просторі, а також по відношенню до її альтернативних варіантів. Вона має певні історичні, географічні, етнічні, духовні, політичні та економічні кордони[1]. Це в свою чергу, означає, що вона може втілюватися в конкретних державно-політичних, або у формі інших, менших за масштабом, громадсько-господарських організацій. У міру посилення ефекту глобалізації в якості соціально-економічної системи правомірно розглядається все людство. Цим обумовлюється історичність дослідження: будь-яка система, з одного боку неминуче зумовлена історично, а з іншого, історично обумовлені всі категорії і закони цієї системи.

Справи і думки людини були системними завжди. В основі діяльності обов'язково є мета, яка реалізується через набір рішень, що виконуються не в довільному порядку, а в певній послідовності. Порушенням цієї послідовності є виникнення проблеми, вирішення якої здійснюється на іншому, більш високому рівні. Ця підлегла поставленої мети, взаємопов'язаність складових частин і є ознакою системності. Також ми можемо говорити про алгоритмічність

* *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент*

діяльності. Поняття «алгоритм» виникло в математиці і означало задану послідовність операцій над математичними об'єктами, що призводить до шуканого результату. Згодом прийшло усвідомлення, що будь-яка діяльність алгоритмічна, і що алгоритми прийняття управлінських рішень – це необхідна умова успішної діяльності. Переважна більшість елементів дій реалізуються людиною легко і швидко, без чітких планів, що насправді є неусвідомленою реалізацією певних закономірностей[2]. В основі реалізації цих закономірностей лежить загальна ідеологія того, що необхідно зробити, але не завжди чітко позначені послідовність дій і їх внутрішній зміст. Висновок:

– будь-яка діяльність алгоритмічна;

– не завжди алгоритм реальної діяльності існує в явному вигляді;

– у разі незадоволеності результатом, причину невдачі потрібно шукати в недосконалості алгоритму

Це передбачає дослідження, розвиток і вдосконалення алгоритму, виявлення його слабких місць і їх усунення, а отже підвищення системності [4].

Людину відрізняє широке коло інтересів і прагнення реалізувати їх у практичній діяльності, звідси й клас соціально -економічних систем, центром яких вона є, широкий і різноманітний. Тут і домашні господарства, виробничі підприємства та підприємства сфери послуг, ринки, фондові та валютні, регіональні та державні економічні системи, міждержавні та транснаціональні економічні системи, світова економічна система. І особлива якість соціально-економічних систем, яка виділяє їх з множини інших, їх призначення – це виробництво, розподіл, обмін і споживання товарів, послуг або створення сприятливих умов для цих процесів.

Особливості соціально-економічних систем полягають в тому, що рішення приймаються множиною людей одночасно і суб'єктивні сторони осіб, які приймають ці рішення, можуть мати різновекторну спрямованість[3]. Навіть, якщо точно зафіксовані початкові умови і лідер групи визначився, щодо своїх майбутній дій, в інших людей, що входять в систему, завжди залишається деяка свобода діяти на свій розсуд в різні моменти часу. Наявність такої волі призводить до того, що фактичний стан соціально-економічної системи, як правило, відрізняється від планового (очікуваного), а при відсутності належного контролю, події перестають бути детермінованими, не піддаються прогнозуванню і ведуть до біфуркації і переродження системи. Це пояснюється тим, що на відміну від технічних систем, які «є тільки тому, що вони є і не можуть бути нічим іншим», соціально – економічна

система являє собою суперпозицію індивідуальних бачень її кожним учасником управлінського процесу. Кожна людина надає тому, що бачить навколо себе, свій індивідуальний сенс і, згідно з останнім, варіює свою поведінку. В результаті, соціально-економічна система не задана апріорно, не існує у готовому вигляді, а являє собою процес постійного свого відтворення в співтоваристві її членів (елементів). Звідси випливає висновок, що визначення стану соціально-економічної системи в будь-який даний момент часу є проблематичним.

Для розуміння і чіткого пояснення процесів в соціально-економічних системах, необхідно якомога глибше проникнути в механізм прийняття рішень. Серед безлічі дій, які утворюють будь-яку діяльність, акт вибору рішення є єдиною операцією, в якій проявляється і втілюється мета того, хто здійснює цю діяльність[5]. Тому для прогнозування соціально-економічних процесів дуже важливо знати актуальні цілі тих, хто приймає рішення.

Як було сказано раніше, соціально-економічна система - це складна сукупність взаємопов'язаних соціальних та економічних інститутів, тому при їх аналізі необхідно звертати увагу на фактори взаємодії цих двох систем.

Головний важіль у визначенні результату процесів соціально-економічних систем – людина,її принципи, кругозір, досвід та знання. Загалом результат належатиме від суб'єктивних аспектів діяльності індивідуума, його кінцевих цілей та спрямованості на отримання задовільного результату.

Література.

1. Слезингер Е. Социальная экономика: Учебник / Е. Слезингер. – М. : Изд-во «Дело и Сервис», 2001. – 368 с.

2. Бадулаєва М.П. Нові тенденції функціонування та розвитку соціально-економічної системи регіону: розвиток креативного потенціалу / М.П. Бадулаєва, А.Б. Аюзанайн // Журнал «Креативна економіка». – 2015. – № 8.

3. Табачнікова М.Б. Теоретичні концепції еволюційних змін соціально-економічних систем / М.Б. Табачнікова // Проблеми регіональної економіки. – 2016. –№ 6.

4. Чернов С.С. «Проблемы обеспечения конкурентоспособности социально-экономических систем: монография / С.С. Чернов. – Новосибирск: Изд-во СИБПРИНТ, 2010 – 137 с.

5. Еппінг Р.Ч. Путівник по світовій економіці для початківців / Р.Ч. Еппінг. – К. : ЮНІОН, 1998. – 103 с.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ РОЖДАЕМОСТЬЮ

Тетерева И.В., аспирант*,
Полоцкий государственный университет

Сегодня тема рождаемости и социальной поддержки материнства активно обсуждается в обществе. Имея множество проблем в данной сфере (от низкого уровня рождаемости до старения населения), в государстве на самом высоком уровне ставят задачи по их устранению [1]. В течение длительного периода времени на повышение рождаемости идёт большое количество бюджетных средств, однако заметного улучшения в данной сфере не происходит.

Согласно данным World Values Survey [2], более 88 % опрошенных граждан Беларуси считают семью «очень важной» в своей жизни. Приверженность семейным ценностям у белорусов выявлена и в других социологических исследованиях [3].

Одной из приоритетных целей демографической политики Республики Беларусь в 2021-2030 годах ставится создание условий для роста численности населения страны [4].

Население в самом широком смысле понимается как совокупность людей, живущих на определённой территории [5]. Население и общество – разные понятия.

Общество – это исторически изменяющаяся система связей, отношений и форм объединения людей, которая возникает в процессе их жизнедеятельности. Государство выступает как совокупность институтов власти, обслуживающих интересы общества [6]. Ориентация государства на обеспечение роста населения показывает заинтересованность общества в увеличении своего количества. Таким образом, мы понимаем население как «количественную переменную» общества, его «объём».

Если демография занимается выявлением законов и зависимостей воспроизводства населения [5], то социология связана с изучением законов функционирования и развития общества [7]. Однако для нахождения способов оптимального достижения определённой стратегической цели методов, только указанных выше наук недостаточно. Поэтому можно говорить о применении экономического подхода к данной проблеме, который изначально ориентируется на максимизацию эффекта при минимизации издержек

* *Научный руководитель – Голубев К.П., д.э.н., профессор*

на пути движения к цели.

Государство в лице властных органов выполняет заказ общества по управлению его функционированием и развитием. Актуальным является нахождение таких методов и способов воздействия на общество, при которых был бы естественным рост рождаемости. Следовательно, необходимо разобраться в причинах, влияющих на принятие решения человеком о рождении ребёнка, а также на процесс его воспитания и становления в обществе – как качественных характеристик.

Со стороны государства обязательность применения только экономического подхода к решению проблемы рождаемости обусловлена необходимостью достижения целей, заданных обществом. Однако необходимо учитывать тот факт, что исходным пунктом, приводящим к появлению нового человека и его взрослению, являются отношения между мужчиной и женщиной, в которых ключевую роль играет принятие положительного решения последней. Данный факт можно отнести к предметной области социальной психологии.

Таким образом, нами обоснована необходимость применения экономического подхода к решению проблемы управления рождаемостью, но с учётом психологических, социальных, биологических и демографических факторов.

Литература.

1. Нужно найти новые пути поддержки рождаемости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://news.tut.by/society/629244.htmlhttps://news.tut.by/society/629244.html – Дата доступа: 11.03.2019.

2. World Values Survey Data analysis tool [Electronic resource]. – Access mode: http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp. – Дата доступа: 20.02.2019

3. Беларусь: структура семьи, семейные отношения, репродуктивное поведение. Материалы для обсуждения. Предварительные результаты исследования. – Режим доступа: https://belarus.unfpa.org/ru/publications/ – Дата доступа : 17.12.2018.

4. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. / Государственное научное учреждение «Научно-исследовательский экономический институт» (ГНУ НИЭИ). – Минск, 2015. – 143 с.

5. Борисов В.А. Демография / В.А. Борисов. – Notabene. – 2001. – 272 с.

6. Экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/ainoaadnoai.html. – Дата доступа: 17.02.2019.

7. Википедия. Социология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ Социология. – Дата доступа: 21.02.2019.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

ХАЧАТУРЯН Б.О., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Підприємство постійно знаходиться у відповідних умовах конкуренції на ринку, яка обумовлена присутністю існуючих товаровиробників, бар'єрами входу та виходу з ринку, рівнем державного регулювання, динамікою зміни параметрів ринку тощо. Для забезпечення успіху в конкурентній боротьбі підприємство повинно або мати більш привабливу ціну, або переважати у якості продукції. Також існують конкурентні переваги фокусування, що передбачає орієнтацію на вузький сегмент ринку. Зазначені конкурентні переваги традиційно є більш привабливими для окремих товарів на визначених ринках. В разі високого рівня спеціалізації найчастіше мова йде про «лідерство у витратах». В класичному розумінні монополістичної конкуренції споживачі часто надають перевагу виробникам із особливими якостями своєї продукції. В будь-якому разі, конкурентоспроможність продукції залежить від двох головних чинників: якості та ціни, де обидві безпосередньо залежать від рівня понесених витрат на створення відповідної доданої вартості. Таким чином, для обґрунтування шляхів забезпечення цінових конкурентних переваг першочерговим є розробка ефективних заходів управління витратами підприємства.

Дослідженнями в галузі управління витрат займалися такі провідні дослідники як: А. Бачурина, Н. Гаркуша, М. Грещак, С. Голов, В. Гордієнко, І. Давидович, Н. Калиновська, С. Ковтун, О. Коцюба, Ю. Кравчук, О. Крушельницька, А. Мирзабеков, Р. Мозговий, Т. Мудра, Т. Остапенко, А. Пилипенко, С. Савлук, Н. Ткачук, А. Турило, Л. Христенко, Л. Чернобай, Г. Фандель, А. Ясінська [1-5].

Незважаючи на існування чисельних наукових доробок, питання розробки методології управління витратами поряд із методичним та практичним інструментарієм залишається недостатньо розвинутим.

Витрати виникають в ході поточної діяльності підприємства і мають ряд класифікаційних ознак, підходів до управління та методів обліку. Зараз виокремлюють управлінський облік, податковий та бухгалтерський. В рамках кожного з них витрати калькуляція відповідним чином в рамках існуючих нормативних вимог,

зафіксованих в стандартах бухгалтерського обліку, законах, кодексах та підзаконних актах. В найбільшій мірі цілям економічного аналізу відповідає управлінський облік. Більшість витрат підприємства пов'язана із відповідними факторами виробництва. Якщо мова йде про матеріалу міське виробництво то відповідно підприємство найбільшу частку витрат несе для отримання матеріалів, сировини та напівфабрикатів. Енергоємні виробництва витрачають найбільшу питому вагу коштів на сплату спожитих енергоресурсів. Відповідно ситуація стосується і інших видів витрат. Крім того підприємство здійснює управлінську діяльність, яка передбачає виконання належних функцій, утримання відповідних підрозділів, служб тощо. Ці витрати калькулюються окремо від виробничих та загально-організаційних. Крім того підприємство здійснює крім операційної, фінансову та інвестиційну діяльність, які також генерують відповідні витрати, що безпосередньо впливає на обсяг отриманого прибутку підприємством. Найбільш важливим в розгляді управління витратами є диференціація підходів, що передбачає управління собівартістю та управління витратами на рівні всього підприємства. Собівартість стосується кожного окремого виду продукції, який виробляється, а витрати підприємства відносяться до всієї системи. Цілком зрозуміло, що ці два підходи взаємопов'язані: загальновиробничі, адміністративні, витрати на збут та інші операційні переносяться відповідним чином на собівартість кожної одиниці продукції, але в залежності від конкурентної ситуації на ринку ціна коливається не лише відносно фактичної собівартості, але й у відповідності до потреб та купівельної спроможності споживачів. Таким чином, собівартість є об'єктивною категорією, яка формується під впливом чинників витрат матеріалів, виробничих процесів, характеру технології, чисельності та рівня кваліфікації персоналу та інших. А ціна виступає частково суб'єктивною категорією, адже вона встановлюється підприємством на основі об'єктивного отриманого рівня собівартості та у відповідності до очікуваних прогнозів відносно отримання потенційного прибутку, який разом із собівартістю і складає ціну продукції. Це обумовлює взаємозв'язок між управлінням витратами та забезпечення цінових конкурентних переваг. Підприємство зацікавлене максимально можливому зниженні витрат, що може сприяти зменшенню ціни для збільшення обсягу реалізації для освоєння нових ринків або розширення існуючих. З іншого боку, як ми бачимо на прикладі провідних світових корпорацій, успіху досягають ті, які вкладають значні кошти в здійснення наукової діяльності, придбання об'єктів

інтелектуальної власності, створення власних внутрішніх соціальних мереж для поширення знань – тобто дії, направлені на створення внутрішніх ключових компетентностей підприємства, які дозволяють генерувати інновації, направлені як на покращення якості продукції, так і на зниження їх собівартості. Тож має місце зростання обсягу витрат, яке в результаті сприяє їх зниженню. Подібна ситуація стосуються й окремих проектів. Підприємство вкладає капітальні кошти для запуску будь-якого проекту з метою отримання прибутку від його використання. Враховуючи фактор часу та інфляційні очікування в рамках теорії вартості грошей у часі при розрахунку обсягу чистого дисконтованого доходу саме врахування капітальних вкладень та майбутніх грошових потоків дозволяє оцінити доцільність витрат на реалізацію і прийняти належне управлінське рішення щодо впровадження або відмови від даного проекту.

Складність об'єкту дослідження полягає не лише у пошуку найкращих методів управління витратами, але й в уточненні безпосередньо об'єкту їх виникнення. Фактично витрати відображають результати протікання виробничих та управлінських процесів на підприємстві. І відповідно управління витратами має бути направлено саме на процеси, а не на витрати як відповідні атрибути цих процесів. Якщо підприємство має організаційну структуру, яка не відповідає поточним потребам діяльності, і відповідно генерує великий обсяг витрат, необхідність зміни даної структури для їх скорочення є важливим завданням управління витратами. З іншого боку існування таких відділів як контроль якості й життєво важливим для підприємства і витрати, пов'язані із його існуванням, є обґрунтованими та доцільними. З іншого боку, це не означає, що ці витрати не мають підпадати під облік, аналіз та управління в цілому.

Таким чином, на основі проведеного аналізу «управління витратами» варто розуміти як економічну категорію в контексті забезпечення цінових конкурентних переваг як впливу на виробничі та управлінські процеси, які мають місце в системі діяльності підприємства, що являє собою сукупність методологічного та методичного інструментарію, представленого принципами, функціями, законами, закономірностями та методами для зміни структури витрат та поведінки персоналу як результату зміни умов виробничо-господарської діяльності підприємства. Подальші дослідження автора направлені на поглиблення існуючої класифікації витрат діяльності підприємства.

Література.

1. Гаркуша Н. М. Концептуальні основи процесу управління витратами підприємства / Н. М. Гаркуша // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2014. – № 1. – С. 51-64.

2. Грещак М. Г. Управління витратами : навч. посібник / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба, В. М. Гордієнко. – К. : КНЕУ, 2008. – 264 с.

3. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. посібн. / І. Є. Давидович. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.

4. Ковтун С. Управление затратами / С. Ковтун , Н. Ткачук, С. Савлук. – Харьков : Изд. дом «Фактор», 2008. 272 с.

5. Остапенко Т. М. «Економічна сутність управління витратами» / Т. М. Остапенко // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка. – 2013. – № 2. – С. 85-91.

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКУ

ЦИБА А.Д., СТУДЕНТКА*,
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

На даний момент фінансовий ринок України та реальний сектор знаходяться в критичному стані: національна валюта впала в ціні і якщо порівнювати реальний дохід населення з рівнем інфляції, то він значно зменшився. З огляду на негативні тенденції, необхідно використовувати наявні ресурси як можна більш ефективно, що сприятиме скороченню витрат, підвищенню фінансової стійкості та конкурентоспроможності як окремої фінансової установи, так і фінансового ринку в цілому.

Концепція визначення сутності фінансової стабільності має багато формулювань: одна категорія авторів вважає, що фінансова стабільність визначається структурою капіталу, інша - що суть стабільності полягає в забезпечення достатнього обсягу та раціональної структури активів. Ще одним аспектом дослідження фінансової стійкості є аналіз конкурентоспроможності. Так, автори [1-3] зазначають, що фінансова стабільність – це гарантована платоспроможність суб'єкта господарювання, що забезпечується ефективним формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів. Альтернативна концепція забезпечення фінансової

* *Науковий керівник – Пустовгар С.А., к.е.н., ст. викладач*

стабільності представлена в роботах Зоріної М.С., Филипських Е.А. [4] та Кучковської Н.В. [5], які розглядають фінансову стабільність через призму забезпечення власними джерелами формування ресурсів.

У даній роботі пропонуються шляхи підвищення фінансової стабільності АТ «МЕГАБАНК» виходячи з концепції, що фінансова стабільність – це комплексна характеристика конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, яка забезпечується прибутковістю діяльності установи.

Оцінку ефективності діяльності банку проведено на основі прибутку від касової ланки за 2017-2018 рр. Використання цього показника при аналізі дозволить визначити «слабкі» сторони діяльності банку та запропонувати шляхи вирішення проблеми. За 2017-2018 рр. величину прибутку від касової ланки для АТ «МЕГАБАНК» розраховано на основі таких даних про доходи: процентні доходи від кредитів, комісійних надходжень, комісійний дохід від міжбанківських операцій, прибуток від валютно-обмінних операцій, інші банківські та небанківські операційні доходи; а також таких даних про витрати: процентні витрати на кредити, процентні витрати на депозити, комісійні витрати з клієнтами та банками, економічні витрати, витрати на заробітну плату, витрати на охорону, оренду і т. д.

Відповідно до проведених розрахунків, спостерігається позитивна динаміка прибутку від касової ланки: з 33403 тис. грн. за 1 кв. 2017 р. до 46647 тис. грн. за 4 кв. 2017 р. та з 35513 тис. грн. за 1 кв. 2018 р. до 59410 тис. грн. за 4 кв. 2018 р.

Незначне зниження зафіксоване у 3 кв. 2018 р. – на 9 %. У зв'язку з цим проаналізовано всі можливі чинники, які можуть зумовити таку зміну показника. В ході аналізу з'ясовано, що комісійні доходи АТ «МЕГАБАНК» знизилися, проте це зменшення носило епізодичний характер – лише по деяким відділенням. Для вирішення проблеми зниження фінансового результату проведено експеримент щодо матеріального винагородження персоналу банку: всі касири були винагородженні в однаковій мірі. Як показали результати, експеримент не в повній мірі виправдав себе.

Завдяки преміюванню можна стимулювати підвищення показників діяльності банку, при цьому доцільно встановити критерії за якими буде нараховуватися винагородження. У даній роботі пропонується бонусна система матеріального заохочення касирів, яка враховуватиме всі різновиди операцій за коефіцієнтами складності, а сума премії буде визначатися за результатами виконаної роботи, що додатково стимулюватиме ефективну працю касирів.

Виходячи з вищезазначеного можна зробити висновок, що фінансова стабільність безпосередньо залежить від ефективності фінансового менеджменту, який повинен бути спрямований на визначення домінантних чинників, які можуть негативно вплинути на роботу організації, виявлення «слабких» місць та розробку заходів із підвищення ефективності використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів банку, які сприятимуть подальшому якісному фінансовому зростанню та стабільності.

Література.

1. Арланова О.І. Фінансова стійкість як важливіша умова розвитку організації / О.І. Арланова, Н.Ю. Суворкіна // Інноваційний розвиток економіки. – 2017. – № 5 (41). – С. 77-81.

2. Зайковський Б.Б. Комплексний огляд напрямків стабілізації і зміцнення фінансового стану неспроможної організації / Б.Б. Зайковський, М.В. Корнієнко // Соціальні науки. – 2017. – Т. 1. – № 4-1. – С. 25-31.

3. Костіна Д.А. Значення фінансової стійкості для компаній, працюючих в кризисних умова / Д.А. Костіна // Центральний науковий вісник. – 2017. – Т. 2. – № 23 (40). – С. 34-42.

4. Зоріна М.С. Шляхи підвищення фінансової стійкості підприємства / М.С. Зоріна, Е.А. Филипських // Стійкий розвиток науки та освіти. – 2017. – № 1-10. – С. 82-85.

5. Кучковська Н.В. Механізми забезпечення фінансової стійкості організації / Н.В. Кучковська // Форум. Серія: Гуманітарні та економічні науки. – 2017. – № 2 (11). – С. 68-75.

Секція

Управління інноваціями, інвестиціями та інтеграційними процесами в стабілізації розвитку суб'єктів економічних відносин

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Гуторов О.І., д.е.н., професор,
Гуторова О.О., к.е.н., доцент, професор університету,
Харківський національний аграрний
університет ім. В.В. Докучаєва

Для підвищення інноваційної активності суб'єктів аграрного сектору та інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва необхідні і консолідовані зусилля з боку органів влади та аграрного бізнесу, спрямовані на формування інноваційної інфраструктури [1]. Це передбачає реалізацію наступних заходів:

1. Здійснення державою і бізнесом значних капітальних вкладень у підприємства, що визначають науково-технічну та інноваційну політику в аграрному секторі.

2. Стимулювання впровадження результатів досліджень і розробок за допомогою надання фінансових коштів на їх купівлю, оренду чи лізинг. Як можливі варіанти бюджетного фінансування доцільні такі: надання цільових сум з умовою їх повернення через певний час; кредитування на пільговій, довгостроковій основі суб'єктів державно-приватного партнерства на паритетній основі; пайова участь держави в різних інвестиційних проектах і т. д.

3. Реорганізація системи управління аграрного сектору, його служб і відділів при місцевих органах влади з тим, щоб перебудувати командно-адміністративний тип державного управління аграрною сферою в консалтингово-інформаційний, забезпечити суб'єкти господарювання всіх форм господарювання своєчасною інформацією про поточну ситуацію на аграрному ринку, який надає консультаційні, інжинірингові та маркетингові послуги сільськогосподарським виробникам, що дозволить знизити інноваційно-інвестиційні ризики.

4. Удосконалення нормативно-правової бази інноваційного забезпечення сталого розвитку аграрного сектору.

5. Залучення спілок та асоціацій товаровиробників аграрного сектору до формування інститутів розвитку та реалізації державної інноваційної політики в аграрній сфері.

6. Підготовка фахівців у галузі інноваційного менеджменту для сільського господарства.

Таким чином, головним у діяльності держави на сучасному етапі розвитку українського аграрного сектору стає формування інститутів розвитку, які сприяють переходу до інноваційноорієнтованого соціально-економічного розвитку. У рослинництві інноваційні процеси слід спрямувати на: збільшення обсягів виробленої рослинницької продукції на основі підвищення родючості ґрунту, зростання врожайності сільськогосподарських культур і поліпшення якості продукції; подолання процесів деградації руйнування природного середовища та екологізацію виробництва; зниження витрати енергоресурсів і зменшення залежності продуктивності рослинництва від природних факторів; підвищення ефективності використання зрошуваних і осушених земель; економію трудових і матеріальних витрат; збереження і поліпшення екології навколишнього середовища. У зв'язку з цим, інноваційна політика в галузі рослинництва повинна будуватися на вдосконаленні методів селекції – створення нових сортів сільськогосподарських культур, які характеризуються високим продуктивним потенціалом, освоєння науково обґрунтованих систем землеробства та насінництва [2].

Офіційно на державному рівні (Постановою КМУ від 17 травня 2012 р. № 397) пріоритетними напрямами технологічного оновлення та розвитку агропромислового комплексу названі:

1) розроблення та впровадження технологій адаптивного ґрунтоохоронного землеробства:

технологічне оновлення ґрунтової діагностики стану ґрунтів; науково обґрунтована система ведення землеробства, адаптована до ґрунтово-кліматичних умов господарств різних форм власності; технологія проведення моніторингу агроресурсів з використанням космічної інформації; виробництво енергоощадливих дощувальних машин; технологія відновлення та зміцнення робочих органів ґрунтообробних машин;

2) розроблення та впровадження технологій отримання високоякісної рослинницької продукції: адаптивна енергоощадна технологія вирощування біотипів кукурудзи різних груп стиглості в Степу України; високоефективна технологія виробництва цукрових буряків; технологія виробництва насіння пшениці озимої м'якої у Правобережному лісостепу України; технологія вирощування пшениці озимої в сівозміні із застосуванням сидератів як попередників;

3) розроблення та впровадження технологій виробництва діагностикумів захворювань рослин: методи прогнозу фітосанітарного

стану агроценозів на базі використання сучасних інформаційних технологій – геоінформаційних систем для визначення доцільності застосування засобів захисту рослин;

4) розроблення та впровадження технологій виробництва діагностикумів захворювань тварин і засобів їх захисту: технологія отримання високоефективного дезінфектанту на основі полімерних сполук з кріопротекторними властивостями; вакцина рекомбінантна проти класичної чуми свиней;

5) технологічного оновлення виробництва продукції скотарства та свинарства: ресурсоощадна технологія підготовки стоків до використання під час промислового виробництва свинини; система ведення племінного обліку та формування високопродуктивних стад в молочному скотарстві шляхом використання сучасних методів селекції та біотехнології; екологічна енергоресурсозберігаюча технологія виробництва високопротеїнової кормової добавки з відходів виробництва риби;

6) розроблення та впровадження новітніх біотехнологій для рослинництва, тваринництва та ветеринарії: біотехнологія створення селекційного матеріалу важливих зернових культур з ознаками врожайності та стійкості до абіотичних і біотичних стресів; технологія виробництва насіннєвого матеріалу картоплі, оздоровленого біотехнологічним методом; технологія відтворення тварин з використанням біотехнологічних методів; ДНК-технологія оцінки свиней за локусами кількісних ознак для маркерної і геномної селекції в свинарстві; технологія виготовлення та контролювання видоспецифічних промоторних касет для клонування генів тварин [3].

В державах Європейського Союзу стимулювання та підтримка технологічного та інноваційного розвитку здійснюється за допомогою сучасного інструменту – «технологічних платформ».

Технологічна платформа – це незалежне від інших партнерство, що спрямоване на розвиток науково-дослідних і експериментально-виробничих сегментів наукоємної сфери економіки, активізацію зусиль по створенню перспективних комерційних технологій, нових продуктів (послуг), залучення додаткових ресурсів для проведення досліджень і розробок на основі участі усіх зацікавлених сторін (бізнесу, науки, влади, суспільства). Основним завданням технологічної платформи є виведення інноваційного продукту на внутрішній і зовнішній ринки через дослідно-технологічні роботи, експериментально-промислове виробництво і інноваційну інфраструктуру, трансфер технологій.

Технологічна платформа «Агротехнополіс» утворюється як формат державної інноваційної політики з підтримки діяльності учасників наукоємного аграрного ринку усіх форм власності, які займаються створенням, освоєнням наукоємних технологій, виробництвом і реалізацією інноваційної продукції (селекційних матеріалів, насіннєвих, племінних та інших генетичних і високотехнологічних ресурсів, технічних засобів їх використання), що забезпечують конкурентоспроможність аграрного виробництва і функціональність ринкової інфраструктури [4].

Реалізація завдань технологічної платформи «Агротехнополіс» потребує створення об'єднуючої структури з демократичною формою заснування та функціонування, яка не обмежує статутні права, суб'єктні наміри та об'єктні ресурси учасників наукоємного ринку усіх форм власності і підпорядкованості в сфері АПК. Такі можливості у вітчизняному законодавстві дає організаційно-правова форма «Науковий парк».

Науковий парк створюється за участю наукових установ, вищих навчальних закладів та інших юридичних осіб, що уклали засновницький договір, з метою розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності, ефективного та раціонального використання наявного науково-технологічного потенціалу, матеріально-технічної бази для комерціалізації результатів наукових досліджень і їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках.

Науковий парк сприяє консолідації зусиль, ресурсів учасників наукоємного аграрного ринку, підвищення потужності їх виробничої бази та конкурентоспроможності продукції через кластерний механізм проектної інтеграції, який забезпечує мобілізацію потенціалу наукових установ, виробничих і комерційних структур на реалізацію проектних завдань і може бути аналогом науково-виробничої і обслуговуючої кооперації в наукоємній аграрній сфері.

Пріоритетними напрямами Наукового парку можуть бути створення галузевих кластерів в виробництві зернових і олійних культур, садівництві, виноградарстві, овочівництві і баштанництві, виробництві лікарської і ефіроолійної сировини, біоенергетиці, технічному оснащенні машинно-тракторного парку сільгосппідприємств і їх господарських зрошувальних систем, зберіганні, переробці і транспортуванні продукції.

Регіональні кластери мають бути універсальними і створені в кожній області за напрямами, які є актуальними для відповідного

аграрного регіону України. Сільгосптоваровиробники приймають участь в кластерних формуваннях як керуюче підприємство (акредитований провайдер), або виробник наукоємної і товарної продукції. Цільові логістичні та інші умови співробітництва визначаються проектом Наукового парку і закріплюються договорами спільної діяльності учасників кластеру. Акредитовані провайдери кластерних бізнес-проектів об'єднують усіх зацікавлених учасників на договірних умовах незалежно від форми власності, розміру і спеціалізації. Використання кредитно-лізингових схем фінансування забезпечують капіталізацію підприємницької, переробної і логістичної бази провайдера після завершення проектних зобов'язань. Пріоритетне право на контрактацію вхідних ресурсів і вихідної продукції на всіх стадіях технологічного процесу, передбаченого проектом, забезпечує регулювання товаро-фінансових потоків кластеру та його конкурентоспроможність на ринку [5].

Проектні кластерні об'єднання сільськогосподарських товаровиробників, переробників продукції, обслуговуючих підприємств є в деякій мірі формою виробничої і обслуговуючої кооперації виконавців проектів без створення юридичної особи.

Необхідні умови для реалізації Моделі:

– сформувати технологічну платформу «Агротехнополіс», утвердити організаційні засади створення, функціонування та розвитку співробітництва науки, бізнесу і влади на паритетних умовах в наукоємній аграрній сфері;

– реформувати систему аграрної науки за інноваційною моделлю, переорієнтувати галузеві секторальні та територіальні наукові центри на задоволення потреб високотехнологічного агропромислового виробництва;

– створити Науковий парк, забезпечити функціонування та розвиток його трансферно-технологічної інфраструктури, надання необхідних повноважень органам управління щодо заохочення та захисту інтересів учасників і ринку;

– забезпечити стимулювання проектів Наукового парку, сприяння залученню інвестицій, розвитку кластерних проектних об'єднань з виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції і продовольства.

Очікувані результати від реалізації Моделі:

– поєднання можливостей наукових установ, дослідних господарств, виробничих і комерційних підприємств, консалтингових установ та

інших учасників, що утворюють трансферно-технологічну інфраструктуру наукоємного аграрного ринку, шляхом інтеграції через мережу консалтингових інноваційних центрів дослідно-виробничої та торгово-промислової бази установ і підприємств на засадах державно-приватного партнерства;

– зосередження інноваційного потенціалу науки, економічних можливостей високотехнологічного виробництва та комерційної спроможності агробізнесу на

– проривних напрямах розвитку агропромислового комплексу, просування інноваційної продукції на вітчизняному та міжнародних ринках, економія бюджетних коштів;

– залучення капіталу в проекти інноваційно-інвестиційного розвитку наукоємної сфери АПК, об'єкти освоєння та розповсюдження високих технологій виробництва та реалізації конкурентної продукції на індустріальній основі;

– здійснення державного замовлення та регулювання повноважень щодо незалежної експертизи конкурентних умов ринку наукоємних технологій, захисту від сумлінних експансій, забезпечення розробки та реалізації інноваційно-інвестиційних проектів, яким надається пріоритет держави і які відповідають вимогам європейської інтеграції України.

Література.

1. Шарко І.О. Інноваційний рейтинг України: міжнародні оцінки та порівняння / І.О. Шарко, О.І. Гуторов // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2017. – № 2. – С. 15-20.

2. Гуторов О.І. Управління інноваціями : навч посіб. / О.І. Гуторов, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Трчина, О.В. Киричок. – Харків : «Діса плюс», 2016. – 266 с.

3. Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого рівня на 2012-2016 роки: Постанова КМУ від 17 травня 2012 р. № 397 // Офіц. сайт ВРУ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/397-2012-%D0%BF.

4. Концептуальні засади створення Агротехнополісу високотехнологічного забезпечення інноваційного розвитку АПК / Науково-методичний і координаційний центр з наукових проблем розвитку АПК України / [Електронний ресурс]. – Офіц. сайт. НААН України. – Режим доступу: http://naas.gov.ua/.

5. Гуторов А.О. Розвиток інтеграційних відносин в аграрному секторі економіки : монографія / О.І. Гуторов. – К. : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2016. – 484 с.

ІННОВАЦІЙНА МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В ДИНАМІЧНИХ КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ

Красноруцький О.О., д.е.н., професор,
Зайцев Ю.О., д.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Процеси інтернаціоналізації, що відбуваються в зовнішньому середовищі аграрного бізнесу, мають визначальний вплив на функціонування ринків сільськогосподарської продукції. Аграрний сектор впродовж довгого періоду часу залишався однією з найбільш консервативних галузей, проте, зараз існує необхідність пошуку механізмів, що здатні забезпечити формування конкурентних переваг аграрних підприємств. В основу цього процесу мають бути покладені дослідження пріоритетів та вподобань цільових споживачів, що не лише підвищить конкурентоспроможність конкретної продукції, а й забезпечить мінімізацію ризиків, що можуть виникнути при її виробництві та реалізації. За таких умов розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств є об'єктивною потребою для вітчизняних товаровиробників.

Метою даного дослідження є комплексне дослідження конкурентних засад розвитку інноваційної маркетингової діяльності в аграрній сфері в умовах трансформаційних змін ринкового середовища.

Вивчення наукових джерел [1-4] свідчить, про відсутність єдиної думки стосовно розвитку маркетингових концепцій, проте більшість вчених схиляється до сталої класифікації: виробнича, продуктова, збутова, маркетингова та концепція сталого розвитку. При цьому шляхом конкретизації об'єктів управління виявлено, що для аграрних підприємств проміжним етапом між останніми ланками є саме концепція інноваційного маркетингу. Ми пропонуємо розглядати інноваційний маркетинг як маркетинг відносин, що в процесі створення і поширення товарів або послуг підприємства, використовує вдосконаленні чи принципово нові інструменти, методи та форми з метою більш ефективного задоволення потреб усіх учасників товароруху.

На сьогоднішній день маркетингова діяльність більшості вітчизняних аграрних підприємств знаходиться на стадії зародження і

ще не набула повноцінного розвитку. Аграрні підприємства за стадіями організації господарської діяльності на основі концепцій маркетингу, в залежності від об'єкту управління, можна умовно поділити на чотири групи: 1) підприємства, які взагалі не здійснюють маркетингової діяльності; 2) підприємства, котрі в своїй діяльності впроваджують окремі елементи маркетингової діяльності; 3) підприємства, що застосовують окремі системи взаємопов'язаних елементів маркетингу; 4) підприємства, що повністю переорієнтовані на маркетинг, як основну філософію управління підприємством. Дослідження показують, що найбільшою за чисельністю є третя група, до якої належить переважна більшість підприємств і які в своїй діяльності зазвичай користуються трьома концепціями, що знаходяться на початковому етапі еволюції маркетингу: виробничою, продуктовою та збутовою [5].

Активізація розвитку маркетингової діяльності та перехід до більш прогресивних концепцій напряму залежить від ефективності реалізації маркетингових стратегій. Аналіз існуючих методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності дозволяє говорити про наявність двох основних груп. До першої слід відносити підходи, які ґрунтується на використанні експертних оцінок. Достовірність результатів такої оцінки базується на правильному підборі експертів, інтегральному поєднанні та групуванні критеріїв, достовірності первинної та вторинної інформації, яка буде використовуватися. Друга група включає в себе фінансові методи оцінки, зокрема показник рентабельності маркетингових відносин. Складність використання методів цієї групи полягає у відсутності чіткого обліку маркетингових витрат на підприємствах. Крім того проблематичним є визначення та включення до економічної оцінки витрат, які не були понесені в результаті здійснення маркетингової діяльності.

Наявність чітко визначених інструментів та важелів в поєднанні з сучасними методичними підходами забезпечує розробку гармонійної організаційно-економічної стратегії розвитку, яка базується на концепції інноваційного маркетингу. Розглядаючи розподіл пріоритетів інноваційного маркетингу в залежності від виду інновації встановлено, що розвиток комплексу інноваційного маркетингу передбачає реалізацію товарної та технологічної інновацій, що мають на меті впровадження нових продуктів і процесів, а також суттєві технологічні зміни в їх виробництві. Проте, повноцінне впровадження вказаних інновацій можливе тільки в умовах системної взаємодії з

іншими процесами. Визначальна роль належить ринковій інновації, яка реалізується шляхом проведення дослідження ринку та визначенням пріоритетних «ніш», які можуть бути зайняті. Впровадження інновацій в аграрне виробництво є комплексним та системним процесом, який має базуватися на врахуванні всіх складових інноваційного маркетингу.

Література.

1. Єранкін О. О. Трансформація маркетингу агропромислових формувань в умовах глобалізації : автореф. дис. на здобуття наук. Ступеня докт. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. О. Єранкін. – Київ, 2010. – 33 с.

2. Зайцев Ю. Організаційно-економічні засади побудови маркетингово-збутових систем аграрних підприємств на цільових продуктових ринках / Ю. Зайцев // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – №. 2. – С. 115-122.

3. Kotler P. et al. Marketing management. – EnglewoodCliffs, NJ : PrenticeHall, 2015. – Vol. 14.

4. Sheth J. N., Sisodia R. S. Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future. – Routledge, 2015.

5. Данько Ю. І. До питання здійснення маркетингової діяльності аграрними підприємствами / Ю. І. Данько // Вісник ХНТУСГ. Економічні науки. - 2007. - Вип. – Т. 56. – С. 88-93.

ІНТЕГРАЦІЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УЧАСНИКІВ ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВА ПОСТУПАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ

Панухник О.В., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки та фінансів,
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Ефективний пошук моделей нарощування, інтеграції фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин в контексті розгляду стійкого розвитку територій неможливий без вирішення питань методологічного плану, чіткого визначення початкових понять, загального опису станів, виявлення механізмів стабілізації та дестабілізації територіально-господарських систем.

Дослідження проблем економічного розвитку територій повинно базуватися на теорії управління, де спеціалізація, кооперація та інтеграція різних територіальних структур є важливими елементами

підвищення ефективності їх функціонування з урахуванням законів і категорій ринкової економіки, оскільки територіальна економічна інтеграція повинна супроводжуватися диверсифікацією основних видів діяльності територіальних комплексів в рамках ринкового попиту. У такому двоєдиному теоретичному трактуванні територіальна економічна інтеграція отримає найбільш відчутний соціально-економічний результат. При цьому, інтеграцію різних об'єктів і різних видів діяльності слід розглядати як об'єктивну категорію суспільного відтворення.

Як відомо, існує велика різноманітність форм інтеграції – від політичної, військової до економічної. Сучасні дослідники трактують таку інтеграцію як об'єднання економічних суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток зв'язків між ними. Такого типу інтеграція виявляється як в розширенні та поглибленні виробничо-технічних зв'язків, спільному використанні ресурсів, об'єднанні капіталів, так і в створенні один одному сприятливих умов економічної діяльності, знятті взаємних бар'єрів [1]. На нашу думку, в даному визначенні упущена основа економічної інтеграції – господарсько-фінансовий інтерес, взаємна вигода суб'єктів господарювання, якими, відповідно до теорії корпоративізму, є територіальні утворення в результаті їх інтеграції. Саме за допомогою інтеграції при певній економічній ситуації з'являється необхідність об'єднати зусилля для того, щоб вижити, уникнути банкрутства, розширити присутність на відповідних ринках або завоювати нові.

У даний час в Україні не створена дієва модель територіальної економічної інтеграції, яка відповідала б історичним, суспільним, культурним та інституційним особливостям держави, що, на наш погляд, є однією з причин непрофесійного здійснення процесів інтеграції, з використанням лише теоретичних підходів, що не враховують української специфіки, і, як наслідок, – є причиною великих суспільних втрат. У той же час, зі світового досвіду відомо, що немає якої-небудь кращої моделі інтеграції, придатної для імпорту в будь-яку країну, без врахування місцевих особливостей, що визначають специфіку державного устрою.

Для створення дієвих механізмів управління інтеграцією фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин необхідним, на наш погляд, є державне регулювання, що включає систему заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, направлених на досягнення намічених цілей, що здійснюються органами державного управління та місцевого самоврядування.

На нашу думку, в завдання державного регулювання процесів інтеграції фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин повинно входити:

– створення правової основи та здійснення контролю за дотриманням правових норм і законодавства, спрямованого на захист інтересів економічних суб'єктів в умовах формування і управління територіальною економічною інтеграцією;

– вдосконалення ринкового механізму й умов вільного здійснення інтеграції фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин на території України;

– забезпечення соціально-економічного розвитку України, її регіонів, окремих територіальних утворень і підвищення на цій основі добробуту населення та його платоспроможного попиту.

Зміст державного регулювання процесами інтеграції фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин визначається принципами, функціями та методами державного управління економікою, які повинні бути спрямовані на досягнення конкретних цілей, що розробляються державними органами влади в кожній країні з урахуванням специфічних особливостей на різних етапах розвитку економіки і соціальних потреб суспільства [2].

Таким чином, основний аргумент на підтримку інтеграції фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин – це використання переваг, які можуть бути досягнуті в результаті її застосування, а саме: нарощування якості товарів і послуг, позабюджетних доходів, більш повне задоволення попиту споживачів, підвищення ефективності використання кадрового та матеріального потенціалу інтегрованих територіальних комплексів і господарюючих суб'єктів, їх розширене відтворення за рахунок реінвестування позабюджетних доходів у основні фонди, оплату витрат на підвищення кваліфікації і перекваліфікацію кадрів, доплати за участь в комерційній діяльності та інше.

Література.

1. Євдокименко В.К. Особливості регіонального регулювання економічної інтеграції : монографія / В.К. Євдокименко, І.В. Яскал. – Чернівці : Прут, 2011. – 256 с.

2. Панухник О.В. Регулювання інтеграції населених пунктів в Україні на основі впровадження досвіду ЄС / О.В. Панухник // Збірник наукових праць «Актуальні проблеми міжнародних відносин» ІМВ КНУ ім. Тараса Шевченка. –Випуск 119 (частина ІІ). – Київ, 2014. – С. 41-47.

РЕСУРСНА ПОЛІТИКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Литвинов А.І., професор,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Концепція ресурсної політики не набула поки що широкого поширення в управлінні сільськогосподарськими підприємствами та в системі забезпечення їх конкурентоспроможності. Разом із тим, питання що відносяться до сфери ресурсної політики є для підприємства визначальними, незалежно від того, чи визнає дану концепцію його менеджмент. Це твердження засновується на тому, що від спроможності підприємства залучати необхідні для ведення своєї діяльності ресурси при прийнятному рівні витрат залежить його існування. При цьому, характерний для галузі високий рівень конкуренції між аграрними виробниками при реалізації власної продукції значно обмежує можливості підвищення цін на неї. Також цьому сприяє однорідний характер та стандартизація сільськогосподарської продукції. Її окремі види залишаються незмінними протягом сторіч. В таких умовах конкурентні переваги сільськогосподарського підприємства, його перспективи успішного функціонування в довгостроковій перспективі значною мірою визначаються рівнем витрат, понесених на виробництво. Рівень витрат, у свою чергу, визначається тим, наскільки ефективно сформовано ресурсну політику. А отже, повертаємось до того, що питання ресурсної політики для підприємства є ключовими.

Термін «ресурсна політика» набув широкого поширення у банківській сфері (про це, наприклад, у [1]). Разом із тим, в аграрному секторі більшого поширення набула інша категорія: «ресурсний потенціал». Вона використовується в контексті управління ним, його використання, ефективності тощо, про що, зокрема, зазначає В.І. Мацибора [2]. Не піддаючи сумніву обґрунтованість використання категорії «ресурсний потенціал», відзначимо, що в умовах повернення до природного, ринкового укладу економіки, підхід до ресурсів не лише як до потенціалу, але і як до політики вважається достатньо обґрунтованим.

Зазначене, серед іншого, ґрунтується на тому, що підхід до ресурсного потенціалу підприємства лише з точки зору його ефективного використання є обмеженим та не дозволяє забезпечити

використання ресурсів у найкращий спосіб в аспекті цілей, що стоять перед підприємством.

Разом із тим, концепція ресурсної політики дозволяє забезпечити це і узгодити питання ефективного залучення та використання ресурсів із цілями підприємства та обмеженнями, що накладаються відповідно до вимог збереження навколишнього середовища та соціально-економічного розвитку територій.

В силу своєї значущості питання ресурсного забезпечення аграрного сектору, ресурсного потенціалу та його використання посідають важливе місце в працях О.І. Гуторова [4], В.С. Шебанігіна [4], В.Й. Шияна [5], інших видатних економістів. Про проблеми формування фінансових ресурсів повідомляють С.М. Ксьондз та О.В. Сапригіна [6]. Концепція необхідності ефективного використання наявних ресурсів, що червоною ниткою проходить скрізь їх праці, є безсумнівною. Разом із тим, існує комплекс проблем, пов'язаних із достовірною оцінкою як самих ресурсів, так і ефективності їх використання.

Концепції ресурсної політики одержали більш широкого поширення у банківській сфері. Ці концепції також зазнали певного розвитку у сфері державного управління. Аналогічну ситуацію можна простежити також і у сфері фінансів. Спочатку вони виникають в контексті держави і, відповідно, державних фінансів. Але їх універсальний характер та широкі можливості застосування фінансових інструментів стали причиною розповсюдження фінансових підходів, їх масштабування до рівня галузей, підприємств та навіть домогосподарств.

Запропонована до використання в системі забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств концепція ресурсної політики передбачає неоднозначний характер і проблем, що стоять перед підприємством, і підходів до їх вирішення. Безпосередньо під ресурсною політикою пропонується розуміти сукупність передбачених дій по управлінню ресурсним потенціалом підприємства, спрямованих на досягнення встановлених перед ним цілей відповідно до конкретних умов функціонування підприємства. Тобто, своєрідне зведення правил або сценаріїв поведінки в тій чи інший ситуації. Особливо слід звернути увагу на той момент, що ресурсна політика хоча і може бути оформленою у вигляді окремого документу, проте вимагає постійного підлаштування, адаптації до змін умов функціонування підприємства, до мінливої ринкової ситуації, до можливих змін цілей підприємства,

У такий спосіб ресурсна політика виступає і як зведення правил, і як рекурсивний бізнес-процес. При цьому, в ієрархії бізнес-процесів підприємства процеси, спрямовані на реалізацію ресурсної політики виконують допоміжну або обслуговуючу роль.

Література.

1. Рудь І.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку ресурсної бази комерційних банків України / І.Ю. Рудь, О.С. Маташнюк // Інноваційна економіка, 2013. – № 1. – С. 228-230.

2. Мацибора В.І. Ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / В.І. Мацибора // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес, 2014. – № 200 (2). – С. 176-182.

3. Гуторов О.І. Оцінка земель і ресурсного потенціалу в сільському господарстві: теоретичні та практичні підходи / О.І. Гуторов, І.О. Шарко. – Харків : ХНАУ, 2012. – 254 с.

4. Шебанін В.С. Системне оновлення і розвиток матеріально-ресурсного потенціалу сільського господарства (організаційно-економічні аспекти) / В.С. Шебанін. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 276 с.

5. Шиян В.Й. Формування витрат і доходів на землях різної якості / Під ред. В.Й. Шияна. – Харків : ХДАУ ім. В.В. Докучаєва, 2000. – 122 с.

6. Ксьондз С.М. Проблеми формування фінансових ресурсів підприємств / С.М. Ксьондз, О.В. Сапригіна // Економіка і суспільство, 2017. – № 10. – С. 611-615.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Рижикова Н.І., д.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

На інвестиційному ринку велику роль відіграє фінансування, яке забезпечує перерозподіл коштів серед учасників для формування активів і отримання прибутку від їх використання.

Джерелами венчурного капіталу можуть бути:

– вільні фінансові ресурси пенсійних, благодійних фондів;
– державні структури;
– корпоративний венчурний капітал;
– приватні інвестори;

– інвестиційні компанії малого бізнесу;
– зарубіжні інвестори;
– банки;
– страхові компанії;
– прибуток венчурних фондів, що реінвестується в інноваційні проекти.

Розмір інвестицій різний – від 25 тис. дол. до кількох мільйонів доларів. На відміну від американських фондів, західноєвропейські вкладають свої кошти в зрілі фірми, які себе добре зарекомендували. Венчурні фонди Європи спрямовують свої інвестиції в такі галузі [1]:
– виробництво товарів народного споживання – 18,3 %;
– виробництво промислової продукції – 18,4 %;
– зв'язок, комп'ютерні технології, електроніка – 15,5 %;
– фінансові послуги – 6,3 %.

Ризиковий капітал надається найчастіше двом категоріям малих фірм – тим, які викуплені у власників (їх називають «бай-аут»), і новим фірмам, заснованим співробітниками відомих наукомістких корпорацій, націлених на реалізацію нових ідей і розробок («спін-оф»). Найважливішою ознакою, за якою класифікуються венчурні фірми, є вид спеціалізації (товарна, ресурсна, технологічна); ступінь охоплення стадій інноваційного циклу «дослідження – впровадження» тощо [2].

Малі венчурні фірми не випадково є головним об'єктом ризикового капіталу. Саме ці фірми дали путівку в життя таким винаходам, як електрографія, вакуумні лампи, кольоровий фотопапір, мікропроцесор, персональний комп'ютер. Статистика показує, що «батьками» більш як 60,0 % великих нововведень XX ст. є венчурні фірми. Сучасні венчурні фірми – це гнучкі і мобільні структури, що характеризуються надзвичайно високою активністю, зумовленою залученням висококваліфікованих, талановитих спеціалістів і створенням відповідних стимулів для винахідницької діяльності.

Успішне функціонування малого інноваційного бізнесу можливе тільки за сприятливої інноваційної політики держави. В США, наприклад, для малих інноваційних структур установлено систему різноманітних пільг. Поки що у більшості українських підприємств внутрішніх ресурсів для фінансування інноваційних проектів не вистачає і тому завжди йдеться про залучення коштів із зовнішніх джерел. Позичкові інвестиційні ресурси в сучасних умовах використовують для фінансування проектів з низьким рівнем ризику та чітко визначеними шляхами успішної реалізації проекту. Комерційні банки не зацікавлені у фінансуванні інноваційної діяльності, бо вона

потребує не коротко-, а довготермінового кредитування (більше одного року), а в сучасних умовах банки не мають наміру ризикувати. Крім того, ще й досі не існує досконалої системи відбору ефективних конкурентоспроможних інноваційних проектів, не вжито заходів щодо стимулювання участі банків в інноваційному процесі. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України в 1992 р. було створено Державний інноваційний фонд на виконання ст. 38 Закону України «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності», який наразі втратив чинність. На зміну йому було прийнято Закон «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 848-VIII від 26.11.2015 (на сьогоднішній день зупинена дія ч.4 ст. 38 щодо формування коштів Держіннфонду) [3].

Завданнями Держіннофонду було визначено – здійснювати інвестиційну, фінансову та матеріально-технічну підтримку заходів, спрямованих на впровадження науково-технічних розробок, новітніх технологій у виробництво, технічне його переоснащення, освоєння випуску імпортозамінної та конкурентоспроможної продукції. Джерелом формування Державного інноваційного фонду і галузевих інноваційних фондів були відрахування в розмірі 1,0 % від обсягу реалізації робіт (послуг) чи валового доходу підприємств. Фінансування інноваційних проектів здійснювалося за умов надання фірмами бізнес-планів інноваційних проектів та позитивних висновків державних експертиз, які являють собою комплексний фінансовий аналіз проектів. Інноваційні кредити надавались підприємству-заявнику у вигляді безвідсоткової цільової інноваційної позики терміном від півтора до п'яти років, інвестиційного вкладу або лізингу.

Згодом Держіннфонд був ліквідований та утворена Українська державна інноваційна компанія (далі – УДІК) як небанківська фінансово-кредитна установа Залучення коштів УДІК провадилось за рахунок вітчизняних та іноземних інвестицій, в тому числі кредитів (кредитних ліній), наданих Україні іноземними державами, міжнародними фінансовими організаціями та іноземними банками відповідно до міжнародних договорів України, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб, інших джерел, не заборонених законодавством.

Відповідно до Постанови КМУ від 05.05.2003 № 655 УДІК виступила засновником публічного акціонерного товариства «Український банк реконструкції та розвитку», зареєстрованого Національним банком України 19 березня 2004 року, 99,99 % частки в статутному капіталі якого належить державі в особі компанії [4].

У 2007 році УДІК було перейменовано в Державну інноваційну фінансово-кредитну установу (надалі – ДІФКУ) [5]. Відтак, ДІФКУ, згідно з покладеними на неї завданнями, повинна здійснювати функції з кредитування та фінансування науково-технічних і маркетингових досліджень, конструкторсько-технологічних та інших проектних робіт, науково-технічного пошуку, а також реалізацію інноваційних та інвестиційних проектів і програм, підтриманих Кабінетом Міністрів України. Відповідно, як учасник інститутів 296 спільного інвестування ДІФКУ частково бере на себе функції венчурної компанії, фінансуючи інноваційні проекти. Активи ДІФКУ формуються за рахунок коштів Держбюджету, що передбачаються для підтримки інноваційних та інвестиційних проектів. Нажаль створена ДІФКУ не виявила достатньої активності на ринку інноваційного інвестування.

Отже, основними чинниками, які обмежують розвиток венчурного бізнесу на Україні, є: дефіцит фінансових ресурсів, відсутність чіткої інноваційної політики держави, економічна нестабільність, відсутність економічної зацікавленості господарських суб'єктів у нових розробках, інноваціях, нестабільність фінансово-інвестиційних інститутів, відсутність конкуренції науково-технічної продукції на внутрішньому ринку.

Література.

1. Абрамов А.Е. Инвестиционные фонды: Доходность и риски, стратегии управления портфелем, объекты инвестирования / А.Е. Абрамов. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 416 с.

2. Крисанов Д. Інвестиційний фактор розвитку харчової промисловості України / Д. Крисанов // Економіка України. – 2007. – № 4. – С. 71-73.

3. Про наукову та науково-технічну діяльність» : Закон України № 848-VIII від 26.11.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19

4. Деякі питання розвитку інноваційної інфраструктури в Україні та напрями діяльності Української державної інноваційної компанії у 2003 році : постанова КМУ від 05.05.2003 № 655 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http:// www.zakon.rada.gov.ua.

5. Про внесення змін та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України : постанова КМУ від 08.08.2007 № 1007 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http:// www.zakon.rada.gov.ua.

РОЛЬ ВНУТРІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Бобловський О.Ю., к.ф.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В умовах фінансової та політичної нестабільності економіка України потребує значних інвестицій. Україна сьогодні переживає інвестиційну кризу, адже приплив іноземного капіталу в її економіку за світовими мірками дуже незначний і не відповідає потребам країни в інвестиціях [2, 4].

Необхідною умовою розвитку економіки є висока інвестиційна активність. Вона досягається за рахунок збільшення обсягів реалізованих інвестиційних ресурсів і найбільш ефективного їх використання в пріоритетних сферах матеріального виробництва та соціальної сфери. Інвестиції відіграють важливу роль, як на макро-, так і на мікро рівні. По суті, вони визначають майбутнє країни в цілому, окремого суб'єкта господарювання і є локомотивом у розвитку економіки [3].

Величезне значення для України мають не тільки іноземні, а й внутрішні інвестиції. В умовах зростаючої конкуренції і в зв'язку зі складним політичним і фінансовим становищем вітчизняних виробників питання пошуку джерел інвестицій виходить на перший план.

Внутрішні інвестиції залежать від кількості заощаджень, відкладених населенням на майбутнє, так як частина з них іде на задоволення потреб, а частина направляється на інвестиції. Те ж стосується прибутку компаній і держави, коли кошти, потупивши в бюджет, перевищують витрати. Таким чином, можна зробити висновок, що внутрішні джерела інвестицій, якщо розглядати країну в цілому залежать від кількості заощаджень населення, уряду і організацій [1].

Під інвестиціями розуміються сукупність витрат, що реалізуються у формі цілеспрямованого вкладення капіталу на певний термін в різні галузі та сфери економіки, в об'єкти підприємницької й інших видів діяльності для отримання прибутку (доходу) і досягнення як індивідуальних цілей інвесторів, так і позитивного соціального ефекту.

Економічна природа інвестицій полягає в опосередкуванні відносин, які виникають між учасниками інвестиційного процесу з

приводу формування і використання інвестиційних ресурсів з метою розширення і вдосконалення виробництва. Тому інвестиції як економічна категорія виконують ряд важливих функцій, без яких неможливий розвиток економіки. Вони зумовлюють зростання економіки, підвищують її виробничий потенціал.

На макрорівні інвестиції є основою для здійснення політики розширеного відтворення, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, структурної перебудови економіки та збалансованого розвитку всіх її галузей, створення необхідної сировинної бази промисловості, розвитку соціальної сфери, вирішення проблем обороноздатності країни та її безпеки, проблем безробіття, охорони навколишнього середовища тощо [5].

Виключно важливу роль відіграють інвестиції на мікрорівні. Вони необхідні для забезпечення нормального функціонування підприємства, стабільного фінансового стану і максимізації прибутку господарюючого суб'єкта. Без інвестицій неможливі забезпечення конкурентоспроможності товарів, що випускаються і послуг, що надаються, подолання наслідків морального та фізичного зносу основних фондів, придбання цінних паперів і вкладення коштів в активи інших підприємств, здійснення природоохоронних заходів тощо.

За регіональною ознакою виділяють внутрішні (вітчизняні) та зовнішні (закордонні) інвестиції. Внутрішні інвестиції здійснюються в об'єкти інвестування, що знаходяться всередині країни; зовнішні інвестиції – в об'єкти інвестування, що знаходяться за її межами. Сюди ж відноситься придбання різних фінансових інструментів: акцій закордонних компаній або облігацій інших держав.

Об'єктами інвестиційної діяльності є, перш за все, новостворювані і модернізовані виробничі і невиробничі основні фонди і оборотні кошти в усіх сферах національної економіки. Саме сюди спрямовується основна частина реальних капіталоутворюючих інвестицій. Слід підкреслити, що реальні інвестиції відіграють виняткову роль у вітчизняній економіці.

Зростання обсягу та ефективність використання реальних, капіталоутворюючих інвестицій, спрямованих на створення нових і модернізацію діючих основних фондів, на якісне поліпшення оборотних коштів, збільшують виробничу потужність економіки і є матеріальною основою досягнення більш високого рівня економічного зростання.

Інвестиції в новітні технології дозволяють також зберегти конкурентні переваги, як окремого господарюючого суб'єкта, так і національної економіки в цілому. Іншими об'єктами інвестиційної діяльності для власників засобів є цінні папери, цільові грошові вклади. Однак ці об'єкти вкладення коштів є підпорядкованими по відношенню до вкладень в створення нових або модернізацію діючих основних фондів.

Об'єктами інвестиційної діяльності є також готова науково-технічна продукція та її розробка, майнові права та права володіння земельними ділянками, угіддями, права на промислову інтелектуальну власність, торгові марки і сертифікати тощо.

Інвестиції в науково-технічні розробки і науково-технічну продукцію тісно пов'язані з інвестиціями в створення нових і модернізацію діючих основних фондів. Вони відображають стан і перспективи інноваційної діяльності, якісного оновлення матеріальної основи національної економіки – основних фондів.

Суб'єктами інвестиційної діяльності є всі учасники реалізації інвестиційних проектів: інвестори, замовники, виконавці робіт, користувачі об'єктів інвестиційної діяльності, постачальники, банківські, страхові та посередницькі організації, біржі та ін.

Інвестори – суб'єкти інвестиційної діяльності, здійснюють вкладення власних, позикових і залучених коштів у формі інвестицій та забезпечують їх цільове використання.

Внутрішніми інвесторами можуть бути:

– Уряд України в особі органів, уповноважених управляти державним майном або наділених майновими правами;

– органи місцевого самоврядування, уповноважені в законодавчому порядку;

– вітчизняні підприємства, а також підприємницькі об'єднання, організації та інші юридичні особи, наділені їх статутами необхідними в тому правами;

– спільні підприємства, організації та інші юридичні особи.

Інвестори виступають, перш за все, в ролі прямих вкладників фінансових коштів і інших капіталів і, відповідно до цього, – в ролі покупців і користувачів продукції інвестування (побудованих заводів, фабрик, транспортних споруд, ліній і об'єктів зв'язку та ін.). Інвестори – це інвестиційні фонди, компанії; вони вкладають кошти в акції новостворених підприємств (виробництв) або існуючих, які здійснюють на кошти від продажу акцій модернізацію або диверсифікацію свого виробництва; інвесторами є фізичні та

юридичні особи, які вкладають свої кошти в придбання акцій і інших цінних паперів підприємств і організацій, а також випускаються державою, територіальними органами влади.

Щоб реалізувати різні інвестиційні проекти, необхідні розробка техніко-економічних обґрунтувань, проведення інженерних досліджень, розробка проектної документації на будівництво та зведення будівель і споруд, проведення робіт з реконструкції, укладення договорів з підрядними будівельно-монтажними організаціями на здійснення будівельно-монтажних, пусконалагоджувальних робіт тощо. Ці функції замовника інвестори можуть здійснити або самі через свої відповідні служби, або уповноважують на це посередницькі юридичні або фізичні особи. Для цього зазначені особи наділяються з боку інвестора необхідними правами розпорядження інвестиціями в рамках, визначених інвестором [6].

Інвестиції підприємства можуть охоплювати як повний науково-технічний цикл створення товару, так і його елементи (стадії): наукові дослідження, проектно-конструкторські роботи, реконструкцію та розширення діючого виробництва, створення нового виробництва, організацію реалізації товару тощо.

Одна з найважливіших проблем в інвестиційній діяльності – організація її фінансування. Формування інвестиційних ресурсів є основною умовою здійснення інвестиційного процесу.

Джерела фінансування інвестицій – це кошти, які можуть бути використані як інвестиційні ресурси. Від підбору джерел фінансування залежить не тільки життєздатність інвестиційної діяльності, а й розподіл кінцевих доходів від неї, ефективність використання авансованого капіталу, фінансова стійкість підприємства, що здійснює інвестиції. Склад і структура джерел фінансування інвестицій залежать від діючого в суспільстві механізму господарювання.

Внутрішнє інвестування – це комплекс заходів, спрямованих на залучення власних заощаджень фізичних і юридичних осіб, які проживають або здійснюють підприємницьку діяльність на території України. Рівень його є основним показником інвестиційної привабливості країни для іноземних інвесторів.

До власних коштів підприємств та організацій, які здійснюють інвестиційні проекти, відносяться:

– амортизаційні відрахування на існуючі фонди (на їх реновацію);

– прибуток від виробничо-господарської діяльності, що спрямовується на виробничий розвиток;

– суми, отримані від страхових компаній у вигляді відшкодування збитків за понесені збитки в результаті стихійних лих і нещасних випадків;

– кошти від продажу непотрібних основних засобів і їх надлишків, іммобілізація надлишків оборотних коштів;

– кошти від реалізації нематеріальних активів (державних цінних паперів інших підприємств, патентів тощо.).

До власних джерел інвестування підприємств і організацій відносяться також кошти, що залучаються з різних джерел. До залучених коштів фінансування інвестиційних проектів відносяться:

– кошти, виручені в результаті випуску і продажу інвестором акцій та інших цінних паперів;

– кошти інших підприємств і організацій, залучених до участі в інвестиційному проекті на правах компаньйонів і на відповідних умовах участі в розподілі дивідендів;

– кошти, що виділяються холдинговими та акціонерними компаніями, промислово-фінансовими групами на безоплатній основі;

– державні субсидії, різного роду грошові внески і пожертвування з регіональних і місцевих бюджетів, фондів підтримки підприємництва та ін., які надаються на безоплатній основі.

Необхідно зауважити, що Україна є країною, інвестиції в якій можуть принести величезний прибуток, але існує також великий ризик втрати коштів інвестора. Має місце велика кількість факторів, що негативно грають на залучення інвестицій в економіку України, які помітно знижують інвестиційну привабливість нашої країни. Основні завдання уряду на сьогоднішній день - це поліпшення інвестиційного клімату, шляхом зміни законодавства щодо захисту прав та інтересів інвесторів. Слід зазначити, що це не єдина, але найбільш вагома, проблема залучення інвестицій в українську економіку.

Література.

1. Вовченко О.Л. Інвестиції: економічна сутність та форми / О.Л. Вовченко // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 6. – С. 18-23.

2. Лащенко О.Ю. Внутрішнє інвестування, як метод подолання економічної кризи в Україні / О.Ю. Лащенко, М.М. Недужа // Вісник НАУ. – 2011. – № 137. – С. 38-44.

3. Лушкин В.А. Роль инвестиций в развитии экономики региона / В.А. Лукшин // Вісник Харківського національного університету. Серія : економічна. – 2002. – № 565. – С. 11-17.

4. Тульчинский Г.Л. Кризис как потенциал и ресурс / Г.Л. Тульчинский // Философские науки. – 2009. – № 2. – С. 68-73.

5. Чорна М.В. Формування ефективної інвестиційної політики підприємства: Монографія / М.В. Чорна, С.В. Глухова. – Харків : ФОП Шейніна О.В., 2010. – 210 с.

6. Штанько Л.О. Процес планування ефективної інвестиційної стратегії підприємства / Л.О. Штанько // Проблеми системного підходу в економіці : зб. наук. праць. – Київ, 2009. – С. 65-67.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В ІНТЕГРОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

Вардіашвілі А.В.,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

Ефективність функціонування внутрішнього ринку слід розглядати через призму конкурентоспроможності його головних учасників – товаровиробників [2-3]. Аналіз існуючих теоретичних напрацювань щодо сутності конкурентоспроможності дозволив виявити відсутність єдності поглядів на цю категорію. Тому, доцільним стало обґрунтування визначення, яке в найбільшій мірі відповідає контексту виконаного дослідження. Так, під конкурентоспроможністю аграрних підприємств слід розуміти здатність до повномірної мобілізації економічного потенціалу підприємства, як суб'єкта економічних відносин, з одночасним створенням товарних, цінових, маркетингових та логістичних конкурентних переваг, що дозволяє пропозиціям підприємства бути більш привабливими для споживачів, постачальників та інвесторів у порівнянні з основними конкурентами, наслідком чого є збереження чи збільшення ринкової частки, підвищення економічної ефективності та вартості бізнесу [4]. При цьому рівень конкурентоспроможності підприємства можливо інформативно та релевантно оцінювати та розглядати лише в динаміці, адже неконкурентоспроможне підприємство чи продукція за певних умов зовнішнього середовища може стати конкурентоспроможним при зміні цих умов і навпаки.

Таким чином, в контексті імплементації парадигми сталого розвитку суб'єктів економічних відносин в менеджменті основної діяльності інтегрованих підприємств доцільно вести мову не стільки про динаміку рівнів конкурентоспроможності та ефективності, скільки про визначення напряму організаційних, виробничо-технологічних та

комерційних змін, спрямованих на довготривале підтримання та підвищення зазначених рівнів.

На нашу думку, саме стратегічне управління є основним можливим інструментом забезпечення належного рівня ефективності, а від вдалого застосування механізму генерування та імплементації стратегій залежить, власне, конкурентоспроможний розвиток підприємств. Стратегію слід не лише виокремлювати як інтегровану модель дій чи перспективний деталізований проект, а застосовувати в якості інструменту довгострокової конкретизації напряму розвитку підприємства, який стосується всіх сфер та засобів його виробничо-комерційної діяльності, систем внутрішніх й зовнішніх зв'язків, а також можливостей посилення конкурентних позицій підприємства на обраному об'єктовому ринку. При чому одним з основних напрямів забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств є формування та практичне використання в реальній діяльності саме маркетингу, який задовольняє забезпечення результативності в площині товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик господарюючих суб'єктів, тим самим поєднує визначені сфери виробничо-комерційної діяльності суб'єктів агробізнесу [2-3].

Існуючий рівень можливостей формування маркетингової діяльності, наприклад, в аграрному виробництві є слабким, при чому розглянуті лише базові «4P», а не всі можливі наукові результати розвитку теорії маркетингу. Запропоновано запровадження маркетингової діяльності в аграрному виробництві через формування нових моделей, які базуватимуться на первинних принципах теорії маркетингу. При чому інструментарій має бути обраний не з урахуванням теоретичної бази, а через відповідність всіх складових, елементів та компонентів до реальної практики агробізнесу.

Концепція запровадження маркетингу має базуватись на розумінні маркетингу, як різновиду системи управління виробничо-збутовою діяльністю суб'єкта бізнесу, в основу якого покладено використання базових інструментів маркетингу (товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик) як єдиного комплексу [4].

На основі дослідження теоретичних положень щодо формування маркетингових моделей розвитку та існуючого стратегічного управління в системі менеджменту інтегрованих підприємств запропоновано використання системи B2B, обґрунтовано оновлений зміст маркетингового інструментарію в розрізі товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик, а також доведено необхідність та можливості запровадження маркетингу в реальну

практику суб'єктів бізнесу. Слід відзначити, що такі заходи спрямовані на малі й середні підприємства (класифіковані за розмірами) [4]. На нашу думку, навіть базовий рівень дозволить товаровиробникам прийти до розуміння сутності маркетингової діяльності, а також до необхідності її залучення в свою систему управління підприємством, що забезпечуватиме конкурентоспроможний розвиток як на коротко-, так і на довгострокову перспективу.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : [монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Грідін О.В. Механізм управління операційним прибутком / О.В. Грідін // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». – 2008. – Випуск 7/1, (29). – С. 100-105.

3. Іващенко О.В. Формування прибутку у сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.

4. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Гончарова М.И., студентка*,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

В международной статистике существует несколько вариантов апробированных методик расчета распределения населения по уровню доходов, в основе которых лежат предпосылки о логарифмически нормальном распределении доходов. Показатели дифференциации доходов рассчитываются на основе рядов распределения домашних хозяйств: по величине общего дохода и по величине дохода, приходящегося на одного члена домашнего хозяйства (на душу), а также рядов распределения обследованных членов рядов домашних хозяйств по величине среднедушевого дохода.

* *Научный руководитель – Сырокваш Н.А., ст. преподаватель*

Масштаб разбиения населения на группы может быть различным. Ранжирование по доходам домохозяйства на 10 групп, каждая из которых содержит 10 % численности домохозяйств, называется децильной. Квинтильные группы содержат 20 % домохозяйств, квартильные – 25 %. Часто для оценки дифференциации доходов применяется коэффициент фондов (коэффициент дифференциации доходов), указывающий на соотношение суммарных значений доходов, приходящихся на 10 % наиболее и 10 % наименее обеспеченных групп населения. Децильный (квинтильный, квартильный) коэффициент распределения доходов – отношение доходов 10% самого богатого к 10% самого бедного населения (соответственно, для квинтильного и квартильного коэффициентов – соотношение доходов крайних квинтильных и квартильных групп) [1].

Также важными характеристиками являются медианный и модальный доход. Если величины медианного и модального дохода ниже среднего уровня, то это означает, что преобладающая часть совокупности домашних хозяйств или обследованных лиц имеют доходы ниже их среднего значения, и наоборот.

Неравенство в распределении доходов характеризует коэффициент Лоренца (K_L). Значения коэффициента Лоренца: $K_L=0$ в случае полного равенства в распределении доходов и $K_L=1$ – при полном неравенстве [2].

Коэффициенты Лоренца и Джини находятся в интервале от 0 до 1. Чем они ближе к 1, тем выше уровень неравенства групп населения в распределении доходов.

В современном мире наименьшая дифференциация доходов отличает Сейшельские Острова и Швецию, где коэффициент Джини составляет 0,19 и 0,25 соответственно. На другом «полюсе» находятся Коморские Острова с коэффициентом Джини 0,643. Для Республики Беларусь данный показатель равен 0,272.

– коэффициент Герфиндаля (H), рассчитываемый на основе данных о доле суммарных значений признаков отдельных групп (выраженных, как правило, абсолютными величинами) в совокупном объеме значений признака:

$$H = \sum_{i=1}^{m} d_{xj}^2$$

где d_{xj} – доли фирм на рынке (%), определяется отношением объема поставок фирмы к объему всего рынка.

Основное достоинство коэффициента Герфиндаля – его высокая чувствительность к изменению в совокупном объеме долей наиболее крупных единиц совокупности, что позволяет отслеживать концентрацию значений признака. Другое достоинство – он реагирует на число единиц в группе, однако ее наибольшим значениям придается наибольший вес, что может привести к преувеличению уровня концентрации. Поэтому целесообразно наряду с коэффициентом Герфиндаля применять коэффициент Розенблюта, который также характеризует концентрацию, но расставляет акценты в обратном порядке: наибольший вес придается группам с наименьшими долями [3].

$$HT = \frac{1}{2\sum_{i=1}^{n} R_i * S_i - 1}$$

где R_i – ранг i-го предприятия на рынке (по убывающей, самое крупное предприятие имеет ранг 1); S_i – доля продаж i-го предприятия на рынке.

Диапазон значений коэффициента Розенблюта $0 \leq K_R \leq 1$ при $n=1$ и $d_1=1$, $K_R=1$. В целом коэффициент Розенблюта имеет тенденцию уменьшать концентрацию в совокупности [4].

Статистические характеристики рядов распределения позволяют установить степень неравенства в распределении доходов между отдельными совокупностями домашних хозяйств и населения, отслеживать динамику дифференциации доходов во времени.

В дополнение к анализу уровня структуры и динамики показателей доходов оцениваются масштабы различий между отдельными группами населения по уровню дохода. Актуальность данного направления анализа обусловлена тем, что в случае превышения допустимой величины дифференциации населения по уровню доходов возникают угрозы национальной безопасности страны. Это выражается в рисках высокого уровня социальной напряженности, деформации системы экономических отношений и снижения престижа страны в международном обществе.

Литература.

1. Лещиловский П.В. Экономика предприятий агропромышленного комплекса / П.В. Лещиловский. – Минск : УМЦ Минсельхозпрода, 2011. – 487 с.

2. Статистика в АПК: учебное пособие / В.А. Цыганов [и др.]. – Минск: БГАТУ, 2014. – 392 с.

3. Статистический анализ данных в системе R. Учебное пособие / [А.Г. Буховец, П.В. Москалев, В.П. Богатова, Т.Я. Бирючинская]; под ред. проф. А.Г. Буховца. – Воронеж : ВГАУ, 2010. – 124 с.

4. Шорохова И.С. Статистические методы анализа : [учеб. пособие] / И.С. Шорохова, Н.В. Кисляк, О.С. Мариев; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 300 с.

ФАКТОРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Заїка С.О., к.е.н., доцент, Півень А.В., асистент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В сучасних умовах господарювання для здійснення ефективної діяльності підприємства особливо актуальною є проблема мобілізації та ефективного використання інвестицій. Інвестиційна активність є складовою частиною ділової активності господарюючих суб'єктів, що включає також виробничу, інноваційну, ринкову, маркетингову та іншу активність. Формування інвестиційної привабливості, опрацювання чіткої стратегії інвестування, визначення її пріоритетних напрямків, мобілізація всіх джерел інвестицій є найважливішою умовою сталого та якісного розвитку підприємств, в тому числі і аграрних.

Нині особливо актуальними є питання залучення і ефективного використання інвестицій в аграрному секторі національної економіки, адже недостатнє інвестування в дану галузь спричиняє збільшення кількості фізично зношених та морально застарілих машин і устаткування, нездатність підприємств забезпечити ефективне функціонування і збалансованість розвитку, що в свою чергу, не дозволяє виробляти конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію, обмежує ділову активність і рентабельність підприємств [3]. Отже, визначення факторів, що дозволяють підвищити ефективність управління інвестиційною привабливістю і тим самим мобілізувати різні джерела інвестицій та управляти інвестиційним процесом в сільськогосподарських підприємствах, орієнтованих на економічне зростання та інноваційний розвиток та підвищення конкурентоспроможності , є актуальним завданням.

Значна частина аграрних підприємств вирішує питання, пов'язані з інвестиційною привабливістю за допомогою інструментів управління інвестиційною привабливістю, які найбільш підходять необхідному

типу інвестора. З урахуванням факторів інвестиційної привабливості, що оцінюються інвесторами, підходи до даного процесу можуть бути: стратегічний, інноваційний або фінансовий [1-4].

В основі зазначених підходів лежить обмежений набір факторів інвестиційної привабливості і розрахунок на залучення незначного кола зовнішніх інвесторів, що не дозволяє більш повно характеризувати інвестиційну привабливість підприємства, і навіть може викривляти її, та відповідно зменшує кількість можливих зовнішніх інвесторів підприємства. Наприклад, фінансові показники діяльності підприємства характеризують тільки його поточний фінансовий стан і не можуть давати довгострокових прогнозів на майбутнє. Аналіз даних показників при оцінці інвестиційної привабливості доцільно доповнювати іншими факторами інвестиційної привабливості (наприклад, якісного характеру), такими як стратегія розвитку підприємства, наявність якісного менеджменту на підприємстві. Крім ефективної фінансово-господарської діяльності інвестиційна привабливість визначається рівнем конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Представлені підходи не вирішують проблеми вітчизняних аграрних підприємств, не враховують їх низьку інвестиційну привабливість. Тому важливо поліпшити процес управління інвестиційною привабливістю за допомогою пріоритетних для зовнішніх інвесторів факторів, для того, щоб в першу чергу вирішити проблеми, пов'язані з формуванням конкурентоспроможності.

Аналіз проблем управління інвестиційною діяльністю та інвестиційною привабливістю дозволяє визначити основні фактори, які сприяють вирішенню проблеми формування конкурентоспроможності аграрних підприємств:

– розробка і впровадження в аграрних підприємствах системи стратегічного планування діяльності;

– наявність в підприємстві стратегії забезпечення конкурентоспроможності;

– постійне і системне використання маркетингу в господарській діяльності аграрних підприємств, облік маркетингових інструментів при здійсненні управління інвестиційною привабливістю підприємства;

– інформаційна закритість аграрних підприємств і відсутність системи управління відносинами, що виникають між підприємством і інвесторами;

– наявність сильного корпоративного управління, розуміння принципів і використання переваг, властивих ефективному корпоративному управлінню [2-5].

Особливістю аграрного сектору є інвестування в умовах значного зменшення фінансових можливостей інвесторів, що спричинено розповсюдженням світової кризи на фінансовий і реальний сектори національної економіки. Отже, кожному підприємству необхідно розробити комплекс заходів, які забезпечать зростання інвестицій за рахунок як внутрішніх, так і зовнішніх джерел. Адже інвестиції в аграрний сектор економіки сприяють не тільки розвитку окремих аграрних підприємств, а національної економіки в цілому.

Література.

1. Борсук О.М. Чинники формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств / О.М. Борсук // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 78-84.

2. Жарун О.В. Фактори активізації інвестиційного клімату в АПК / О.В. Жарун // Матеріали всеукр. наук. конф. молодих учених – Умань: УДАУ, 2008. – С. 59-61.

3. Ільїн В. Ю. Вплив інновацій на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізації / В. Ю. Ільїн // Часопис економічних реформ. Наук.-виробн. журн. – 2015. – №1(17). – С. 84-88.

4. Носова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства / О.В. Носова // Стратегічні пріоритети. – № 1 (2). – 2007. – С. 120-126.

5. Стецюк П.А. Концептуальні основи формування системи управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств / П.А. Стецюк// Вісник сумського національного аграрного університету. – № 1 (24). – 2008. – С. 11-19.

АГРОПРОМИСЛОВА ІНТЕГРАЦІЯ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Крутько М.А., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Для ринкового середовища характерним є коливання як в політичній так і фінансово-економічній сферах в усьому світі. В дослідженні будь-кого економічного явища важливим етапом залишається досконале вивчення та генезис історії розвитку та стану дослідження даного питання. Одним із найважливіших напрямків як світового так і українського виробництва залишається

агропромисловий комплекс. Досить значна частина праць видатних вчених присвячена саме питанням нарощення продовольчої спроможності аграрної сфери для забезпечення світових продовольчих потреб. На сьогоднішній день можна спостерігати прагнення підприємств агропромислового комплексу до пошуку нових та стабільних джерел фінансування, нарощення обсягів та потоків грошових коштів та матеріальних ресурсів в виробничі потужності господарства на взаємовигідних умовах шляхом інтеграції виробництва та об'єднання капіталів.

Підтвердженням актуальності досліджень інтеграційних тенденцій в економіці є значні обсяги глобальних (4,7 трлн дол. США) і національних (14,5 млрд. дол. США або 5,5 % від ВВП) угод щодо злиттів та поглинань компаній (M&A), активності обсягів торгів Першої фондової торговельної системи (27,6 млрд. грн, щорічний темп зростання – 1,9 рази) та участі вітчизняних інтеграційних структур у первинному розміщенні акцій (3,1 млрд. дол. США за 2010 р.) [1]. Частка інтегрованих суб'єктів господарської діяльності в економіці України становить близько 75 % у загальному обсязі виробництва продукції та надання послуг [2].

Аналіз показав, що агропромислова інтеграція в зарубіжних країнах здійснюється переважно в наступних формах [3].

1. Контрактна система відносин між сільськогосподарськими товаровиробниками, переробними, збутовими та іншими організаціями.

2. Агропромислові формування, створені шляхом об'єднання капіталів і праці юридичних та фізичних осіб (корпорації, кооперативи і т. д.).

3 Комбінати, в яких представлений увесь технологічний цикл – від виробництва сільгосппродукції, її переробки і до реалізації кінцевому споживачу.

4. Об'єднання, створювані на основі договорів між учасниками й очолювані фірмою інтегратором, яка здійснює зв'язки з іншими учасниками об'єднання на контрактній основі або шляхом участі у формуванні їх власності.

5. Холдингові компанії. Значного поширення в США набула контрактна форма агропромислової інтеграції, базою якої є зв'язок фермерів з іншими суб'єктами АПК на основі виробничих та збутових контрактів. Відмінність між ними полягає в тому, що збутові контракти стосуються винятково умов реалізації продукції, з обумовленням її якості, ціни та умов доставки. Виробничі контракти регламентують

умови виробництва до його початку та жорстко прописують коло обов'язків учасників. Гарантований ринок збуту продукції для фермера та стабільне забезпечення сировиною потрібної якості для контрактора – це основні переваги контрактації для її учасників [4].

Для більш детального дослідження питань агропромислової інтеграції кооперативного типу, яка набула широкого розвитку у світовій практиці. Можна виділити два різновиди такої інтеграції: західноєвропейська та північноамериканська.

У США і Канаді пішли шляхом створення гігантських багатопрофільних кооперативів, які довгий час успішно розвивалися в умовах жорсткої конкуренції як на Американському континенті, так і за його межами. Так, за повідомленням В. О. Цимбала, Саскачеванський пшеничний кооператив «Saskatchewan Wheat Poul» був найбільшим пшеничним кооперативом, мав 450 зернових елеваторів. До нього було приєднано кооператив тваринників, введено в дію олійний комбінат, борошномельний комплекс. Ним створювалися спільні підприємства з виробництва добрив, переробки олійних культур та у сфері міжнародного маркетингу зерна, викуповувалися пакети акцій збанкрутілих компаній. Кооператив вкладав свої капітали у виробництво спирту, солоду, пива, в борошномельну і хлібопекарську промисловість [5]. Такі позитивні тенденції дають підстави для схвалення та дослідження системи їх функціонування.

Стабільний розвиток агропромислової інтеграції в цих умовах можливий за умов досягнення основних завдань у проведенні аграрних перетворень з застосування останніх наукових, практичних, управлінських надбань та міжнародного і досвіду України попередніх періодів для уникнення помилок при проведенні сучасних економічних змін та перетворень в агропромисловому виробництві.

Література.

1. United Nations Conference on Trade and Development. Information Economy Report 2009. The development perspective [Electronic resource]. – Access mode : http://www.unctad.org.

2. Лук'яненко Л.Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія [Електронний ресурс] / Л.Г. Лук'яненко. – Режим доступу : http://ecolib.com.ua/book.php?book=20.

3. Кобець Є.А. Економічна сутність інтеграції в аграрному виробництві / Є.А. Кобець // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2007. – № 1. – С. 146-149.

4. Моренова Н.Ю. Міжнародний кооперативний рух у глобалізованій економіці / Н.Ю. Моренова. – Режим доступу: http://mev.lac. lviv.ua/downloads/vyklad/fedor/sta t/6.pdf.

5. Світовий досвід розвитку агропромислової інтеграції кооперативного типу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/75558/agropromislovist/svitoviy_dosvid_rozvitku_agropromislovoyi_integratsiyi_kooperativnogo_tipu.

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ: БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

КУКУРУДЗЯК Л.В., ВИКЛАДАЧ,
ВІННИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Зовнішнє середовище підприємства є досить складним, вимогливим і непередбачуваним. Основними чинниками, що характеризують сучасне середовище виступає високий динамізм, зростанням розмірів інформації та джерел її отримання, значна кількість невизначеностей, що вимагає перенесення акцентів із матеріальної складової бізнесу на нематеріальну.

Теоретико-прикладним аспектам походження нематеріальних активів приділяється багато уваги філософами, соціологами, юристами, економістами, але з точки зору менеджменту воно потребує дальшого дослідження. Різні сфери науки по різному підходять до розуміння нематеріальних активів. В юриспруденції – інтелектуальна власність, економіці – інтелектуальні ресурси, бухгалтерському обліку – нематеріальні активи, менеджменті – нематеріальний капітал, який може створювати додану вартість.

Репіна І.М. [3, с. 159-161] визначає наступні завдання управління нематеріальними активами підприємства : стратегічний рівень через формування необхідного обсягу нематеріальних активів, оптимізацію сформованого портфеля, досягнення високої капіталізації, забезпечення своєчасного реінвестування капіталу в найбільш прибуткові нематеріальні активи та операції з ними; оперативний рівень – ідентифікація та інвентаризація, правова експертиза, оцінка вартості, постановка на баланс і комерціалізація.

Стояненко І.В. [5, с. 5-7] відмічає наступні етапи в управлінні: формування бази нематеріальних активів, аналіз ефективності використання, визначення цілей управління, планування результатів управління нематеріальними активами, організація бізнес-процесів орієнтованих на використання нематеріальностей.

З точки зору менеджменту нематеріальні активи необхідно класифікувати на людський капітал, інформаційний та організаційний капітал.

Людський капітал включає вміння, знання, талант людей. Інформаційний капітал включає інформаційні системи, бази даних, мережі і технології. Організаційний капітал включає культуру, лідерство, відповідальність персоналу, вміння працювати в команді, управління знаннями.

В бухгалтерському обліку перераховані складові не відносяться до нематеріальних активів, так як не можна провести оцінку в грошовому вираженні вмінь, навичок, вміння працювати в команді. З точки зору менеджменту нематеріальні активи мають цінність якщо вони відповідають стратегічним цілям бізнес-структур.

Гороховець Ю.А. [1, с. 3-7] звертає увагу на проблеми в обліковій практиці щодо вартісно-орієнтованого управління інформаційного забезпечення про нематеріальні активи та наводить два шляхи вирішення цієї проблеми. На увагу заслуговує формування звітів є доповненням до традиційної бухгалтерської звітності, інформація в них формується нефінансовими показниками.

Найбільш поширеними моделями управління сьогодні виступають: модель управління на основі системи збалансованих показників, «Скандія Навігатор», модель управління за циклом аудиту знань, «MERITUM», моніторингова модель управління, німецька модель, датська модель, призма результативності [4, с. 128-130]. Всі вони характеризуються значною кількістю показників, але, в наш час, що має високий рівень динамізму і невизначеності велику роль відіграє якісна складова інформаційного забезпечення для розробки управлінських рішень щодо нематеріальних активів. Тому управління нематеріальними активами на основі об'єктно-орієнтованого підходу [2] з використанням інтелектуальних систем орієнтованих на високий динамізм і реальний масштаб часу мають поєднувати в собі точні моделі і методи пошуку рішень, що базуються на логічно-лінгвістичних судженнях, знаннях експертів, накопиченому досвіді. Система має відповідати вимогам: забезпечувати своєчасний аналіз і обробку різнорідної інформації: числової, графічної, лінгвістичної, неточної, суперечливої; моделювати знання на основі людської логіки; забезпечувала облік суб'єктивних думок управлінських осіб; забезпечувала можливість дослідження ризикових ситуацій у сучасних реаліях часу та спроможна накопичувати знання, досвід.

В результаті дослідження можна узагальнити, що система управління нематеріальними активами має базуватись як на точних моделях, так і моделях з нечіткою логікою. Використання об'єктно-орієнтованого підходу дасть можливість оперативно управляти життєвим циклом кожного об'єкту нематеріальних активів в розрізі стратегічного розвитку бізнес структури та непередбачуваності зовнішнього середовища.

Література.

1. Гороховець Ю.А. Підходи щодо удосконалення обліку нематеріальних активів потребам вартісно-орієнтованого управління / Ю.А. Гороховець // Вісник Житомирського державного технологічного університету: Економічні науки. – Житомир: – 2017. – № 2 (80). – С. 3-7. – Режим доступу: https://doi.org/10.26642/jen-2017-2(80)-3-7

2. Ларман Крег. Применение UML и шаблонов проектирования / Крег Ларман; пер. с англ. – [2-е издание]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

3. Репріна І.М. Активи підприємства: таксономія, діагностика та управління: монографія / І.М. Репіна. – К. : КНЕУ, 2012. – 274 с.

4. Репіна І.М. Варіації моделей управління активами підприємств та їх оцінювання / І.М. Репіна // Управління розвитком. – 2015. – № 3. – С. 126-130. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2015_3_22.

5. Стояненко І.В. Управління нематеріальними активами підприємства: сучасні реалії та перспективи розвитку / І.В. Стояненко. // Ефективна економіка. – 2013. – № 7. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_7_43.

INNOVATIVE ACTIVITY AS BASIS OF STABILITY OF FUNCTIONING OF ENTERPRISE

KUSKOVA S.V., C.E.S., DOCENT,
KHARKOV PETRO VASYLENKO STATE
TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE

Innovation activity as the basis of the stability of the operation of the company is aimed at increasing the competitiveness of manufactured products by improving its quality, service, etc. In this regard, the implementation of innovation requires a systematic approach and complexity in the development of the enterprise.

The effectiveness of innovation activity is determined by the following kinds of potential of the enterprise, such as:

– intellectual;

– financial;

– property.

Innovations can be interpreted as:

– a high-tech object, which is the result of research and experimental-constructive activity;

– a set of technical, industrial and commercial measures lead to the emergence of new processes, products, technologies;

– materialized result obtained from investing in new technology, technology, new forms of organization of production [1-4].

Functions that make innovations can be divided into:

– basic – reproductive, investment and stimulating;

– additional – analytical, reflective, communication, informational [6].

The course of the innovation process involves the transformation of existing resources into products based on the application of new methods. There are new products – innovations; is the process of innovation development of the enterprise.

Management of innovative development of the enterprise is a systematic management of innovative activity, innovative potential [5].

The subject of management of innovative development - a team of specialist managers, which organizes the purposeful effective functioning of the object of management.

Object of management – innovation, innovation process and economic relations that arise between participants of the market of innovations.

The management of the innovative development of the enterprise is related to the need to overcome resistance to changes, with a high risk, both with the duration of the expectation of the effect, and the effectiveness of innovation initiatives.

Thus, management of innovative development is an independent form of management activity.

Innovation is the result, a set of specific events, a science-intensive object, the process of creating new products, services, technologies [7].

Innovation development should be seen as an activity for innovation and as a process of change in a particular area. The achievement of the goal of innovation development promotes a number of effects, among which the main effects in the economy as a whole, in the social sphere and in the field of ecology, which in turn generate synergetic and multiplier effects of innovation development.

Literature.

1. Skudlarski J. The theoretical aspects of innovation / J. Skudlarski, S.O. Zaika, O.V. Gridin // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – Випуск № 1. - 2016.– С. 17-25.

2. Грицай О.І. Економічна сутність терміну «інноваційний процес» / О.І. Грицай // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2010. – № 3. – С. 126–136.

3. Заїка С.О. Теоретичні аспекти управління інвестиційно-інноваційною діяльністю аграрних підприємств / С.О. Заїка // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – Випуск 11. – 2015. – С. 101-106.

4. Заїка С.О. Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств / С.О. Заїка // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – Том 20. – Випуск 6. – 2015. – С. 94-97.

5. Коюда В.О. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності: [монографія] / В.О. Коюда, Л.А. Лисенко. – Х.: ФОП Павленко О.Г.; ІНЖЕК, 2010. – 224 с.

6. Олійник Ю.А. Теоретичні засади визначення сутності інноваційних процесів в Україні / Ю.А. Олійник // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 182–187.

7. Тарасова О.В. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств / О.В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. – 2012. – № 1. – С. 37-41.

ЗОВНІШНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Малій О.Г., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Економічне зростання перебуває у прямій залежності від спроможності економічної системи створювати та використовувати інновації. Недостатність підтримки інноваційної сфери з боку держави, незадовільна інноваційна активність більшості підприємств, недостатня сформованість інноваційної інфраструктури актуалізують питання фінансового забезпечення інновацій. Питання обсягу ресурсів, що забезпечують інноваційний процес, ефективності інститутів, які спрямовують потоки ресурсів і координують різні ланки інноваційної діяльності є вкрай важливими для вітчизняної економіки.

Різним аспектам фінансового забезпечення інноваційного розвитку приділяється постійна увага як науковців, так і спеціалістів-практиків. Значний вклад у вирішення фінансових проблем підприємств внесли відомі вітчизняні вчені О. Гудзь [1], М. Дем'яненко [2], М. Диба [10], Г. Мазнєв [3], Т. Майорова [10], та багато інших дослідників. Поряд з тим, питання забезпеченості інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств фінансовими ресурсами залишаються актуальними.

Необхідною умовою забезпечення фінансування інноваційної діяльності є наявність розвинутої інфраструктури фінансового ринку, зокрема небанківських фінансових установ. Серед них ключову роль відіграють страхові, лізингові, факторингові, фінансові компанії, інститути спільного інвестування, недержавні пенсійні фонди, кредитні спілки. Розвиток інноваційної активності підприємств також залежить від залучення іноземних інвестицій.

Науковці [10] визначають інновації як процес вкладання фінансових ресурсів у розробку, впровадження, поширення і використання результатів інноваційного процесу з метою підвищення ефективності суспільного виробництва та вирішення соціальних проблем.

Аналіз показує, що упродовж 2014-2016 років частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю, становила 18,4 %, у тому числі які здійснювали технологічні інновації – 11,8 % [7].

Щодо видів економічної діяльності, то протягом 2014-2016 років найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах інформації та телекомунікації (22,1 %), переробної промисловості (21,9 %) і фінансової та страхової діяльності (21,7 %). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості (15,6 %) та з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (12,6 %); з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств фінансової та страхової діяльності (18,0 %) й інформації та телекомунікації (17,3 %).

У 2016 році витрати на інновації в основному здійснювались за рахунок власних коштів підприємств (89,5 % загального обсягу фінансування), коштів іноземних інвесторів (3,1 %) та інших джерел (2,9 %) [7].

У розвинутій економіці банки є активними суб'єктами інноваційної діяльності, забезпечують не тільки її фінансування, а й зв'язок між іншими учасниками. Водночас поточна ситуація свідчить,

що банківський кредит не став в Україні основним джерелом фінансування підприємницького сектора, а тим більше інновацій. На підтвердження вищезазначеного розглянемо показники офіційної банківської статистики щодо кредитної діяльності.

Так, станом на 01.04.2018 р. банківські активи становили 1295,8 млрд. грн. (на 01.01.2017 р. вони складали 1256,3 млрд. грн., на 01.01.2016 р. – 1254,4 млрд. грн.). Розмір кредитного портфеля на 01.04.2018 р. становив 1059,9 млрд. грн. (на 01.01.2017 він складав 1005,9 млрд. грн., на 01.01.2016 – 965,1 млрд. грн.) [9]. Понад 80 % усіх кредитів банки надавали в поточну діяльність позичальників. Проте інноваційна діяльність залишається поза увагою банків, про що свідчить мала частка довгострокових кредитів, спрямована в інвестиційну діяльність та у пріоритетні галузі економіки [6].

Щодо вкладення банків в інноваційні проекти як власних, так і залучених коштів, то основним критерієм, який визначає доступність таких ресурсів для потенційного позичальника, є відсоткова ставка, що склалася на ринку [4]. Вона залежить від рівня ставки рефінансування НБУ. Хоча облікова ставка останнім часом знизилась з 21,4 % (станом на 01.01.2016 р.) до 17 % річних (станом на 01.04.2018 р.) [8], вона залишається надто високою, що фактично перекреслює можливості інвестування з банківських джерел.

Також одним з чинників низького рівня використання потенціалу банків в інноваційному секторі вітчизняної економіки є невеликий розмір капіталу більшості вітчизняних банків. Рівень капіталу всієї банківської системи України відповідає рівню капіталу одного середнього за розміром банку в Каліфорнії або одного великого банку в Центральній Європі [10]. Оскільки фінансовий потенціал банківської системи України є незначним, то, відповідно, й можливості для кредитування інвестиційної діяльності в інноваційному секторі економіки - невеликі. Фінансовий потенціал комерційних банків України поступається потенціалу комерційних банків Росії у 5 разів, Японії – у 200 разів, тому українські банки не мають змоги надавати довгострокові інноваційні кредити під невисокі відсотки [3].

Розвитку інноваційного кредитування має сприяти законодавча підтримка з боку держави, наприклад, через систему компенсації відсоткових ставок комерційних банків. У такому разі підприємства зможуть отримати пільгові кредити, а банки реальну відсоткову ставку. При цьому держава дану різницю відносить не на витрати бюджету, а погашає з фондів, створених для підтримки науково-технічного прогресу.

У західних країнах значно більші за обсягами інвестиції у високоризикові проекти здійснюють у формі венчурного фінансування. Це довгострокові (5-7 років) високоризикові інвестиції приватного капіталу в акціонерний капітал новостворених малих високотехнологічних перспективних підприємств (або венчурних підприємств, що добре зарекомендували себе). Такі інвестиції надають для розвитку і розширення підприємств, орієнтованих на розробку і виробництво наукоємких продуктів, з метою отримання прибутку від приросту вартості вкладених засобів. Проте венчурний капітал - важко доступне джерело фінансування. Головними недоліками використання венчурного капіталу є високий ризик, відсутність гарантованого успіху, можливість втрати контролю над бізнесом і передача його венчурному інвестору [10].

Обмеженість потенційних можливостей національних фінансових джерел забезпечення інноваційного процесу зумовлює актуальність пошуку і необхідність залучення іноземних джерел фінансування [5]. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, внесених в Україну, станом на 01.07.2017 р. становив 38951,5 млн. дол. США, при цьому, з країн Європейського Союзу отримано 27387,3 млн. дол. США. До п'ятірки основних країн-інвесторів, які формують майже 78,5 % загального обсягу прямих інвестицій станом на 01.07.2017 р., входять Кіпр (36,2 % загального обсягу інвестування або 9925,4 млн. дол. США), Нідерланди (23,1 % або 6326,1 млн. дол. США), Німеччина (6,4 % або 1741,0 млн. дол. США), Велика Британія (7,9 % або 2155,8 млн. дол. США), Австрія (4,8 % або 1307,3 млн. дол. США) [7].

Проведений аналіз дає змогу констатувати фінансову недостатність наявних і дефіцит потенційних зовнішніх джерел фінансових ресурсів для забезпечення здійснення інноваційної діяльності і реалізації інноваційних проектів в Україні.

В перспективі основним джерелом фінансування інноваціної діяльності мають стати приватні фінансові ресурси вітчизняних інвесторів і комерційних банків за законодавчої підтримки інноваційної сфери з боку держави.

Література.

1. Гудзь О.Є. Модернізація банківської кредитної політики при обслуговуванні агроформувань / О.Є.Гудзь // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2012 – Вип. 126. – С. 10-18.

2. Дем'яненко М.Я. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України / М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2014. – № 11. – С. 5.

3. Мазнєв Г.Є. Управління інноваційним розвитком аграрних підприємств / Г.Є. Мазнєв // Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. – № 2. – С. 32-41.

4. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип. 172. – С. 132-141.

5. Малій О.Г. Фінансові ресурси підприємств: джерела формування та ефективність використання / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2013 – Вип. 137. – С. 308-311.

6. Матеріали офіційного сайту Асоціації незалежних банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nabu.ua/ru.html

7. Матеріали офіційного сайту Державної служби статистики України. Наукова та інноваційна діяльність України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

8. Матеріали офіційного сайту Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua.

9. Матеріали офіційного сайту Національного рейтингового агентства «Рюрік» Аналітичний огляд банківської системи України за 9 місяців 2017 р. – Режим доступу: http://www.rurik.com.ua.

10. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України [Електронне видання]: монографія / [М.І. Диба, О.М. Юркевич, Т.В. Майорова, І.В. Власова та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.І. Диби і к.е.н., доц. О.М. Юркевич. – К. : КНЕУ, 2013. – 425 с.

КОМУНІКАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Оберемок В.В., Кудрявцева Н.С., магістранти*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Велике місце в житті людей і громадянин держави займають комунікаційні процеси. Наразі дослідження комунікації, її видів і елементів, репрезентувати не малий інтерес для науки про державне управління.

Комунікація (лат. Communicatio), буквально означає «загальне» або «поділяє вся». У практичному плані – це процес обміну ідеями та

* *Науковий керівник – Подольська О.В., к.е.н., доцент*

інформацією між двома і більше людьми, що веде до взаємного розуміння.

Цілі комунікацій:

– Забезпечення ефективного обміну інформацією між суб'єктами і об'єктами управління.

– Удосконалення міжособистісних відносин в процесі обміну інформацією.

– Створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими працівниками та групами і координації їх завдань і дій.

Елементи простої моделі комунікації:

1. Відправник є автором повідомлення, особа, яка робить будь-які ідеї (створює інформацію самостійно) або накопичується вже доступна інформація для подальшої передачі. Вирішивши, яка істотна інформація (ідея) може бути предметом передачі, як його кодувати, на якому каналі відправляти інформацію, відправник таким чином починає процес обміну комунікаційними даними.

2. Повідомлення підготовлено для передачі одержувачу інформації, закодованого за допомогою символів-слів, спеціальних символів, тону повідомлень, картинок, жестів, підтексту і т. д. в процесі кодування (перетворення сенсу ідей на символи) може Проблеми, які знижують ефективність процесу комунікації.

3. Канал зв'язку-засоби передачі інформації, спосіб фізичної передачі повідомлення. Якість передачі інформації каналу в комунікаційний процес залежить від розуміння і прийняття отриманої інформації. Багато залежить від того, чи можна

4. Одержувач-особа (група, організація), до якої передається інформація та яка інтерпретує (декодує). Інтерпретація повідомлення одержувачем не завжди є успішним. Неправильне тлумачення часто пов'язане з немовою, сприйняттям культури, відмінностями в інтересах відправника та одержувача.

5. Результат (ефект) впливу зв'язку-зміни в поведінці та стані одержувача інформації, що виражається в зміні знань одержувача; Зміна параметрів (щодо об'єкта дії, указаної в повідомленні); Зміни в видимих діях одержувача (Купівля товарів, відношення до роботи, своєчасне надходження до працевлаштування і т. п.).

6. Зворотній зв’язок"Оперативне реагування на те, що чути, читати або бачити; Ця інформація (в вербальній та невербальній реєстрації), яка направляється назад відправнику, що свідчить про масштаби розуміння, впевненості в спілкуванні, засвоєння і прийнятті його. Зворотній зв'язок дозволяє відправникові не тільки облігації.

Проблеми комунікації, комунікативних зв'язків завжди були досить актуальні. Аристотель вважав, що здатність вступати в спілкування (комунікацію) відрізняє людину і від «недорозвинених в моральному сенсі істот», і від «надлюдини». Тому «той, хто не здатний вступати в спілкування ... вже не становить елемента держави, стаючи плазуючим, або божеством» [3].

Державні органи та інститути вступають в комунікацію для того, щоб надавати різну інформацію, впливати, переконувати суб'єкт комунікації. Причиною, через яку люди мають тягу в комунікації, служать потреби людини або групи людей. Цілі комунікації обслуговують багато проблем. Головні з них це: виживання, робота з іншими людьми, особистісні потреби, підтримка відносин з іншими людьми, переконання інших робити або думати яким-небудь чином, здійснення влади над іншими громадянами (пропаганда), об'єднання товариств та організацій в одне ціле, отримання та повідомлення інформації, усвідомлення світу і нашого досвіду в ньому, прояв творчої натури і уяви [4].

Вважаємо, що комунікація в системі державного управління може і повинна не тільки розвиватися, але й вдосконалюватися якомога частіше.

Крім того, допомогти у розвитку комунікації можуть такі принципи: принцип ясності, принцип цілісності, принцип стратегічного використання інформаційної організації, регулювання інформаційних потоків, управлінські дії, системи зворотного зв'язку, системи збору пропозицій.

Одним із принципів вдосконалення комунікації в системі державного управління також може бути розвиток неформальних груп усередині державних інститутів [5].

Література.

1. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов / А.И. Соловьев. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 559 с.

2. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М., 1998. – 272 с.

3. Теория управления: учебник / Под общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухина, Рос. академия гос. службы при Президенте РФ. – [3-е изд., Доп. и перераб.]. - М. : Изд-во РАГС, 2008. – 557 с.

4. Подольська О.В. Публічне адміністрування та процес прийняття управлінських рішень / О.В. Подольська, К.С. Богомолова, В.Г. Краля // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 188 – Харків: ХНТУСГ. – 2017. – С. 66-74.

5. Теория коммуникации & прикладная коммуникация: Сборник научных трудов // Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Вып.1 / под общей редакцией И.М. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. – 200 с.

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТЕХНОПАРКУ ЯК ПОЧАТКОВИЙ ЕТАП В ПЛАНУВАННІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Петрина М.Ю., к.е.н., доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

На даний час цілком очевидним є той факт, що підвищення конкурентноздатності української промисловості можливе тільки через розвиток інноваційної діяльності. І одним з головних напрямків такого розвитку є створення технопаркових структур.

Аналізуючи інноваційну діяльність технопарків в Україні, ми можемо виділити ряд факторів, які гальмують процес їх розвитку. Це, перш за все, відсутність власних фінансових ресурсів, великі відсоткові ставки за кредитами комерційних банків, зменшення внутрішнього попиту на продукція вітчизняних виробників тощо. Крім того, не слід забувати і про внутрішні чинники, багато з яких також виступають бар'єрами в розвитку. Все це вказує на необхідність проведення ґрунтовної оцінки інноваційного потенціалу розвитку технопаркових структур, яка повинна визначити можливості та сильні сторони для їх якнайповнішого використання.

Що ж таке інноваційний потенціал? Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» визначає інноваційний потенціал як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних і культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки [1].

Інноваційний потенціал організації забезпечує проведення наукових досліджень, експериментальних розробок, і на цій основі –

впровадження технічних, організаційних і соціально-економічних нововведень [4]. Тому можна стверджувати, що правильно оцінивши інноваційний потенціал технопаркової структури на початковому етапі планування його діяльності, ми досягнемо значних результатів в майбутньому.

Аналіз існуючих методик вимірювання інноваційного потенціалу [2, 3] вказує на їх деяку обмеженість. Ми ж хочемо отримати досить ґрунтовну та комплексну оцінку можливостей і перешкод в діяльності технопарку, сильних і слабких його сторін. Таку відповідь, на нашу думку, може дати запропонована нижче методика. Ця методика передбачає створення експертної групи з 6-10 чоловік, досить компетентних в діяльності технопарку, та їх опитування, що полягає в трьох етапах:

1) І-й етап опитування - проведення SWOT-аналізу технопарку.

Оскільки ми хочемо отримати відповідь щодо можливостей і перешкод, сильних і слабких сторін технопарку, то найкращим методом тут може стати SWOT-аналіз.

Експертам пропонується зробити детальний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Аналіз зовнішнього середовища має охоплювати всі можливі фактори макросередовища: економіка, політика/законодавство, природно-географічний фактор, науково-технічний прогрес, демографія, соціально-культурний фактор і проводитись як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні; та мікросередовища: фірма, маркетингові посередники, постачальники, споживачі, конкуренція, громадськість (див. рисунок). Результатом аналізу зовнішнього середовища є виділені можливості і перешкоди в розвитку технопарку.

Аналіз внутрішнього середовища передбачає оцінку наступного ряду факторів: маркетинг, виробництво, фінанси, організація, кадри. Після такого аналізу ми отримаємо сильні і слабкі сторони організації.

Перший етап опитування вважається завершеним, коли за факторами оцінки буде сформована загальна таблиця SWOT, що буде відображати всі можливості і перешкоди, сильні і слабкі сторони, виділені експертами.

2) ІІ-й етап опитування – визначення головних показників оцінки інноваційного потенціалу.

Для визначення головних показників оцінки інноваційного потенціалу експертам пропонується загальна таблиця SWOT, складена на попередньому етапі.

Цей етап опитування, який буде проводитись за допомогою методу Дельфі, полягає у аналізі вказаної таблиці та «відсіюванні» з неї другорядних показників. Дане опитування буде здійснюватись доти, доки експерти на дійдуть остаточної згоди.

Результатом ІІ-го етапу опитування є складена результуюча таблиця SWOT з найвагомішими показниками оцінки.

3) ІІІ-й етап опитування - визначення ваги, балів, відносної важливості кожного показника.

На цьому етапі опитування кожному експерту пропонується результуюча таблиця SWOT. Їхньою задачею є оцінка кожного показника за бальною шкалою від 1 до 10 та визначення його ваги в межах можливостей, перешкод, сильних і слабких сторін.

Після цього результати експертів групуються, знаходяться середні величини за вагою та балами, підраховується відносна важливість кожного показника та знаходиться їх сума в межах груп: можливості, перешкоди, сильні і слабкі сторони.

Як висновок, слід зазначити наступне: якщо сума відносної важливості сильних сторін і можливостей перевищує аналогічну суму слабких сторін і перешкод, то в такому випадку можна стверджувати, що технопаркова структура має інноваційний потенціал і може розвиватися. В іншому випадку, керівництву технопарку слід переглянути можливості усунення недоліків і тільки після цього повторно оцінити інноваційний потенціал організації.

Література.

1. Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 // www.rada.kiev.ua

2. Рудика О.В. Інноваційний потенціал та оцінка його стану на підприємстві / О.В. Рудика // Економіка розвитку. – 2004. – № 1.

3. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів / П.С. Харів. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 326 с.

4. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник / Р.А. Фатхудинов. – [4-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ЛИНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СТЕРИЛИЗОВАННОГО МОЛОКА

ПИНЧУК В.С., СТУДЕНТКА*,
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

В последние годы в нашей стране все большей популярностью пользуется стерилизованное молоко. В зарубежных странах до 40 % питьевого молока употребляется в стерилизованном виде. По сравнению с пастеризованным оно обладает более высокой стойкостью и выдерживает длительное хранение и транспортирование даже без охлаждения [1].

Стерилизованное молоко выпускают в стеклянных узкогорлых бутылках из бесцветного стекла (лучше окрашенного, менее светопроницаемого), упакованных кронен-корковыми пробками; полиэтиленовых пакетах и пакетах тетра-пак вместимостью 0,25 и 0,5 л из комбинированного материала. Бумага пакетов с наружной стороны покрыта парафином, а с внутренней – слоем фольги и полиэтилена. Она должна иметь не более 10 колоний микроорганизмов на 100 $см^3$ площади.

В зависимости от режимов стерилизации происходят в той или иной мере физико-химические изменения компонентов молока, что снижает его пищевую ценность. Чтобы максимально уничтожить споровую микрофлору, необходимы не только повышенные температуры тепловой обработки (115–145 °С), но и такая выдержка, при которой вся масса жидкости будет нагрета до температуры стерилизации. В результате неравномерного нагревания жидкости пристенные области раньше достигают температуры стерилизации и более длительное время подвергаются воздействию температур стерилизации, чем центр. Хотя этим достигается определенный эффект стерилизации, однако в пристенных слоях происходят нежелательные, более глубокие физико-химические изменения компонентов молока. Технологически можно интенсифицировать распространение теплоты в массе жидкости теплопроводностью путем возбуждения конвективных токов или перемешивания [2].

Производство стерилизованного молока может осуществляться по двум схемам: с одноступенчатым и двухступенчатым режимами

* *Научный руководитель – Сырокваш Н.А., ст. преподаватель*

стерилизации. По одноступенчатой схеме молоко стерилизуют один раз (до или после фасования), а при двухступенчатой – два раза (сначала в потоке, а затем в бутылках).

Очищенное молоко гомогенизируется для обеспечения однородной консистенции и повышения качества продукта. Нормализованную смесь или цельное молоко пастеризуют при температуре 85±2 °С с выдержкой 20 с. Затем пастеризованное молоко охлаждают до температуры 6±2 °С и направляют в промежуточную ёмкость, затем на стерилизацию [3].

Предлагается установка новой линии по стерилизации молока. Трубчатый стерилизатор производительностью до 7000 л/час. Специальная трубчатая конструкция является новейшей разработкой и способствует наиболее равномерной стерилизации продукта. Параметры температуры стерилизации варьируются в зависимости от обрабатываемого продукта. Контроль и изменение температуры стерилизации осуществляется при помощи программного логического устройства. Гомогенизатор молока модели FBF055 Millenium Series с регулируемой рабочей производительностью до 6500 л/час. Конструкция гомогенизатора соответствует нормам ЕЭС №89/395/ЕЕ. Датчик давления, установленный на трубопроводе подвода продукта, при снижении или увеличении давления сверх установленных величин подает сигнал на отключение машины. Это позволяет избежать перегрузок гомогенизатора и значительно увеличивает срок его службы. Оборудование для асептической упаковки молока Tetra Pak V100Slim 1000 имеет производительность – 4000-6000 шт./час. Упаковыватель в термоусадочную пленку ATR 600 осуществляет автоматическую упаковку брикетов в термоусаживаемую пленку.

Общая сумма капитальных затрат по проекту 391,6 тыс. у.е. (стоимость инвестиционного проекта).

В качестве источников финансирования инвестиционных затрат по проекту предполагается использовать как собственные средства предприятия, так и кредитные ресурсы банка.

Прогнозируемый прирост прибыли в каждом последующем году составит 10 %. Зная прибыль, которую принесет данное мероприятие, мы рассчитали основные показатели эффективности проекта [4].

Поскольку ЧДД>0, затраты на приобретение данного оборудования оправданы. Таким образом, за 8 лет эксплуатации оборудования, позволит предприятию получить чистый дисконтированный доход в размере 355,3 тыс. руб. Данный проект окупится через 5 лет. Показатель нормы прибыли составит 20 %.

Поэтому можно смело утверждать, что установка новой линии по стерилизации молока будет эффективной.

Ввод в эксплуатацию нового оборудования позволит:

– изменить структуру переработки молока: снизить производство масла животного и СОМа за счет освоения производства стерилизованного молока;

– расширить ассортимент производимой продукции;

– увеличить экспортную выручку предприятия за счет увеличения объемов производства экспортно-ориентированной продукции;

– снизить себестоимость всей производимой на предприятии продукции за счет увеличения объемов производства.

Литература.

1. Абрютина М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-метод. пособ. / М.С. Абрютина. – М. : Изд-во «Дело и сервис», 2014. – 256 с.

2. Акулич М. Анализ конкурентоспособности продукции в аспекте взаимоотношений с потребителями / М. Акулич // Маркетинг. – 2013. – № 6. – С. 35-43.

3. Бурдукевич Т. Качество начинается со стандарта / Т. Бурдукевич // Национальная экономическая газета. 13 марта 2011 г. – № 19. – С. 8.

4. Экономика предприятия: [Учебник] / Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – Москва : Юрайт, – 2013. – 584 с.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Рудь О.В., викладач, Вінницький коледж Національного університету харчових технологій

Сучасні реалії розвитку національної економіки диктують необхідність залучення інновацій у сферу безперервної та системної господарської діяльності. В цьому контексті відтворення інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств є важливою проблемою економічної науки та господарської практики.

Питання дослідження потенціалу інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств є досить актуальним і відображено в працях багатьох учених, серед яких: Козьменко С.Н. [2], Краснощокова Ю.В. [3], Максимова Т.С., Філімонова О.В., Лиштван К.В. [4] та ін.

Розвиток підприємств відбувається шляхом освоєння різноманітних інновацій, які здійснюються завдяки вкладенню інвестиційних ресурсів підприємств. Саме тому виникає необхідність дослідження такого поняття як інноваційно-інвестиційний потенціал підприємств.

Потенціал будь-якої соціально-економічної системи розглядається з трьох позицій: потенціал як сукупність ресурсів (в даному випадку, задіяних у сфері інновацій), потенціал як продуктивність (спроможність): практичний вихід інновацій, і потенціал як можливість, здатність [5].

Інноваційно-інвестиційний потенціал підприємств можна визначити як систему інноваційно-інвестиційних ресурсів, факторів та умов, що створюють можливості для здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності, акумуляції та освоєння інвестиційних коштів з метою забезпечення інноваційного розвитку та досягнення конкурентних переваг підприємства. Він формується під впливом наукових, матеріально-технічних, трудових, організаційно-управлінських та інформаційних ресурсів і можливостей підприємства.

Інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства являє собою складну сукупність тих складових його матеріальних, нематеріальних та фінансових ресурсів, які воно використовує та може залучити для сприйняття та освоєння нововведень. При цьому потрібно звернути увагу на те, що інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства є поєднанням таких характеристик як «ресурс» та «резерв». Остання характеристика вказує, що існують певні нереалізовані, незадіяні можливості підприємства. Крім того, інноваційно-інвестиційний потенціал не може бути сформований шляхом простого додавання складових ресурсів підприємства. Відповідно до цього можна визначити основні характеристики інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства: цілісність, пропорційність, інноваційність, оптимальність, відкритість, синергійність, мобільність, стабільність, адаптивність, самоорганізація, саморозвиток, керованість.

Структура інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства формується наступними складовими [1, с.102-103]:

1. Ринкова складова відображає ступінь відповідності внутрішніх можливостей розвитку підприємства зовнішнім, які генеруються ринковим середовищем, тобто ступінь відповідності інноваційних розробок підприємства (існуючих і перспективних) потребам і запитам споживачів.

2. Інтелектуальна складова визначає можливості генерації і сприйняття ідей і задумів новацій і доведення їх до рівня нових технологій, конструкцій, організаційних і управлінських рішень.

3. Кадрова складова характеризує можливості застосування персоналом підприємства нових технологій, реалізації нових організаційно-управлінських рішень, розробки і виготовлення нових товарів, тобто фахову підготовку персоналу підприємства, що відповідає сучасному рівню розвитку науки і техніки.

4. Технологічна складова відображає здатність оперативно перебудуватися, переорієнтувати виробничі потужності і налагодити економічно ефективне виробництво нових продуктів, що відповідають запитам споживачів.

5. Інформаційна складова відображає ступінь повноти, точності і суперечливості інформації, необхідної для прийняття ефективних інноваційних рішень.

6. Науково-дослідна складова характеризує наявність напрацьованих результатів науково-дослідних робіт, достатніх для генерування нових знань, здатність проведення досліджень з метою перевірки новацій і можливості їх використання підприємством.

7. Фінансова складова характеризує можливість забезпечити фінансовими та інвестиційними ресурсами проекти інноваційного розвитку, а також фінансову стійкість підприємства в процесі їх реалізації.

8. Організаційно-управлінська складова характеризує наявність сприятливих організаційно-управлінських умов забезпечення інноваційної діяльності: організаційна структура системи управління, механізми мотивації, інноваційна культура.

Розглянуті складові характеризують інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства та визначають його можливості розвиватися інноваційним шляхом.

Література.

1. Гудзь О.Є. Ідентифікація та управління інноваційно-інвестиційним потенціалом підприємства / О.Є. Гудзь // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – 2015. – Випуск 2(4). Частина 1. – С. 101-105.

2. Козьменко С.Н. Потенциал инновационного развития предприятия : [Монография] / С.Н. Козьменко. – Сумы : Деловые перспективы, 2005. – 256 с.

3. Краснощокова Ю.В. Інноваційна безпека підприємства як запорука конкурентоспроможності в умовах інтеграції / Ю.В. Краснощокова // Управління розвитком. – 2011. – № 4. – С. 177-178.

4. Максимова Т.С. Формування інноваційної політики підприємства / Т.С. Максимова, О.В. Філімонова, К.В. Лиштван // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2. – С. 181-183.

5. Яловий Г.К. Сутність інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Г.К. Яловий, С.В. Колесов, О.В. Іваницька. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Economics/44632.doc.htm.

ІННОВАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сердюченко А.Д., Заїка О.В., студенти*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенко

Важливими стратегічними напрямами розвитку сільського господарства є науково-дослідний прогрес та інноваційні процеси, що дозволяють вести безперервне оновлення виробництва на основі освоєння досягнень науки і техніки.

Можна виділити три основних напрямки впровадження інновацій в діяльність сільськогосподарських підприємств:

1) інновації в сфері людського фактора – підготовка фахівців, здатних експлуатувати нову техніку, обладнання та технології, підвищення їх кваліфікації, перепідготовка;

2) інновації в сфері біологічного фактора – розробка і освоєння нововведень, які забезпечують підвищення родючості земель сільськогосподарського призначення, зростання продуктивності тварин і врожайності сільськогосподарських культур;

3) інновації в сфері техногенного фактора – забезпечують вдосконалення техніко-технологічного потенціалу сільськогосподарського підприємства [2, 4].

Класифікація інновацій в сільському господарстві наведена в таблиці.

Інноваційний розвиток аграрного виробництва передбачає використання високопродуктивних і стійких до несприятливих факторів зовнішнього середовища сортів рослин і порід тварин, здійснення в ньому комплексної механізації і автоматизації, підвищення кваліфікації, умов праці та побуту працівників, перехід на інтенсивні екологічно чисті та ресурсозберігаючі технології виробництва

* *Науковий керівник – Заїка С..О., к.е.н, доцент*

сільськогосподарської продукції, забезпечення інтеграції науки з виробництвом. При цьому важливо строго враховувати вимоги техніко-технологічних, природно-біологічних і технологічних законів [3-4].

Таблиця

Класифікація інновацій в сільському господарстві [1-5]

Класифікаційна ознака	***Вид інновації***
Біологічна	- новий сорт і гібрид сільськогосподарських рослин; - нова порода, вид тварин і птиці; - створення рослин і тварин, стійких до хвороб і шкідників, несприятливих факторів навколишнього середовища.
Технічна	- використання нового виду техніки або обладнання.
Технологічна	- нова технологія вирощування сільськогосподарських культур; - нова технологія в тваринництві; - науково-обґрунтовані системи землеробства і тваринництва; - нова ресурсозберігаюча технологія виробництва і зберігання сільськогосподарської продукції.
Хімічна	- новий вид добрив; - нові засоби захисту рослин.
Економічна	- нова форма організації, планування і управління; - нова форма і механізми інноваційного розвитку підприємства.
Соціальна	- забезпечення сприятливих умов життя і праці сільського населення.
Інновації в менеджменті	- нова форма організації та мотивації праці; - новий метод ефективного управління персоналом.
Маркетингова	- вихід на новий сегмент ринку; - удосконалення якості продукції та розширення асортименту; - нові канали поширення продукції.

Стримуючими факторами інноваційного розвитку сільського господарства є галузевий диспаритет цін, технологічна відсталість і низька конкурентоспроможність аграрного виробництва, нестача кваліфікованої робочої сили, дефіцит фінансових ресурсів, висока ставка комерційного кредиту, повільні темпи впровадження у виробництво досягнень аграрної науки і передового досвіду.

У процесі інноваційної діяльності треба враховувати специфіку сільського господарства, де відтворення засноване на використанні

землі, рослин і тварин, на забезпеченні єдності техніки і біології, економіки та екології. Інноваційна діяльність повинна бути спрямована на забезпечення ефективного економічного зростання на основі використання інтенсивних ресурсозберігаючих технологій виробництва агропродукції, біологізації і екологізації виробничих процесів [5]. Тому в сільському господарстві поряд з традиційними напрямами інноваційної діяльності (технологічними, організаційними, соціальними) використовуються селекційно-генетичні, меліоративно-екологічні і біотехнологічні напрямки, які передбачають створення нових високопродуктивних і стійких до зовнішнього середовища сортів і гібридів сільськогосподарських рослин і порід тварин, застосування ресурсозберігаючих і екологічно чистих технологій обробітку ґрунту і виробництва агропродукції, створення біологічних засобів захисту тварин і рослин, а також біологічної продукції для потреб переробної промисловості.

Література.

1. Заїка С.О. Генезис дефініції інновація / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Випуск 2(48). – Ужгород, 2016. – С. 24-30.

2. Заїка С.О. Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств / С.О. Заїка // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2015. – Том 20. – Випуск 6. – С. 94-97.

3. Інноваційні агротехнологій [Монографія] / За ред. Д.І. Мазоренка, Г.Є.Мазнєва – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – 385 с.

4. Мазоренко Д.І. Адаптація інноваційних агротехнологічних рішень до умов різного ресурсного забезпечення сільськогосподарських підприємств / [Д.І. Мазоренко, Г.Є. Мазнєв, О.О.Артеменко та ін.] // Науково-технічний журнал «Техніка АПК» № 9-10 (вересень-жовтень) 2008. - С. 12-16.

5. Ткаченко С.А. Бюджетування як система забезпечення інноваційного розвитку підприємств [Монографія] / [С.А. Ткаченко, О.М. Потишняк, О.О. Артеменко, С.О. Заїка]; за ред. С.А. Ткаченка, О.М. Потишняк. – Харків: Вид-во «Міськдрук», 2012. – 160 с.

Секція

Інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В СФЕРІ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ТА ВИКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КЛЕМПАРСЬКИЙ М.М., Д.Ю.Н., ПРОФЕСОР,
ДОНЕЦЬКИЙ ЮРИДИЧНИЙ ІНСТИТУТ МВС УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток норм міжнародного трудового права, який відбувається починаючи із другої половини XX століття і по теперішній час, не оминув і такої важливої проблеми як нормативно-правове регулювання трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності. Відомо, що зазначені сфери трудової діяльності зумовлюють перманентний розвиток сучасного суспільства. Тому, існує нагальна потреба у встановленні та послідовному захисті не лише чітких морально-ціннісних норм, писаного та неписаного кодексу етичної поведінки в науці, але й у встановленні та захисті визначених трудових прав, соціальних гарантій, свобод та обов'язків зазначеної когорти людей інтелектуальної праці та їхніх контрагентів – роботодавців. Це, врешті-решт, забезпечує соціальну гідність покликання науковця, дослідника та викладача, обумовлюючи результативність їхніх трудових зусиль.

Дослідження міжнародно-правових стандартів регулювання трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності надасть українським вченим-правникам можливість не лише осягнути ці стандарти, а й здійснити їхній змістовний, нормативно-правовий та соціально-ціннісний аналіз, розробити та внести новаторські законотворчі пропозиції із реформування вітчизняного законодавства у даній та суміжних сферах, розробити та представити власні комплексні проекти нових міжнародних рекомендацій, конвенцій, інших джерел міжнародного права або вносити проекти поправок до відповідних діючих галузевих міжнародно- правових актів.

Світова практика засвідчує, що в національному праві багатьох держав увесь спектр трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності регулюється правовими нормами, які містяться, умовно кажучи, не в Кодексі законів про працю, а в окремих джерелах права з питань науки та вищої освіти. Створенням міжнародних механізмів нормативно-правового регулювання трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності опікується Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), а не Міжнародна організація праці (МОП).

Однак достатньо природнім та зрозумілим видається те, що процес здійснення наукових досліджень та викладацька робота не можуть бути відокремленні від загальних уявлень про повноцінну та соціально корисну трудову діяльність, працю результати якої є надзвичайно важливими не лише для самої науки або освіти, але й для відчутного розвитку багатьох важливих сторін матеріального та духовного буття суспільства.

Надзвичайно важливим видається також зазначити, що положення міжнародного права у сфері освіти, науки і культури розглядають наукову, дослідницьку та викладацьку діяльність у їхньому професійному симбіозі. Наукова та дослідницька діяльність є складовими професійних, трудових обов'язків викладача; здійснення наукових досліджень підвищує професійну компетентність працівника вищого навчального закладу.

До важливих джерел сучасного міжнародного, зокрема загальноєвропейського права, які містять відповідні положення, що визначають, регулюють та захищають трудові права та обов'язки науковців, дослідників, викладацьких кадрів та їхніх роботодавців, слід віднести Рекомендацію ЮНЕСКО про статус науково-дослідницьких працівників від 20 листопада 1974 року (надалі – Рекомендація 1974 року), Рекомендацію ЮНЕСКО про статус викладацьких кадрів вищих навчальних закладів від 11 листопада 1997 року (надалі – Рекомендація 1997 року), Кодекс поведінки для приймання на роботу дослідників (надалі – Європейський кодекс) та Європейську хартію дослідників від 11 березня 2005 року (надалі – Європейська хартія).

Міжнародно-правові стандарти регулювання трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності відтворюють всю увесь комплекс правових норм щодо соціального захисту праці. Так, насамперед, природнім є те, що висококваліфіковані випускники вищих навчальних закладів, які є потенційними науковцями, дослідниками та викладачами, як і представники інших професій та сфер праці, мають беззаперечне соціальне право на певні гарантії трудової або професійної зайнятості. Так, відповідно до п. 46 Розділу Б. «Гарантії зайнятості» Частини IX «Умови праці» Рекомендації 1997 року зазначається (мовою оригіналу): «46. Следует обеспечивать гарантии работы в рамках данной профессии, включая бессрочные контракты или их функциональные эквиваленты (там, где таковые предусмотрены), поскольку это отвечает интересам как высшего образования, так и преподавательских кадров высших учебных заведений» [1, с. 62].

У Преамбулі ж до Європейської хартії відзначено загальну відповідальність обох сторін трудових відносин, тобто науковців, дослідників, викладачів та їхніх потенційних роботодавців щодо дотримання ними тих чи інших існуючих національних та інших, зокрема і міжнародних регулятивно-правових норм (мовою оригіналу): «Хартия исходит из предпосылки, что важнейшим обязательством исследователей, также как и работодателей или субсидирующих организаций, является гарантированное соответствие национальным, региональным или отраслевым юридическим требованиям национального или регионального законодательства» [2].

Пункт d) Розділу V «Умови успішної діяльності науково-дослідницьких працівників» Рекомендації 1974 року покладає відповідальність за створення національної політики сприятливих трудових умов для науковців та дослідників на держави-сторони цієї Рекомендації (мовою оригіналу): «20. Государствам – членам следует: d) принять меры для обеспечения научно-исследовательским работникам таких условий труда и вознаграждения за труд, которые соответствуют их положению, выслуге лет и заслугам, без дискриминации по причинам пола, языка, возраста, религии или национального происхождения» [4, с. 189].

Особлива увага приділяється і фінансовим та іншим умовам праці для тих науковців, дослідників та викладачеві, які працюють за неповною трудовою ставкою. У п. 72 Розділу J. «Умови роботи викладацьких кадрів вищих навчальних закладів, які працюють за неповною ставкою» Частини IX «Умови праці» зазначається (мовою оригіналу): «72. Преподавательские кадры высших учебных заведений, регулярно работающие на неполной ставке, должны: (a) получать пропорционально такое же вознаграждение и наниматься на работу на тех же условиях, что и преподавательские кадры высших учебных заведений, работающие на полной ставке; (b) получать оплачиваемый отпуск, отпуск по болезни и отпуск по беременности и родам на равных условиях с преподавательскими кадрами высших учебных заведений, работающими на полной ставке; раз мер соответствующих денежных выплат следует определять пропорционально часам работы или заработку; (c) иметь право на адекватное и соответствующее социальное обеспечение, в том числе (там, где это предусмотрено) в рамках пенсионных систем, обеспечиваемых нанимателями» [1, с. 68].

Таким чином, міжнародно-правові стандарти регулювання трудових відносин у сфері наукової, дослідницької та викладацької діяльності, належачи до системи міжнародного права з питань освіти,

науки і культури, здійснюють нормативно-правове регулювання трудових відносин у відповідних видах діяльності або праці, які самі по собі не належать до усталених предметів нормативно-правового регулювання в рамках системи міжнародного трудового права. Попре це, зазначені міжнародно-правові стандарти ЮНЕСКО відтворюють змістовно-смислову та нормативну сутність сучасного трудового права, яке у своєму міжнародному вимірі є кодифікованим в джерелах права МОП. Завдяки цьому можна дійти висновку про наявність міжгалузевого зв'язку між трудовими нормами міжнародного права у сфері освіти та науки і культури з нормами міжнародного трудового права.

Література.

1. Рекомендация ЮНЕСКО о статусе преподавательских кадров высших учебных заведений 1997 г. // Рекомендации ЮНЕСКО/МОТ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документу: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001604/160495r.pdf.

2. Європейська хартія дослідників від 11 березня 2005 року // Російський союз молодих вчених // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документу: http://rosmu.ru/activity/events/413.html.

3. Рекомендация о статусе научно-исследовательских работников // Акты Генеральной конференции ЮНЕСКО. Восемнадцатая сессия Париж, 17 октября – 23 ноября 1974 г. Том 1. Резолюции. – ЮНЕСКО, 1975 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до документу: http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114040rb. pdf#page=180.

ДОЦІЛЬНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ПРАВООХОРОННОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Кобзар О.Ф., д.ю.н., доцент,
т.в.о. начальника кафедри забезпечення державної безпеки Київського факультету Національної академії Національної гвардії України

Від часу проголошення незалежності постійно точаться дебати про необхідність реформування правоохоронної системи України. Водночас у жодному разі не було здійснено спроб кваліфіковано встановити, що ж становить ця система, які її складники, які механізми взаємодії регулюють відносини всередині цієї системи. Через відсутність такого аналізу спроби впливати на правовідносини, які

регулюють діяльність правоохоронного механізму держави, мали епізодично-хаотичний характер, їм бракувало логічної послідовності та завершеності в діях.

Можна констатувати, що система правоохоронних органів, яка склалася в Україні, практично повністю відтворює за назвами, формою та змістом діяльності радянську модель.

Не склалося нині поняття в Україні, що правоохоронні органи за своєю суттю є захисниками порушених прав суб'єктів правовідносин – і громадян, і юридичних осіб. Навпаки, правоохоронну систему більшість громадян сприймали як механізм репресій і тиску держави та її окремих представників на економічних конкурентів і політичних опонентів.

Крім того, нині в Україні не існує чіткого законодавчо закріпленого переліку правоохоронних органів. Більш-менш загальний перелік зафіксовано у ст. 2 Закону України «Про державний захист працівників суду та правоохоронних органів». Тому видається логічним віднести до правоохоронних органів саме ті, які у своїй постійній діяльності і за змістом основних завдань виконують функції охорони порушених прав і правозастосування щодо їх відновлення. Однак і таке закріплення здається перебільшеним. За таким критерієм до переліку правоохоронних підпадають усі органи, у діяльності яких закріплено ці функції. Це, наприклад, органи рибоохорони, лісоохорони, військової служби, правопорядку, державної пожежної охорони, санітарно-карантинні захисту та ін.

Однак пересічний громадянин під правоохоронними органами розуміє саме ті, які повинні здійснювати повсякденний захист його прав, свобод та інтересів від різноманітних злочинних посягань і з працівниками яких йому найчастіше доводиться стикатися у повсякденному житті. А це, як засвідчують результати більшості опитувань, – поліція, прокуратура, СБУ, фіскальні органи, прикордонна служба, антикорупційні ограни.

Саме ця складова правоохоронної системи потребує глибокого реформування, і саме таке реформування повинно стати одним із пріоритетів влади.

Криза системи правоохоронних органів, яка складалася протягом 25 років, існує сьогодні на багатьох рівнях функціонування захопивши сьогодні законодавчий, організаційний та ментальний рівні функціонування правоохоронних органів.

Тому і реформування повинно охопити всі ці рівні із залученням різних механізмів і інструментів.

Одним із таких інструментів є широке залучення наукового та експертного співтовариства, суспільства в цілому до обговорення проблеми, демократичний цивільний контроль за діяльністю правоохоронних органів з боку громадян та громадських організацій.

Для здійснення такого реформування на наш погляд існують декілька аксіом та проблем, які мають характер визначальних і без вирішення яких здійснення будь якого реформування неможливе.

Перша аксіома – реформа правоохоронної системи є передумовою будь яких інших реформ в Україні.

Друга – реформи у правоохоронних органах повинні бути координуванні та інтегрована з відомчими планами та програмами.

Правоохоронна діяльність є поняття багатовимірне і є ціла низка міністерств, служб і відомств які мають завдання в цій сфері і повинен бути послідовний розподіл повноважень, крім того є ділянки де відповідальність накладається. Якщо це робиться послідовно, економічно та доцільно, системно то це вимагає досить потужного координаційного механізму.

Третя – завдання реформування полягає у тому , що б була відповідність між завданнями та функціями з одного боку, структурою та людьми з другого та ресурсним забезпеченням по третє. Для того щоб встановити відповідальність необхідне здійснити необхідне ресурсне забезпечення – без того забезпечення це аматорство та безвідповідальність.

Сьогодні є дефіцит ресурсів та нагальні потреби у реформі. Тому держава повинна встановити що на сьогодні є нагальним, що необхідним і що бажаним. Те що є бажане можна здійснити протягом тривалого проміжку часу, що необхідне – у середньостроковій перспективі і що нагальне терміново. Тобто встановити часові пріоритети реформи.

Крім того є проблеми , які мало обговорюються в Україні, але були визначенні деякими закордонними експертами. Це проблема української законодавчої культури пострадянського типу.

Друга проблема це проблема робочої культури кожного правоохоронного органу .

І третя проблема це існування корупції в правоохоронних органах. Корупцію перемогти не можливо, але можливо створити таку ситуацію в якій відпадає потреба в корупційних діяннях.

Крім того необхідно змінити відносини у площині суспільство - держава у цій сфері, а саме демонополізувати право держави на право єдиної думки у сфері безпеки та оборони.

Наслідки реформування повинні бути підпорядковані загальній меті, яка має бути прозорою та зрозумілою для громадян країни.

Можливо за загальну мету можна визначити:

– перетворення правоохоронних органів з механізму переслідування та репресій на механізм захисту та відновлення порушених прав громадян;

– відродження довіри до них, як до головного правозахисного елементу держави;

– ліквідація або зменшення в них рівня корупції.

Тоді як суто функціональними цілями можна визначити:

– ліквідація дублювання функцій різними правоохоронними органами;

– побудову системи за європейськими стандартами організації та ефективності.

Мета не може бути досягнута лише завдяки лозунгам «що більше ніхто красти не буде», тому що зміна системи, яка існує сьогодні вимагає системного всебічного доцільно-обґрунтованого підходу з боку держави.

Література.

1. Ануфрієв М.І. Органи внутрішніх справ на рубежі тисячоліть // Наук. вісн. Дніпропетр. юрид. ін-ту МВС України. 2000. № 1. С. 3-15.

2. Блистів Т.І., Колесник В.Т., Пригунов П.Я., Карпова К.В. Концептуальні підходи до визначення методологічної функції законодавчого забезпечення національної безпеки України // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Юридичні науки. 2015. Випуск № 4 (81). С. 13-26.

3. Литвиненко В.І. Концептуальні засади реформування правоохоронних органів України // Наукові праці МАУП, 2017, Вип. 52(1), С. 7-16.

4. Концепція реформування правоохоронних органів України (система кримінальної юстиції) (проект) / Міністерство внутрішніх справ України. Національна Академія внутрішніх справ // Тюремний портал. Громадська правоохоронна організація «Донецький меморіал». URL: http://ukrprison.org.ua/index.php?id=1285058160.

5. Куліш А.М. Правоохоронна система України: адміністративно-правові засади організації та функціонування: дис. … д-ра юрид. наук: спец. 12.00.07 – «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» [Електронний ресурс] / А.М. Куліш. – Харків, 2009. – Режим доступу: http://disser. com.ua/content/355736.html.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Левкіна Р.В., д.е.н., професор,
Котко Я.М., асистент, здобувач,
харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Мале підприємництво є сферою діяльності, яка відіграє важливу роль в економіці країни в цілому та в регіонах, має швидке реагування та адаптацію до змін кон'юнктури ринку, створення нових робочих місць, насичення ринку товарами.

Сьогодні в Україні існують та виникають труднощі та недоліки в державному механізмі підтримки малого підприємництва, потрібно реалізовувати та розвивати державну системну підтримки підприємництва, беручи до уваги досвід закордонних країн світу з розвинутою ринковою економікою. В яких важливим пріоритетом є національна політика країни, щодо підтримки – підприємництва, основними є впровадження програм підтримки, регулювання та розвитку малого підприємництва збоку держави та регіонів країни.

Дослідження та вивчення міжнародного досвіду країн світу набуває важливого значення для України.

Досвід Сполучених Штатів Америки свідчить про те, що належна підтримка держави, щодо підприємництва, дає лідерські позиції розвитку підприємницької діяльності в світі. В США для малого підприємництва існують різноманітні системи державної підтримки для стимулювання та розвитку малого підприємництва, а саме: проста система ведення бухгалтерського обліку, спрощена система оподаткування, гарантування державних позик на відкриття та сталого розвитку малого підприємництва, низькі кредитні ставки в банківських установах.

В Італії державна підтримка малого підприємництва реалізовується через звільнення від податків, підготовка кваліфікованих кадрів та спеціалістів цієї галузі, впровадження методів контролю за якістю товарів на внутрішньому ринку, підтримка вітчизняного виробника та покращення його позицій на внутрішніх та зовнішніх ринках виділяються майже 1 млрд. доларів США.

У Великобританії застосовуються для підтримки та розвитку малого підприємництва пільгове оподаткування, налагоджена система надання консультаційних послуг, щодо інформації, статистичних

даних, даних різноманітних дослідження, які використовуються в малому підприємництві.

Мале підприємництво в Німеччині має швидкий розвиток та стабільну позицію в економіці країни завдяки державним програмам, які допомагають малому підприємництві у вирішення різноманітних проблем та труднощами здійснення підприємницької діяльності, такі як науково – технічні дослідження, прогнозування можливі ризики, маркетингові дослідження, а також важливою державною підтримки є підготовка та впровадження різноманітних ноу-хау, інноваційних методів та технологій в мале підприємництво для «виходу» малого підприємництва на міжнародний ринок. Також існують заклади, які надають консультації, з приводу кон'юнктури ринку, маркетингові дослідження, інновації, різноманітні програми інвестування. Важливої системою державної підтримки є кредитування та субсидії.

Досвід Китаю свідчить про те, що підприємництво надано важливу роль в економіці країни. Представники малого підприємництва сплачують менші податки, проста система відкриття власної справи та легка форма реєстрування підприємницької діяльності, низькі кредитні ставки та субсидії.

Уряд Китаю створює різноманітні служби, центри та комісії підтримки та стимулювання розвитку малого підприємництва: «Національна комісія розвитку», «Китайський центр з бізнесу», «CSHEO», які співпрацюють з малим підприємництвом надають консультації, інформацію, статистичні дані, налагоджують збутову діяльність, а також створюють нові партнерські контакти на вітчизняному та міжнародному середовищі країни, впровадження інноваційних ідеї, технологій, методів, винаходів. Недоліками та негативними факторами які є перешкодами розвитку підприємницької діяльності є корупція та невдосконалена система захисту прав власності на винахід чи ноу-хау.

В цих країнах успішно розвивається мале підприємництво завдяки відсутності суперництва та пригнічення між великими та малим підприємництвом, навпаки є підтримка та взаємозалежність оди від одного.

В Україні перешкодою розвитку малого підприємництва відсутність ефективного державного механізму підтримки малого підприємництва, недосконаліть системи оподаткування та субсидії.

Державна підтримка підприємництва в Україні здійснюється на законодавчому рівні, але не в повній мірі. Уряд України поступово створює кроки для покращення державної підтримки завдяки створенню програм підтримки та розвитку малого підприємництва.

Отже в Україні потрібно створити сприятливий економічний, соціальний та політичний клімат, що сприятиме розвитку підприємницької діяльності в цілому в державі та в регіонах, брати за приклад досвіду розвинутих країн світу, та побудувати низку систем та механізмів державної підтримки, економічних стимулів, політичних та соціальних механізмів які спрощують існування малого підприємництва. Мале підприємництво дає формування внутрішнього та зовнішнього середовища вітчизняного ринку, економічне зростання економіки, вирішення головної проблеми безробіття, врахування галузевих та регіональних особливостей підприємництва.

Література.

1. Колісніченко П.Т. Стан і тенденції розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / П.Т. Колісніченко // Економіка та суспільство. – 2017. – № 11. – С. 77-85.

2. Чубарєва Л.І. Малий бізнес : теорія, механізми підтримки становлення та розвитку / Л.І. Чубарєва // Автореф. канд. екон. наук. – Донецьк. – 2008. – 20 с.

3. Заярна Н.М. Міжнародний досвід підтримки малого бізнесу та сучасні українські реалії / Н.М. Заярна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.1. – С. 198-201.

4. Поліщук Г.О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / Г.О. Поліщук // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. – № 1 (51). – Режим доступу: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf.

5. Шраменко О.В. Удосконалення державного регулювання підприємницької діяльності на основі розвитку інформатизації економічних систем / О.В. Шраменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – Вип. 59. – С. 32-37.

ВПЛИВ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ НА ЕФЕКТИВНУ ЕКОНОМІЧНУ ТА ПОЛІТИЧНУ МОДЕРНІЗАЦІЮ СУСПІЛЬСТВА

Бєлоусова О.С., к.н.держ.упр., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Пожвавлення інтересу до вивчення інститутів та інституціоналізму, не лише в економіці, а й в різних сферах державного управління, визначає низку основних питань: як формуються інститути найбільш та найменш розвинутих країн, як вони впливають на

економічні показники та ефективність державного управління, в чому причини існуючих розбіжностей і які фактори призводять до ефективного, або навпаки неефективного інституційного устрою різних держав. Виникає закономірне питання, чому так, деякі країни змогли створити правила та норми, які сприяють зростанню і соціальному прогресу, а деякі, в тому числі і Україна, навіть змінюючи інституційну структуру у відповідністю із політичною та економічною модернізацією, породжують та зберігають неефективні інституції.

Можна впевнено стверджувати, що саме характер суспільних інститутів, що існують в тій чи іншій країні, визначає успіх або провал розвитку даної країни в довгостроковій перспективі. При цьому вважаємо, що в принципі, не існує ідеальної моделі інституційної структури, яку б можна було б впровадити, запозичуючи зарубіжний досвід, та гарантовано отримати ефективну економіку та державне управління, гарантований соціальний прогрес. Інституційні зміни можуть виникати спонтанно, за рахунок стихійного взаємодії дій окремих господарюючих суб'єктів, - тоді змінюються неформальні правила гри - і свідомо, під впливом держави, що змінює ті чи інші формальні правила гри [1]. Перший з основних джерел змін - це зрушення в структурі відносних цін. Технічний прогрес, відкриття нових ринків, зростання населення ведуть або до зміни цін кінцевого продукту по відношенню до цін факторів виробництва, або до зміни цін одних факторів по відношенню до цін інших. Деякі з колишніх форм організаційного та інституціонального взаємодії стають невигідними, і економічні агенти починають експериментувати з новими формами [2].

Інше джерело - ідеологія, тобто суб'єктивні моделі, через призму яких люди сприймають і оцінюють навколишній світ. Ідеологічні уподобання також не вільні від впливу економічних розрахунків: чим більше прибуткових можливостей блокує будь-чия суб'єктивна картина світу, тим сильніше стимули до її перегляду. Але ідеологія нерідко діє як самостійний фактор. Приклад - скасування економічно високоефективного інституту рабства в США, що можна пояснити тільки поступовим проникненням у свідомість суспільства переконання в аморальності власності на людські істоти [4]. Наприклад, як тільки корупція в Україні буде вважатися свідомо аморальною, (а ні хоча й і несправедливою, але можливістю для обраних), всіма, тільки тоді може відбутися її зменшення (автор вважає, що корупція не може бути ліквідована в принципі).

Відсутність інституційних змін означає, що ніхто з агентів не зацікавлений в перегляді діючих «правил гри» (з урахуванням витрат, які

їм довелося б понести). Головну причину того, чому сили конкуренції далеко не завжди ведуть до відбраковування неефективних «правил гри» і чому застійні соціальні форми могли існувати тисячоліттями, вбачаємо в тому, що високі трансакційні витрати роблять політичні ринки мало схожими на досконалий ринок неокласичної теорії [5].

У збереженні неефективних інститутів може бути зацікавлена держава, якщо це сприяє максимізації різниці між доходами та витратами бюджету; такі інститути можуть підтримуватися могутніми групами зі спеціальними інтересами; еволюція суспільства залежить від одного разу обраної інституційної траєкторії (path dependence): нові, більш ефективні «правила гри» можуть залишатися незадіяними, тому що їх введення вимагає значних початкових вкладень, від яких вільні вже давно вкорінені інститути [3]. Все це стабілізує ситуацію інституційну систему незалежно від ступеня її ефективності. Інститути як би «заштовхують» суспільство в певне русло, з якого потім важко згорнути. Складається «суміш» з ефективних і неефективних інститутів і саме співвідношення між ними визначає в кінцевому рахунку траєкторію розвитку суспільства. При цьому формальні і неформальні правила повинні відповідати один одному, а значить, повинні відповідати один одному і їх зміни (принцип «конгруентності інститутів»). Наприклад, якщо держава позичає формальні правила гри з-за кордону, здійснюючи «імпорт інститутів», але ці правила в корені не відповідають звичаям і традиціям суспільства, то запозичення не матиме успіху.

Кумулятивність інституційних змін також означає їх пат-залежність: зміни, що почалися в якомусь напрямку, триватимуть в майбутньому все з більшою силою. Інститути структурують політичний процес, визначаючи доступ до участі в ньому і окреслюючи рамки активності політичних акторів. Дифузія влади через політичні інститути вносить вклад в процес демократизації, ускладнюючи для будь-якої гілки влади завдання сконцентрувати її в своїх руках [7].

Поділ влади між політичними інститутами і механізми інтеграції політичних рішень гілок в одне, загальнодержавне рішення, є фундаментальними питаннями, з яким стикається демократична влада на ранніх стадіях становлення. Визначальною і необхідною умовою розвитку будь-якої розвиненої країни, є наявність суспільних інститутів, які є інклюзивними [6]. Прикладами таких країн є всі розвинені демократичні країни світу. І навпаки, країни, де громадські інститути носять закритий характер, приречені на відставання і занепад.

Громадські інститути в таких країнах, на думку дослідників, стимулюють лише збагачення еліт, які контролюють доступ до цих інститутів, - це так звані екстрактивні інститути (англ. extractive institutions) [3].

Таким чином, економічний розвиток суспільства неможливий без випереджаючого політичного розвитку, тобто без становлення загальнодоступних політичних інститутів.

Література.

1. Богоявленська Ю.В. Еволюція інституціональної теорії в контексті трансформації сучасних економічних систем: Монографія / Ю.В. Богоявленська, К.С. Шапошников. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – 550 с.

2. Манцуров І.Г. Інституційне планування в системі державного регулювання економіки : [монографія] / І.Г. Манцуров. – К. : НДЕІ, 2011. – 655 с.

3. Besley T., and Persson T. (2009). State Capacity, Conflict and Development, Econometrica, Forthcoming. [Electronic resource]. – Access mode: https://doi.org/10.3982/ECTA8073.

4. Berr E., Combarnous F., and Rougier E. (2009). Too much consensus could be harmfull : measuring the implementation of international financial institutions policies and their effects on growth, in Rochon L.-P. (Ed.) Monetary policies and Financial stability, London : [Electronic resource]. – Access mode: https://ideas.repec.org/e/c/pei2.html.

5. World Economic Forum [Electronic resource]. – Access mode: https://ru.wikipedia.org

6. The Corruption Perceptions Index / Transparency International [Electronic resource]. – Access mode : http://www.transparency.org/.

7. Index of Economic Freedom / The Wall Street Journal & The Heritage Foundation [Electronic resource]. – Access mode : http://www.heritage.org/.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Дудник О.В., к.е.н.,
Великоцька Н.О., студентка магістратури,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В сучасному світі земельні ресурси, являються основою для ефективного функціонування народних господарств, але в залежності до якої галузі суспільного виробництва вони відносяться, їх роль змінюється. Наприклад, для сільськогосподарського виробництва земля

є головним засобом виробництва, без якого дана діяльність не можлива, а її якісні характеристики безпосередньо впливають на рівень отриманих результатів та взагалі спеціалізацію діяльності.

Це основне вирішальне засіб виробництва матеріальних благ. За висловом відомого англійського економіста Вільяма Петі, «праця є батько й активний принцип багатства, а земля його мати» [1].

Але яким би вічним засобом виробництвом земля не була при правильному і раціональному її використанні, вона однаково залишається обмеженою у просторі та її неможливо відновити штучно, а тому втручання влади є необхідним.

Земельні ресурси України є одним із найвагоміших економічних активів держави, унікальним за своїми властивостями. Вони забезпечують функціонування економіки та суспільства, є надійною основою соціально-економічного розвитку країни. Проте нинішнє їх використання пов'язане із значними проблемами, які виникли через порушення економічної рівноваги і співвідношення між площами ріллі, природних угідь, лісових і водних ресурсів. Теперішній рівень використання земель в Україні настільки критичний, що подальша деградація потенціалу земельних ресурсів може мати катастрофічні наслідки [2].

Державне регулювання земельних відносин – це об'єктивна необхідність, що зумовлена особливою багатоцільовою роллю землі, її природною обмеженістю і незамінністю. Згідно чинного законодавства, воно направлене на організацію раціонального використання землі і охорону, шляхом впровадження певних норм і правил володіння, використання і розпорядження земельними ресурсами країни. При цьому чітко виокремлюються два рівні такого регулювання:

1. Державній рівень регулювання – орган влади, який має територіальне верховенство щодо всіх земель незалежно від форм власності. В цьому випадку застосовуються законодавчі і нормативні актах, які підлягають обов'язковому виконанню;

2. Господарський рівень регулювання – земля виступає об'єктом управління для державних органів, тобто земельні ділянки надаються фізичним та юридичним особам, які ведуть облік, оцінку, охорону земель і ін.

Правовою основою регулювання земельних відносин є Земельний кодекс України та закони «Про власність», «Про форми власності на землю», «Про землеустрій», «Про охорону земель», «Про державний контроль за використанням та охороною земель», тощо.. Ці

закони виступили підґрунтям для таких форм власності, як державна, приватна і колективна.

У державній власності знаходяться всі землі України. В цьому випадку землі належать як громадянам так і державі. Винятком є землі передані у приватну і колективну власність.

У приватній власності перебувають землі котрі належать приватним землевласникам, які отримали земельні ділянки від місцевих рад, у спадщину та ін.

При колективній власності землі належать колективним сільськогосподарським підприємствам.

Державне регулювання земельних відносин зорієнтовано на :

– охорону навколишнього середовища та використання природних ресурсів;

– забезпечення громадських і державних потреб;

– раціональне використання земельних ресурсів;

– забезпечення захисту і безпеки країни;

– організацію максимальної занятості населення.

Проведення на території країни земельної реформи, стала основою державної політики у сфері земельних відносин, які направлені на забезпечення удосконалення земельних відносин, а також перехід до нового земельного ладу.

На правовому рівні, ці відносини розглянуті в ст.2 Земельного кодексу України, в якій зазначено, що земельні відносини обмежуються лише суспільними відносинами щодо володіння, користування і розпорядження землею, які утворюють основу права власності на землю [3]. За інформацією Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру на сьогодні відповідно до пункту 15 розділу X «Перехідні положення «Земельного кодексу України» до 1 січня 2019 року діє мораторій на купівлю-продаж сільськогосподарських земель, умовою зняття якого є набрання чинності Закону України «Про обіг земель сільськогосподарського призначення». Та на даний час, проект закону перебуває на стадії доопрацювання та узгодження з представниками громадських організацій аграрного сектора [4].

Загалом варто зазначити, що регулювання ефективного використання земель є досить складним, що спонукає до залучення різних регуляторів, таких як земельний податок, орендну плату, оподаткування операцій із земельними ділянками, введення нормативів землеробства, штрафи, кредитна підтримка землекористувачів тощо. А для підвищення результативності земельної реформи в Україні є продовження процесу з юридичного оформлення землеволодіння та розробка ефективних економічних механізмів землекористування.

Література.

1. The Economic Writings of Sir William Petty [Electronic resource]. – Access mode: https://oll.libertyfund.org/titles/petty-the-economic-writings-of-sir-william-petty-2-vols

2. Панас Р.М. Моніторинг використання земельного фонду України за роки її незалежності / Р.М. Панас // Геодезія, картографія і аерофотознімання. – 2013. – Вип. 77. – С. 9-13.

3. Земельний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14

4. Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://land.gov.ua/icat/rynok-zemel/

5. Мазнєв Г. Є. Планування фінансового забезпечення інноваційних агротехнологій в умовах різного фінансового стану підприємств / Г.Є. Мазнєв, О.В. Дудник // Вісник ХНТУСГ. – 2015. – Вип. 161. – С. 60-73.

УДОСКОНАЛЕННЯ БЛОКУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІННИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Колесник В.Г., Кривич Л.І., студенти*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Сучасне господарювання вимагає від аграрних підприємств відповідності технологічної, виробничої, організаційної структури. Невідповідність якої призвело до реструктуризації підприємства, що призвело до зміни його структурі. Загальну структуру створює сукупність усіх виробничих, невиробничих та управлінських підрозділів підприємства.

Виробнича структура підприємства складається з підрозділів, де виконуються виробничі процеси створення продукції. Галузева структура виробництва залежить від таких факторів: рівня спеціалізації та кооперування на виробництві; рівня впровадження досягнень науково-технічного прогресу; розвитку електрифікації, механізації та автоматизації виробництва; наявності природних ресурсів та корисних копалин; суспільно-політичних умов та геополітичного становища держави; кліматичних умов та розвитку транспорту; росту матеріального і культурного рівня населення [1].

* *Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н.*

Наприкінці минулого сторіччя знову стали популярними ідеї А.В. Чаянова про кооперативні форми концентрації сільськогосподарського виробництва [2]. В публікаціях В.Я. Амбросова, В.В. Гончаренка, В.В. Горбоноса, В.В. Зіновчука, М.Ф. Соловйова, Г.В. Черевка, В.Й. Шияна, О.В. Шкільова та інших економістів – аграрників відзначається позитивна роль великотоварного виробництва в аграрному секторі економіки України [3, 4].

Удосконалення виробничої структури підприємства вимагає здійснення наступних заходів: визначення оптимальної величини підприємства; поглиблення спеціалізації основного виробництва; розширення кооперації з обслуговування виробництва; забезпечення високої якості продукції і послуг підприємства; забезпечення якості функціонування систем кругообігу й обороту фондів.

Удосконалена виробнича структура є початком удосконалення блоку організаційних змінних підприємства, а саме організаційної структури та організаційної структури управління. Друкер П. пропонує при здійсненні організаційних змін орієнтуватися на наступні положення [5]: перш за все, організаційна структура повинна забезпечити ефективність функціонування організації; по-друге, ефективна організаційна структура має мінімальну кількість рівнів управління та найкоротший ланцюг ієрархічних зв'язків; по-третє, організація повинна мати резерв управлінських кадрів та забезпечити своєчасну їх підготовку.

Відомо, що існує ряд вимог, яким має відповідати організаційна структура, найважливіші з яких: прозорість, хороша керованість, гнучкість, рентабельність. Організаційна структура повинна відповідати стратегії організації, забезпечити оперативну взаємодію з зовнішнім середовищем організації, забезпечити якісне та своєчасне досягнення основних цілей організації [6]. Різні види структур управління вимагають і відповідних методів удосконалення, які залежать від виду проблеми, яку вирішує підприємство. Тому удосконалення організаційної структури управління потрібно здійснювати в такій послідовності: формування кваліфікованих спеціалістів для розробки стратегії розвитку підприємства; відповідність внутрішнім та зовнішнім умовам функціонування в мінливому середовищі; розробка стратегії розвитку підприємства; формування програми витрат на здійснення стратегії організаційних змін; відповідність внутрішньої складової підприємства розробленій стратегії; здійснення стратегії розвитку і розрахунок ефективності здійснених заходів.

Використання інформаційних технологій для удосконалення організаційної структури управління можна розглядати як базову

передумову, що об'єктивується за формою та змістом у такому явищі, як управлінське рішення.

Управлінські рішення, їхня підготовка, розробка, ухвалення та виконання посідають центральне місце серед організаційно-правових засобів стратегічного і тактичного зрізу функціонування всієї ієрархічної системи управління.

Отже, удосконалюючи організаційні змінні на підприємствах, а саме виробничу структуру, організаційну структуру управління, потрібен комплексний підхід. Ефективні структури стають все більш важливими складовими науково-технічного рівня підприємства. А також зусилля фахівців повинні бути направлені на реалізацію комплексних програм, незалежно від рівнів.

Література.

1. Оптимізація виробничої структури сільськогосподарського підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrefs.com.ua/page,2,213895-Optimizaciyaproizvodstvennoiy-struktury-sel-skohozyaiystvennogopredpriyatiya.html.

2. Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной кооперации / А.В. Чаянов. – М. : 1927.

3. Амбросов В., Маренич Т. Механізм ефективного функціонування агроформувань / В. Амбросов, Т. Маренич // Економіка України. – 2006. – № 6. – С. 60-66.

4. Шкільов О.В. Ефективність використання орендованих земель і збереження їх родючості / О.В. Шкільов // Економіка АПК. – 2008. – № 6. – С. 7-11.

5. Друкер П. Задачи менеджера в XXI веке: Учебное пособие / П. Друкер; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильяме», 2000. – 272 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2005.

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Луценко О.А., к.е.н., доцент, Поливана Л.А., к.е.н., доцент, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Забезпечення сталого розвитку сільського господарства в умовах глобалізації і посилення конкуренції на світовому ринку безпосередньо залежить від активізації інноваційних процесів, техніко-технологічного оновлення галузі, створення механізмів інноваційного розвитку.

Серед факторів, які гальмують інноваційний розвиток спеціалісти виділяють недостатній рівень фінансового забезпечення інноваційної політики. Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» передбачено бюджетні асигнування на науку в розмірі 1,7 % ВВП [1]. Проте, в останні роки відбувається скорочення витрат по науково-дослідницьким і дослідно-конструкторським розробкам (НДДКР) у загальній сумі до ВВП (табл.), по показниках яких Україна суттєво відстає від провідних країн світу.

Таблиця

Питома вага витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП [3,4]

Країни	***2010***	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***
ЄС28	1,93	1,97	2,01	2,02	2,03	2,04	2,03
Болгарія	0,56	0,53	0,60	0,63	0,79	0,96	0,78
Естонія	1,58	2,31	2,!2	1,72	1,45	1,49	1,28
Іспанія	1,35	1,33	1,29	1,27	1,24	1,22	1,19
Литва	0,78	0,90	0,89	0,95	1,03	1,04	0,85
Німеччина	2,71	2,80	2,87	2,82	2,87	2,92	2,94
Польща	0,72	0,75	0,88	0,87	0,94	1,00	0,97
Румунія	0,46	0,50	0,48	0,39	0,38	0,49	0,48
Словаччина	0,62	0,66	0,80	0,82	0,88	1,18	0,79
Словенія	2,06	2,42	2,57	2,58	2,37	2,20	2,00
Угорщина	1,15	1,19	1,26	1,39	2,35	1,36	1,21
Чеська Республіка	1,34	1,56	1,78	1,90	1,97	1,93	1,68
Україна	0,75	0,65	0,67	0,70	0,60	0,55	0,48

Досвід провідних країн-економічних лідерів Великобританія, Франція, Німеччина, США, Японія, Швейцарія та ін. свідчить про ефективне втручання держави в інноваційні процеси: пряме державне фінансування займає 50 % всіх витрат на створення інновацій(Франція, США); надання безвідсоткових позик в розмірі 50 % на впровадження інновацій (Швеція, Німеччина); дотації (всі країни); створення фондів впровадження інновацій з врахуванням можливого ризику (Франція, Швейцарія, Нідерланди) зниження державного мита для приватних винахідників (Німеччина, Австрія, США) та ін.

У світовій практиці для стимулювання інноваційної діяльності також застосовують і пільгові знижки: відстрочка податкових платежів внаслідок виникнення додаткових витрат на інноваційні цілі; зменшення податку на суму приросту витрат на інноваційні цілі;

звільнення від податку на прибуток, який отримано внаслідок реалізації інноваційних проектів протягом декількох років.

Використовуючи закордонний досвід, Україні було б доцільно сформувати ефективну систему фінансування фундаментальних і важливих прикладних розробок за рахунок бюджетного фінансування з метою наближення їх результатів до потреб виробництва. Держава через різні механізми має фінансувати аграрну науку і стимулювати інвестиції в інноваційні проекти.

Таким чином для підвищення результативності роботи аграрного сектора економіки з використанням інноваційних можливостей повинні стати: створення системи податкових, інституціональних і соціальних мотиваторів на кожному етапі інноваційного процесу; активна участь у міжнародному технологічному обміні, організація різних сучасних інноваційних структур.

Комплексна апробація окремих елементів розглянутих механізмів залучення приватних капіталів надасть можливість більш ефективно використовувати державні кошти і удосконалювати фінансово-кредитну систему стимулювання інноваційної діяльності в АПК України.

Література.

1. Яковлєв А.И. Экономико-организационные аспекты инноваций / А.И. Яковлев, Н.А. Макаренко. – Харьков: Бізнес-информ, 2007. – 86 с.

2. Закон України «Про наукову і науково-техічну діяльність» від 07.03.2018, 848-VIII / [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon rada.gov.ua

3. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?

4. Офіційний сайт державної служби статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/dru/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_nauka-2018.pdf.

5. Аналітична довідка. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.dknii.gov.ua/? G= system/files/sities/default/files/images/-8%2019%

Секція

Планування, прогнозування, облік та контроль в управлінні розвитком соціально-економічних систем

ІНТЕГРАЦІЯ ДАНИХ РІЗНИХ ВИДІВ ОБЛІКУ

Маренич Т.Г., д.е.н., професор,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Загальновизнано, що бухгалтерський облік є ядром інформаційного забезпечення, головним інструментом управління фінансово-господарською діяльністю підприємств різних галузей національної економіки. В сучасних умовах невизначеності та ризику швидкі зміни економічної ситуації висувають нові вимоги до системи управління суб'єктами господарювання з метою адекватного реагування на відповідні виклики. Це підвищує роль сучасної системи бухгалтерського обліку, яка дає змогу керівникам і менеджерам підприємств приймати зважені та ефективні управлінські рішення завдяки володінню правдивою, повною, неупередженою та достовірною інформацією про фінансовий стан та результати діяльності підприємства. Тому визначення напрямів і проблем розвитку обліково-інформаційного забезпечення фінансово-господарської діяльності підприємств має поліпшити їхню систему управління. Саме грамотно оброблені і систематизовані дані бухгалтерського обліку сприяють підвищенню ефективності та якості управління, зменшують збитки підприємства. Нині, коли швидко збільшується обсяг і необхідність спільного використання даних, суттєво зростає роль інтеграції облікової інформації, яку продукують різні види обліку.

Більшість вчених розглядають облік лише як сервісну функцію, що забезпечує інформаційну підтримку управління підприємствами. Однак, як стверджує Жук В.М., усвідомлення того, що облік давно вийшов за рамки управління підприємством та функціонує далеко за його межами, будучи невід'ємною частиною держави й економіки на глобальному рівні, зумовлює визнання його в новій іпостасі – у статусі вагомого соціально-економічного інституту, який формує ефективні комунікації між учасниками економічного життя, забезпечує довіру, порозуміння між ними та значною мірою відповідає за керованість процесів, які відбуваються у соціально-економічному середовищі [1, с. 72]. Проте зростаюча роль обліку у місії попередження проявам хаосу в соціально-економічному просторі не підтверджується на практиці, про що свідчить світова фінансова криза 2008 року.

Як зазначає Хомин П.Я., мета бухгалтерського обліку – забезпечення менеджерів достовірною інформацією про минулі події.

І нікуди від цього не подітися, бо Нострадамуса в бухгалтерському обліку зробити неможливо, попри дзвінкість такого визначення. На думку вченого, значення облікової інформації в забезпеченні стратегічних рішень теж не варто переоцінювати. Змоделювати майбутнє за описом минулого ще нікому не вдалося і не вдасться, бо це суперечить діалектиці [2, с. 37]. І далі: якщо бухгалтерський облік перестане бути «панахидою» по фактах господарського життя, що відбулися, то це вже виявиться чимось іншим, приміром, плануванням, прогнозуванням, або ж банальним угадуванням [2. с. 38].

Такий «консервативний» підхід відбиває відношення до бухгалтерського обліку, перш за все, як до техніки складання та представлення зацікавленим користувачам інформації про фінансово-господарську діяльність у звітних формах. Головне, щоб система бухгалтерського обліку уможливлювала створення необхідної інформації за запитами окремих користувачів і різних інституцій. Необхідно сформувати такий вид обліку, в якому б створювалася інтегрована інформація, яка б задовольняла будь-яких користувачів. Таким видом обліку, на думку Сльозко Т.М., був і залишається цілісний бухгалтерський облік, який за умов його повної комп'ютеризації у межах країни і у глобальному масштабі дозволяє створювати необхідну інформацію для будь-яких користувачів [3, с. 255].

Нині важливе значення відіграють інформаційні технології, які базуються на застосуванні комп'ютерів, активній участі користувачів, широкому використанні пакетів прикладних програм загального призначення, доступі до віддалених баз даних і програм завдяки обчислювальним мережам ЕОМ [3, с. 240]. Застосування новітніх інформаційних технологій у бухгалтерському обліку сприяло створенню електронних офісів. З'являються так звані віртуальні підприємства та формується Internet – економіка, основу якої складає електронний бізнес. Тобто, завдяки сучасним інформаційним технологіям, організації баз і банків даних створюється можливість для одержання інтегрованої інформації, яка необхідна користувачам на всіх стадіях управління.

Майбутнє бухгалтерського обліку, як єдиної інтегрованої інформаційної бази, що ґрунтується на глобальній комп'ютерній мережі представив у своїй праці Медведєв М.Ю. [4]. Вчений запропонував провести комплекс дій, які не лише кардинально змінять діючу систему бухгалтерського обліку, а й систему нормативного і соціального права. Свій підхід він назвав комп'ютерною формою обліку, вказуючи на суттєві перешкоди її розповсюдження. Серед них:

посягання на особисту свободу людей, бо будь-яка інформація про суб'єкт є посягання на нього; справжнє реформування обліку викличе переворот у соціальній сфері, оскільки він залежить від суб'єктивних чинників (і офіційні органи, й самі бухгалтери), яким не завжди необхідне потрібне реформування; незворотні зміни в громадському і податковому праві; відміна готівки; обов'язкова нотаріальна реєстрація усіх угод за допомогою електронного запису; обов'язкове декларування товарів; відміна комерційної і службової таємниці тощо [4, с. 713-714]. Така концепція комп'ютерного обліку з інтегрованою інформацією, що він створює, кардинально змінює сутність не лише обліку, а й облікової професії, коли на заміну бухгалтерам прийдуть облікові нотаріуси та креативні бухгалтери [4, с. 712].

Незважаючи на утопічність запропонованої концепції нового обліку, Сльозко Т.М. бачить у ній багато позитивного, оскільки вона включає основні складові методологічного, нормативного та професійного розвитку обліку [3, с. 247]. Це дозволило автору представити модель інтегрованої системи бухгалтерського обліку, здатної створювати інформацію за запитами будь-яких користувачів (рис. 4.12 у [3, с. 247]). Проте не зрозуміло, яким чином користувачі і без бухгалтера можуть черпати із цієї бази інформацію, яка їм потрібна, і робити за нею власні розрахунки за своїми алгоритмами для задоволення власних цілей [3, с. 248].

Перш ніж будувати єдиний інформаційний простір для підприємств однієї країни або багатьох країн одночасно, спочатку треба досягти інтеграцію обліково-інформаційного забезпечення у функціонально розвинуту систему управління окремого підприємства, яка б охоплювала всі функції управління та забезпечувала б повну замкненість функціонального контуру управління суб'єкта господарювання.

Певна інтеграція облікової інформації, її багаторазове використання досягається завдяки автоматизованій формі обліку. Поливана Л.А. і Луценко О.А. визначили такі характерні риси автоматизованої форми обліку:

– послідовна інтеграція облікових даних (оперативний, внутрішньогосподарський, бухгалтерський, податковий, статистичний облік) при обробці для отримання показників зведеного аналітичного і синтетичного обліку і звітності на основі єдиної первинної інформації;

– можливість отримання максимальної інформації за необхідними групувальними розрізами (класифікаторами) при мінімумі вихідних даних, що вводяться в ЕОМ, досягається завдяки формуванню єдиної бази даних;

– однократна фіксація первинних документів, зберігання їх в базі даних і багаторазове використання при вирішенні різних задач, що призводять до інтеграції різних видів обліку, ліквідуючи їх організаційну і методологічну відмінність. Ліквідується паралелізм і дублювання в роботі функціональних підрозділів підприємства і функціональних АРМ бухгалтерів. Є можливість отримання облікових показників як у вартісному, так і в натуральних показниках, як результат взаємного збагачення всіх видів обліку;

– збереження автономності функцій і задач окремих видів обліку, не дивлячись на їх інтеграцію в єдину базу даних і використання одних і тих самих первинних документів. Кожному з них стають притаманні такі риси, як оперативність, точність, системність, обґрунтованість та інші;

– застосування засобів автоматизованої обробки даних не тільки на стадії бухгалтерського, податкового, статистичного, але й на стадії оперативного обліку (реєстратори розрахункових операцій, сканери штрихових кодів, системні турнікети тощо), що призводить до введення даних безпосередньо в ЕОМ. Як результат такі операції не отримують традиційного документального оформлення. З'являється новий тип документів – електронні (машинні) документи. Надання юридичної сили таким документам – одна з характерних рис автоматизованої форми обліку. Ця характерна ознака вносить зміни у методологію бухгалтерського обліку. Відбувається реформація первинного обліку (документування) як елементу методу бухгалтерського обліку;

– автоматизація формування бухгалтерських проведень з більшості господарських операцій. Така ознака вносить зміни у методологію бухгалтерського обліку, вона трансформує журнальну форму обліку в автоматизовану, перетворюючи облікові регістри на звітність;

– наявність механізму надійної системи контролю і корегування помилок, що виникають під час реєстрації інформації, формуванні результатної інформації;

– наявність механізму пошуку і видачі інформації відповідно функцій і задач різних видів обліку [5, с. 80-82].

В єдиній інформаційній базі відбувається систематизація, деталізація, узагальнення облікової інформації як цілісної системи. При цьому користувачі мають за своїми запитами чи вимогами самостійно інтерпретувати її під власні цілі та завдання. Головне, щоб вони вміли використовувати інформацію, яку їм надає облік. Слід враховувати, що кожна автоматизована форма обліку повністю залежить від бухгалтерського програмного забезпечення, яке й впливає на порядок

збору, опрацювання, узагальнення даних, а також від можливості зорганізуватися в інтегровану систему чи розподілену систему обробки даних.

Глобальні питання, які стосуються, наприклад, сталого розвитку, зміни клімату, все частіше вимагають збору додаткової інформації про діяльність суб'єкта господарювання. Тому інтеграція даних щодо економічного зростання, соціальної справедливості, раціонального природокористування є особливо складним завданням, оскільки стандарти таких даних не узгоджені і існує безліч різних їх типів.

Література.

1. Жук В.М. Розвиток функцій бухгалтерського обліку / В.М. Жук // Економіка АПК. – 2016. – № 6. – С. 71-76.

2. Хомин П.Я. Підміна облікової проблематики схоластичною дилематикою / П.Я. Хомин // Актуальні напрями модернізації бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування в Україні: Матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 23 травня 2018 р. / редкол.: Т.Г. Маренич [та ін.]; Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка. – Х.: «Смугаста типографія», 2018. – С. 37-38.

3. Сльозко Т.М. Бухгалтерський облік в умовах інституційних перетворень: теорія і практика: [монографія] / Т.М. Сльозко. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 304 с.

4. Медведев М.Ю. Общая теория учета: естественный, бухгалтерский и компьютерный методы / М.Ю. Медведев. – М. : Изд-во «Дело и сервис», 2001. – 752 с.

5. Поливана Л.А. Реальність автоматизованих систем бухгалтерського обліку в Україні / Л.А. Поливана, О.А. Луценко / Науково-методичні основи розвитку обліково-аналітичної системи України в умовах глобалізації економіки: [колективна монографія] / За заг. ред. Т.Г. Маренич. – Харків : Вид-во «Смугаста типографія», 2017. – С. 73-92.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ИСАЧЕНКО Е.М., СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ,
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Программный комплекс «Бухстат» является частью автоматизированной системы информационного обеспечения Министерства сельского хозяйства и продовольствия и предназначен

для информационного взаимодействия Министерства сельского хозяйства и организаций АПК всех уровней государственной власти.

ПК «Бухстат» обеспечивает автоматизацию процесса сбора, накопления и хранения, обработки и представления информации бухгалтерского учета, ведомственной и статистической отчетности.

Банк данных ПК «Бухстат» выступает в качестве центрального хранилища информации в специальным образом организованных данных бухгалтерской, ведомственной и статистической отчетности организаций Министерства сельского хозяйства и продовольствия, полученных из различных IT-систем информационной вертикали, а также технических, программных, языковых и организационно-методических средств, предназначенных для коллективного использования пользователями и решения различных экономических проблем, а также предоставляет доступ к информации в бухгалтерию, ведомственных и корпоративных данных статистической отчетности в электронном виде.

Организационно-функциональная структура банка данных ПК «Бухстат» соответствует действующей организационной структуре Минсельхозпрода и охватывает всю структуру управления отраслью.

Методическое обеспечение представляет собой систему общих и частных методов анализа. Оно сформировано на основе документов, предоставленных Министерством сельского хозяйства и продовольствия, и методики расчета аналитических показателей в соответствии с нормативными документами, утвержденными Министерством сельского хозяйства, Министерством экономики, Министерством финансов, Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь.

Программная структура банка данных обеспечивает бесперебойную и эффективную работу на уровне общесистемного программного обеспечения, систем управления базами данных и прикладного программного обеспечения с надлежащим функционалом, в том числе:

– интуитивно-понятный интерфейс для ввода, поиска, обработки и представления данных;

– инструмент для интеграции и обеспечения качества данных;

– система администрирования, позволяющая обеспечить безопасность в коллективной работе пользователей, включая определение прав и объектов пользователей;

– простой механизм отслеживания и обнаружения ошибок в данных для получения единой версии данных.

Для обеспечения единого подхода к функционированию системы информационного обеспечения Министерства сельского хозяйства и продовольствия на всех уровнях государственной власти разработана и актуализирована нормативно-справочная информация.

Общее программное обеспечение включает в себя операционную систему, сервисные программы, системы программирования, программные средства, проблемно-ориентированные прикладные программы.

Функциональное программное обеспечение ПК «Бухстат» состоит из двух основных подсистем:

1. Автоматизированная подсистема создания и формирования баз первичных и сводных отчетов, сбора, обработки и представления данных предназначена для автоматизации процесса проектирования форм отчетности, справочных данных, расчетных таблиц, логического и арифметического контроля показателей, обмена справочной информацией, обмена данными между компонентами удаленной системы, накопления и обработки данных.

Подсистема предоставляет возможность генерировать новые отчетные документы и вносить изменения в ранее созданные, что обеспечивает актуальность системы в связи с изменениями в отчетных формах.

2. Автоматизированная подсистема аналитического конструктора, предназначенного для создания аналитических отчетов и справок по отдельным показателям отчетов любого уровня (первичная, сводная) для одного или нескольких отчетных периодов, проведя сравнительный анализ деятельности организаций по любым заданным критериям на основе бухгалтерской, ведомственной и отраслевой статистической отчетности, реализует базовые функции информационного поиска, печати сводных форм используя образцы входных документов, просмотр отчетов по каждому предприятию для существующих периодов, анализ полноты информации отчитывающихся предприятий, контроль информации, импорт информации в приложения MS Offise, урегулирование запросов, представление информации в графической форме, формирование справочной информации для управления, передача информации в локальной сети.

Литература.

1. ПК «Бухстат» [Электронный ресурс] / УП «ГИВЦ Минсельхозпрода» информационно-вычислительное республиканское унитарное предприятие. – Минск, 2015. – Режим доступа: http://www.givc.by/services/sbor-obrabotka-analiz-otchetnosti-predpriyatiy-apk/pk-bukhstat/. – Дата доступа: 087.03.2019.

2. Типовой программный комплекс сбора, обработки и анализа бухгалтерской, отраслевой статистической и ведомственной отчетности «Бухстат» / Информационно-вычислительный Центр Облсельхозпрода. – Минск, 2016. – Режим доступа: https://ivcagromog.by/?q=node/120. – Дата доступа: 087.03.2019.

ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ АПК

Лукашевич А.В., старший преподаватель, Зенович А.С.,
УО «Белорусский государственный
аграрный технический университет»

Одним из наиболее значимых секторов отечественной экономики является сельскохозяйственный. Его деятельность способствует обеспечению продовольственной безопасности страны и пополнению валютных резервов государства. В последние годы удельная доля аграрного сектора в валовом внутреннем продукте Республики Беларусь превышала 8 % [3]. Отметим, что в экономически развитых странах, таких, например, как Великобритания, США, ФРГ, значение данного показателя было в три раза меньше.

Важным компонентом системы производства аграрной продукции являются трудовые ресурсы, от количественных и качественных характеристик которых зависят результаты работы сельскохозяйственной отрасли. Трудовые ресурсы – это часть населения, обладающая необходимым физическим развитием, знаниями и практическим опытом для работы в хозяйстве республики.

Трудовые ресурсы как главная и производственная сила общества представляет собой важный фактор производства, рациональное использование которого обеспечивает рост объемов производства продукции АПК и его экономической эффективности.

Сельскохозяйственный труд имеет специфические особенности, обусловленные действием технических факторов и отраслевым характером производства:

– земля как средство производства обеспечивает обширность приложения труда, его пространственную разбросанность;

– эффективность использования труда зависит от природных факторов;

– труд в сельском хозяйстве носит сезонный характер;

– работа с живыми организмами требует не только физического, умственного, но и духовного напряжения;

– многообразие видов работ и сжатые сроки их выполнения требуют универсальной квалификации работников;

– в сельском хозяйстве рабочий период не совпадает с периодом производства, поэтому результат труда проявляется через длительное время [5, с. 197].

Основная особенность использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве заключается в сезонности труда, являющейся результатом несовпадения периода производства и рабочего периода. Это касается главным образом растениеводства, особенно выращивания технических, овощных, плодово-ягодных культур и картофеля. Сезонность выражается в увеличении потребности в рабочей силе в период посевных работ, ухода за растениями, уборки урожая и в уменьшении такой потребности в зимний период.

В настоящее время сокращается численность людей, работающих в аграрном секторе Беларуси. Имеется также значительное несоответствие между спросом и предложением на рынке труда в сельском хозяйстве. Количество свободных рабочих мест для работников массовых профессий (животноводов, агрономов др.) существенно превышала численность безработных, имевших соответствующие специальности.

В целом в Республике Беларусь в последние годы произошли следующие значительные изменения в составе трудовых ресурсов сельского хозяйства:

– сократилась численность сельского населения и соответственно уменьшилось количество работников сельского хозяйства;

– увеличились численность и удельный вес квалифицированных работников;

– увеличился средний возраст работников, что обусловлено старением сельского населения [4, с. 50].

В сельской местности имеется ряд проблем, связанных с формированием и использованием трудовых ресурсов, но основными остаются сезонность многих проводимых работ, а также низкий уровень оплаты труда, что делает данную отрасль непривлекательной, и, как следствие, происходит отток молодежи из сельской местности.

Проблемой оттока молодежи из сельской местности активно занимается государство. Создаются различные программы по привлечению населения в сельскую местность, существует множество льгот для сельскохозяйственных производителей [2, с. 212].

Для повышения привлекательности труда в сельскохозяйственной отрасли, а также решения перечисленных выше проблем необходимо реализовывать следующие меры:

– обеспечивать потребности молодежи в жилье;

– создавать особые системы мотивации для молодежи, обеспечивать им проведение досуга и свободного времени;

– создавать и расширять инфраструктуру в сельской местности;

– формировать на базе сельскохозяйственных организаций небольшие перерабатывающие производства, которые позволят одним и тем же рабочим заниматься сначала выращиванием сельскохозяйственных культур, а затем их переработкой;

– формировать разностороннюю специализацию рабочих кадров, позволяющую работникам быть задействованными на разных стадиях производственного цикла [1, с. 37].

Предложенные мероприятия будут содействовать повышению эффективности формирования и использования трудовых ресурсов АПК Беларуси.

В настоящее время реализуется Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы. Целями государственной программы являются повышение эффективности сельскохозяйственного производства и сбыта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, повышение их конкурентоспособности, обеспечение внутреннего рынка отечественной сельскохозяйственной продукцией и продовольствием в необходимых объемах надлежащего качества на основе формирования рыночных механизмов хозяйствования и развития аграрного бизнеса. Планируется, что к 2020 году увеличится объем сельскохозяйственного экспорта в стоимостном выражении до 6,2 млрд. долларов США, производительность труда вырастет в сельском хозяйстве в 1,4 раза к уровню 2015 года [6]. В программе также рассматриваются вопросы эффективной организации трудовых ресурсов в сфере АПК Беларуси.

Литература.

1. Антоненко М. Тенденции использования живого труда для производства сельскохозяйственной продукции / М. Антоненко, О. Пашкевич, В. Левкина // Аграрная экономика. – 2017. – № 7. – С. 34-39.

2. Бусел И.П. Экономика сельскохозяйственного предприятия с основами менеджмента: [пособие] / И.П. Бусел, П.И. Малихторович. – Минск : Литература и Искусство, 2018. – 448 с.

3. Труд [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь – 2019. Режим доступа – http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/labor. - Дата доступа: 08.01.2019.

4. Чеплянский А. Предложение труда в сельском хозяйстве и факторы, его определяющие / А. Чеплянский // Аграрная экономика. – 2016. – № 4. – С. 49-54.

5. Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса. В 2 кн. Кн. 1 / Гусаков, В.Г. [и др.]; под общ. ред. акад. Гусакова В.Г. – Минск : Белорус. Наука, 2017. – 891 с.

6. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы: в ред. постановлений Совмина от 30.12.2016 N 1129, от 01.02.2017 N 87.

МІСЦЕ АУДИТУ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Мурашко Б.М., студент*,
Головко А.Ю., студентка,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Контроль – важлива функція управління. Це об'єктивне явище в економічному житті суспільства, а у сфері управління фінансовими ресурсами – невід'ємна частина системи регулювання фінансовими відносинами. Фінансовий контроль поділяється на державний, відомчий, місцевих органів самоврядування, аудит (недержавний), внутрішній.

Відповідно Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», аудит фінансової звітності – це «аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам» [1].

Аудит спрямований на забезпечення майнових інтересів як конкретних осіб: власників, інвесторів, юридичних осіб, їх кредиторів,

* *Науковий керівник – Бірченко Н.О., к.е.н.*

так і інших осіб, які використовують фінансову звітність перевірених осіб.

Аудиторський контроль здійснюється поряд із державним, місцевим, відомчим фінансовим контролем та контролем власника. Вони мають різні завдання та об'єкти, але мають багато спільного у прийомах та кінцевій меті – зміцнення фінансової дисципліни.

Об'єктами державного, місцевого та відомчого контролю є централізовані грошові фонди, фінансові потоки держави та місцевого самоврядування та інше, аудиту – переважно децентралізовані. Відмінності є і в методах контролю. Для органів державного, місцевого та відомчого контролю – це ревізії, тематичні перевірки, для аудиторських фірм та аудиторів – аудиторська перевірка.

Аудиторський контроль є головною складовою в механізмі детінізації економіки, так як пов'язаний із такою суспільною сферою діяльності держави, як виявлення порушень фінансової дисципліни, інших відхилень від норми, тобто протидією правопорушенням. Кінцевою метою аудиту, як будь-якої іншої форми фінансового контролю, є не тільки підтвердження достовірності фінансової звітності, а й випадки спростування відповідності фінансових звітів закону через виявлення різноманітних правопорушень, і вжиття заходів, спрямованих на їх припинення, покращання бухгалтерського чи податкового обліку, податкової дисципліни, тобто усунення факторів, що призводять до вчинення адміністративно-правових деліктів порушень фінансової дисципліни, інших тіньових проявів.

Найголовнішими принципами роботи в діяльності аудитора є економічна свобода, в тому числі і в підприємництві, правомірність, незалежність, компетентність, секретність та інші. Аудиторські перевірки представлені різними типами звітів та документів, в ході виконання фінансового контролю. Так, наприклад в ході аудиторської перевірки перевіряються такі показники фінансової документації як вірність складання фінансової звітності, правдивість наданих даних.

Таким чином, аудит як форма фінансового контролю являє собою незалежну перевірку фінансової звітності суб'єкта підприємницької діяльності, яка здійснюється в суворій відповідності до законодавства про дану діяльність.

Література.

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19.

2. Голов С.Ф. Міжнародні стандарти фінансової звітності у форматі Мінфіну / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. –№ 4. – С. 15-20.

3. Каменська Т. Основні напрями діяльності внутрішнього аудиту в системі управління / Т. Каменська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 7. – С. 40-43.

4. Стендер С.В. Аудит як структурний елемент контрольної функції управління / С.В. Стендер // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 1. – С. 112-117.

5. Хомяк Н.В. Впровадження міжнародних стандартів аудиту в розвиток системи економічного контролю України / Н.В. Хомяк // Економічні науки. – Серія «Облік і фінанси». – Збірник наукових праць. – Випуск 10 (37). – Ч. 4. – Луцьк: ЛНТУ, 2013. – С. 368-375.

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ СТАНОМ СИСТЕМИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Носань Н.С., к.і.н., доцент,
Черкаський державний технологічний університет,
Куценко Д.М., аспірант,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

Проблема оцінювання як рівня фінансової безпеки суб'єктів господарської діяльності, так і рівня національної фінансової безпеки держави залишається актуальною з огляду на гнучкість структури та постійні трансформації будови систем фінансово-економічної безпеки на мікро- та макрорівнях. Проблеми діагностики стану фінансово-економічної безпеки досліджують сучасні вчені, зокрема, авторський підхід до оцінювання рівня економічної безпеки фінансових установ пропонує Н.В. Зачосова у своїй одноосібній монографії «Формування системи економічної безпеки фінансових установ» [1] та у інших фахових публікаціях [2, 3], С. М. Лаптєв, О. М. Герасименко приділяють увагу особливостям формування індикаторів оцінки стану економічної безпеки торговців цінними паперами [4], окремі аспекти аналізу стану безпеки економічних систем розглядає В. О. Занора, в цілому досліджуючи питання організації системи управління економічною безпекою суб'єктів господарювання [5]. Однак, вирішення проблеми забезпечення об'єктивності та релевантності

результатів аналізу показників комплексної системи економічної безпеки та її функціональних підсистем продовжує залишатись актуальним.

У першу чергу проблема оцінювання стану фінансової безпеки полягає у відсутності універсального переліку показників для проведення аналітичних процедур, оскільки специфіка організації та функціонування систем фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності вимагає інтеграції додаткових індикаторів для формування висновку щодо стану окремих параметрів їх економічної, фінансової, кадрової, інформаційної та інших видів безпеки. Друга проблемна обставина – власне механізм оцінювання. Більшість сучасних дослідників проблем менеджменту фінансово-економічної безпеки погоджуються у необхідності поєднання кількісної і якісної систем оцінок. Водночас, така єдність породжує і нові методологічні виклики: зокрема, як коректно використати математичний інструментарій, яких експертів і у якій кількості потрібно залучати для визначення та інтерпретації значень вузько спеціалізованих показників, яким має бути механізм оцінки – бальним, з точними значеннями чи з інтервалами значень кожного окремого індикатора. Важливе питання кількості показників – чи має бути вона однаковою для характеристики кожної функціональної складової системи фінансово-економічної безпеки, чи має варіюватись відповідно до структурної будови конкретного об'єкту оцінювання.

Багато питань виникає з приводу того, чи потрібно визначати підсумковий індикатор стану фінансово-економічної безпеки, чи висновок щодо її рівня має базуватись на системі отриманих у результаті проведених обрахунків значень. У випадку обрання варіанту наявності підсумкового індикатора, його значення, зазвичай, розраховується шляхом сумування оцінок усіх проміжних індикаторів стану функціональних складових системи фінансово-економічної безпеки (в окремих випадках із їх коригуванням на вагові коефіцієнти у залежності від важливості того чи іншого показника для результуючого індикатора, у інших випадках – без такого уточнення). Однак, якщо визнати систему фінансово-економічної безпеки емерджентною системою (тобто такою, поєднання складових елементів якої створює об'єкт із більш складними характеристиками, ніж були притаманними початковому набору елементів, і ознаками, якими ті, будучи самостійними об'єктами, не володіли), то у такому випадку оцінювання безпеки такої системи через суму оцінок стану її підсистем є не коректним, і виникає необхідність у пошуку принципово інших підходів для діагностики

рівня фінансово-економічної безпеки або ж суттєвого перегляду класичних переліків індикаторів, які традиційно пропонуються для оцінювання стану основних складових системи фінансово-економічної безпеки і господарських структур, і окремих регіонів, і держави в цілому.

Кінцевою метою отримання достовірної оцінки рівня фінансово-економічної безпеки є прийняття зважених і своєчасних управлінських рішень (якщо мова йде про підприємства або фінансові установи) або регуляторних дій чи видозміни стратегічних орієнтирів щодо напрямів розвитку національної економіки та, зокрема, державної фінансової системи (якщо вести мову про рівень фінансової безпеки країни). Тому процес оцінювання має проходити швидко, бути максимально автоматизованим, а його результати – простими для інтерпретації та розуміння топ-менеджментом бізнес-структур і державними службовцями. З огляду на це, максимальна увага має бути приділена саме процесу організації і власне діагностики стану фінансово-економічної безпеки – етапам розробки методики оцінювання, визначення періодичності проведення аналітичних процедур, встановлення кола осіб, відповідальних за оцінювання фінансово-економічної безпеки та якість отриманого за його результатами інформаційного ресурсу. Також управлінському персоналу варто підготувати каталог орієнтованих рішень, які необхідно прийняти в залежності від отриманої оцінки фінансово-економічної безпеки. На державному рівні використання результатів аналізу стану фінансово-економічної безпеки – більш складне завдання. Оцінювання доцільно здійснювати до або одразу після проведення економічних і фінансових реформ із метою встановлення необхідності їх ініціювання або ж для оцінки їх наслідків для національної економічної безпеки. Також значення показників стану національної фінансово-економічної безпеки можуть слугувати базисом для формування стратегії національної безпеки, стратегії забезпечення економічної безпеки держави, стратегії розвитку фінансової системи країни, політики фінансово-економічної безпеки України та інших основоположних для подальшого економічного розвитку нашої держави документів. З огляду на все зазначене вище, вектори подальших досліджень у обраній науковій царині пропонується спрямувати у бік модернізації методичних підходів до оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання (за видами економічної діяльності) та держави в цілому (у розрізі окремих підсистем із врахуванням таких сучасних особливостей їх функціонування, як переорієнтація економіки на воєнні потреби, зниження рівня попиту на ринках через проблему

зубожіння населення, занепад малого та середнього бізнесу, економічну блокаду, втрату фінансового суверенітету та дестабілізацію банківської системи).

Література.

1. Зачосова Н.В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ : монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2016. – 375 с.
2. Зачосова Н.В. Особливості аналізу рівня фінансової безпеки держави та значення оцінки стану економічної безпеки фінансових установ у цьому процесі / Н.В. Зачосова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 12. – С. 191-194.
3. Фурман В.М. Методичні підходи до формування інструментарію оцінки рівня економічної безпеки сучасних банків як домінуючого виду фінансових установ в Україні / В.М. Фурман, Н.В. Зачосова // Економіка та держава. – 2015. – № 8. – С. 17-20.
4. Лаптєв С.М. Особливості формування індикаторів оцінки стану економічної безпеки торговців цінними паперами / С.М. Лаптєв, О.М. Герасименко. // Ефективна економіка. – 2011. – № 10. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_10_36.
5. Занора В.О. Управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: теоретико-методичні аспекти організації системи / В. О. Занора, А. В. Скляр // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2016. – Вип. 22. – С. 74-77.

ВПЛИВ ПОДАТКІВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Романюк І.А., к.е.н., асистент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Основними чинниками, що негативно впливають на рівень формування дохідної частини державного та місцевих бюджетів за рахунок доходів від туристичної діяльності, є значний податковий тягар, недосконале податкове законодавство та неефективна система адміністрування податків і зборів у туристичній галузі. Зазвичай, при впровадженні конкретних податків і зборів, зміні податкових ставок, законодавець нехтує економічною доцільністю їх введення через необхідність якнайшвидшого наповнення публічних фондів, яким завжди бракує грошових коштів.

Наразі, туристичні підприємства сплачують близько п'ятнадцяти різних податків та зборів – загальнодержавних і місцевих. Великий податковий тягар значно гальмує розвиток туристичної сфери [1, с. 238]. Туристичним підприємствам, на відмінну від багатьох інших підприємств, не надаються пільги на розвиток власної виробничої бази чи іноземного туризму. Найбільші внески на розвиток туризму наша країна отримує від іноземних інвесторів, які зацікавленні у наданні якісних послуг споживачам європейського ринку. Іншим негативним фактором, що спричиняє зменшення доходів бюджетів від туристичної діяльності, є недосконалість процедури адміністрування податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

На сьогодні в Україні існує два основних види оподаткування туристичної діяльності: загальна система оподаткування, обліку та звітності (передбачена законодавством України); спрощена система оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва. З точки зору оподаткування, найбільшу складність становить облік податку на додану вартість й податку на прибуток за операціями з надання туристичних послуг [2, с. 93]. Особливості обліку податку на додану вартість у туристичних агентств зумовлені двома моментами: характером послуги, що надається, та спеціальним порядком збільшення податкових зобов'язань і податкового кредиту щодо посередницьких операцій.

Система оподаткування України – це сукупність податків і зборів (обов'язкових платежів) до бюджетів та до державних цільових фондів. До державних податків і зборів відносяться: збір на обов’язкове державне пенсійне страхування, збір на загальнообов’язкове державне соцстрахування, збір на обов’язкове державне страхування на випадок безробіття, збір на обов’язкове соцстрахування від нещасних випадків і професійних захворювань, плата за землю (земельний податок, а також орендна плата за земельні ділянки державної і комунальної власності), державне мито, податок на додану вартість, по даток на прибуток підприємств, у тому числі дивіденди, що сплачуються до бюджету державними некорпоратизованими, казенними або комунальними підприємствами, податок на доходи фізичних осіб [3, с. 253].

Однією з проблем оподаткування туристичної галузі є її множинність. Наприклад, податок з реклами, де об’єктом оподаткування є вартість послуг за встановлення та розміщення реклами, який сплачують всі суб’єкти туристичної діяльності: фірма по організації перевезень, інша фірма по організації екскурсій, а також

туристична фірма, яка виробляє вже готовий тур. Всі ці податки включаються у собівартість туру. Тобто, за рахунок трансакційних витрат турист сплачує у декілька разів більше. Складність функціонування податкової системи виявляється при аналізі окремих податків, які найбільше впливають на діяльність туристичних підприємств, зокрема податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість [4, с. 7].

Крім того, високі ставки податку на додану вартість негативно впливають на економічну діяльність підприємств внаслідок наявності часового розриву між моментом оплати цього податку у ціні товару або послуги і моментом відшкодуванням його з бюджету.

Література.

1. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

2. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання. Херсон: Айлант, 2015. 266 с.

3. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Т. 12, № 1 (43). Львів, 2010. С. 252-255.

4. Прокопішина О.В., Козубова Н.В. Фінансовий та управлінський облік прибутку підприємств туристичної галузі. Бизнес Информ. 2012. № 8. С. 151-155.

5. Розметова О.Г. Державне регулювання оподаткування суб'єктів туристичної діяльності. Інноваційна Економіка. № 35. 2012. С. 6-8.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ, ВИЗНАННЯ ТА ОЦІНКИ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Сичов А.С., Сичова А.А., студенти магістратури*[*], Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Процес здійснення розрахунків в діяльності вітчизняних підприємств нерозривно пов'язаний з виникненням значних проблем. Так, не всі контрагенти є платоспроможними, а відповідно і не всі

[*] *Науковий керівник – Бірченко Н.О., к.е.н.*

вчасно розраховуються за своїми боргами, або ж, якщо і погашають, то тільки частину заборгованості. З метою уникнення таких ситуацій необхідно організувати облік дебіторської заборгованості таким чином, аби не допустити її перетворення на безнадійні борги. Ефективність ведення обліку поточної дебіторської заборгованості залежить від її визнання та оцінки, саме тому особливу увагу приділено даному питанню.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності визначає П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [1], згідно з яким дебіторською заборгованістю вважається сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1]. Методологічні підходи до обліку дебіторської заборгованості відповідно до міжнародних стандартів не мають конкретного стандарту, однак окремі аспекти визначено МСБО 1 «Подання фінансової звітності» [2], МСБО 18 «Дохід» [3] та МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» [4].

Т.В. Давидюк зазначає, що правильне визнання та оцінка поточної дебіторської заборгованості впливають на достовірність облікових даних, а також на ефективність їх відображення у фінансовій звітності [5].

На думку Т.С. Єдинак, виникнення дебіторської заборгованості – це об'єктивний процес, який зумовлений існуванням ризиків при проведенні взаєморозрахунків між контрагентами за результатами господарських операцій [6].

Передумовою виникнення дебіторської заборгованості є надання товарного (комерційного) кредиту покупцям продукції, товарів, робіт, послуг або надання інших активів (майно, грошові кошти) у борг іншим видам контрагентів підприємства.

Слід також наголосити на тому, що від дотримання умов визнання поточної дебіторської заборгованості, достовірності оцінки та своєчасності погашення залежить рівень платоспроможності підприємства, тобто його можливість заплатити за своїми боргами. А тому і необхідно приділяти їм належну увагу.

Дебіторська заборгованість відображається у формі 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)») у складі активів. Активи підприємства – це ресурси, що контролюються підприємством, від використання яких очікується отримання економічних вигод у майбутньому. Відповідно до вимог П(С)БО 10, дебіторська заборгованість визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних

вигод та може бути достовірно визначена її сума [1]. Майбутня економічна вигода від дебіторської заборгованості полягає в тому, що в результаті її погашення в майбутньому відбудеться пряме надходження грошових коштів або отримання грошей на банківський рахунок від здійснення факторингової операції.

Дебіторська заборгованість відображається при передачі права власності на товар при його реалізації на умовах відстрочення оплати. Відвантаження його покупцю відбувається після підписання угоди купівлі-продажу і на підставі складених первинних документів, які підтверджують факт передачі товарів іншим власникам. Виникнення дебіторської заборгованості пов'язано з принципом нарахування, сутність якого полягає в тому, що незалежно від сплати в момент відвантаження продукції, передачі послуг чи права власності на них підприємство відображає отримання доходу, а в разі відсутності оплати одночасно і дебіторську заборгованість.

Згідно з П(С)БО 10 поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг та оцінюється за первісною вартістю. У разі відстрочення платежу за продукцію, товари, роботи, послуги з утворенням від цього різниці між справедливою вартістю дебіторської заборгованості та номінальною сумою грошових коштів та/або їх еквівалентів, що підлягають отриманню за продукцію, товари, роботи, послуги, така різниця визнається дебіторською заборгованістю за нарахованими доходами (процентами) у періоді її нарахування [1]. Поточна дебіторська заборгованість, яка є фінансовим активом (крім придбаної заборгованості та заборгованості, призначеної для продажу), включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю. Для визначення чистої реалізаційної вартості на дату балансу обчислюється величина резерву сумнівних боргів.

Оцінка дебіторської заборгованості проводиться на дату визнання (виникнення) та переоцінюється на дату складання балансу.

Література.

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: затв. наказом М-ва фінансів України від 08.10.1999р. № 237. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності». [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_013.

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 «Дохід». [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_025.

4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка». URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_015/paran474#n474.

5. Давидюк Т.В. Визнання та оцінка поточної дебіторської заборгованості: напрями удосконалення / Т.В. Давидюк // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 1 (22). – С. 102-108.

6. Єдинак Т.С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах фінансово-економічної кризи. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2009. – № 3. – С. 54-57.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Шаповаленко Г.А., студентка*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Наш світ безперервно змінюється внаслідок творчої та економічної діяльності як окремих людей, так і малих та великих груп, які складають людську спільноту. Цей процес неперервних змін ми називаємо розвитком, який розуміємо як поступове вдосконалення технологічних і соціальних (технологічні інновації є стимулом для соціальних інновацій) платформ, що визначають уклад життя людей. Як показують спостереження, цей розвиток відбувається не плавно, а певними «скачками», тобто перехід з однієї технологічної платформи на іншу радикально змінює уклад життя.

Такі скачкоподібні зміни мають глобальний характер і впливають на життя всього людства. Виникнувши як інновації, ці технологічні і соціальні платформи на деякий період часу стабілізуються і стають нормою життя. Саме тому ми можемо певною мірою спрогнозувати розвиток територіальної соціально-економічної спільноти на досить передбачуваний період, а відтак – спробувати вплинути на цей розвиток через систему цілей і дій, що є змістом стратегій [1].

* *Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н.*

У свою чергу, регіональний або місцевий розвиток розуміємо як процес послідовних і стійких змін у місцевому середовищі, що сприяє позитивним змінам умов (укладу) життя територіальної громади, які можна оцінити об'єктивно, – через систему соціально-економічних показників, а також суб'єктивно – через безпосереднє відчуття членами спільноти рівня особистого комфорту в широкому розумінні слова.

Очевидно, що місцевий розвиток – це процес, який сам по собі не відбувається, його хтось здійснює із застосуванням відповідних інструментів. Іншими словами – повинен бути суб'єкт (чи суб'єкти), який через плани спрямовує цей розвиток. Планування власного розвитку дозволяє територіальній громаді краще усвідомити його цілі, зрозуміти власні конкурентні переваги, а також небезпеки та загрози, які можуть на неї очікувати, сприяє ефективному та економному використанню власних та зовнішніх ресурсів (фінансові, інфраструктурні, людські), впровадженню контролю за їх використанням, і, головне, – дає можливість відійти від способу «управління» методом «засипання ям» [2].

Це особливо важливо сьогодні, коли об'єднані територіальні громади вступають в новий етап свого існування. Вони отримали повноваження, ресурси власні та ресурси зовнішні. Вони є відповідальними перед своїми мешканцями за формування комфортного та безпечного середовища проживання. Для цього потрібен розвиток – прогнозований та вмотивований. Потрібне планування я цуб'єкс н і> ований та в веис

ОБ'ЄДНАНІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ ЯК ФАКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Ларіна Т.Ф., д.е.н., доцент,
зав. кафедри агрологістики
і управління ланцюгами постачань,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Зв'язок між процесом створення об'єднаних територіальних громад і модернізацією сільськогосподарських підприємств не є очевидним і потребує пояснення. Останнє лежить в сфері діалектичних взаємовідносин між основними імперативами розвитку економіки села, серед яких фінансово-економічне і соціально культурне середовище.

Модернізація підприємств сільського господарства є актуальною темою наукових дискусій і, зокрема, об'єктом наших попередніх досліджень [1, 4]. Представлена робота являє собою спробу акцентувати увагу на соціальному аспекті модернізації аграрного виробництва. Вона не можлива без залучення в зазначену галузь фахівців, здатних працювати в сучасних економічних і технологічних умовах, а також ініціювати зміни інноваційного характеру.

Таким чином, актуалізується проблема престижності роботи на селі, перспективи вирішення якої в Україні залежать від реалізації заходів щодо розвитку комунального господарства в сільській місцевості, включаючи будівництво доріг с твердим покриттям, осучаснення сільських шкіл, дитячих садочків, будинків культури, закладів медичної допомоги, будівництва і розвитку вулиць, пам'ятників, церков тощо. Наступне питання – джерела фінансування представлених вище елементів розвитку сільських територій. На наш погляд, відповіддю на нього є процес створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

На наш погляд, зміна адміністративного устрою в Україні з пріоритетом децентралізації влади, розвитку принципів самоврядування, має позитивні перспективи. ОТГ отримує більший обсяг фінансових ресурсів, а саме 60 % податку на доходи фізичних осіб, 5% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів, податок на прибуток підприємств та установ комунальної власності, податок на майно (нерухомість, земля, транспорт), єдиний податок, 25 %

екологічного податку [5], трансфери з державного бюджету (базова дотація, освітня та медична субвенції), місцеві податки та збори, додаткова державна фінансова підтримка за рахунок коштів Державного фонду регіонального розвитку, субвенції на соціально-економічний розвиток, субвенції на підтримку інфраструктурних проектів.

Статистика стверджує, що на сьогодні в Україні зареєстровано 874 об'єднані територіальні громади [2], в розрізі областей флагманом є Дніпропетровська область (63 громади), аутсайдерами процесу – Київська і Харківська області (по 17 громад). Адміністративна реформа розрахована до 2020 року. На наш погляд, це план, який не можливо реалізувати при додержанні принципу добровільності як основи реформування. По-перше, члени громади не завжди компетентні, здатні об'єктивно оцінювати переваги та ризики об'єднання. По-друге, виникає ситуація паралельного існування органів влади «старого» зразка і знов створених ОТГ. Так, наприклад, в 2017 році була створена Золочівська ОТГ, до складу якої ввійшли всі територіальні одиниці району (обслуговується адміністрацією ОТГ), крім Гур'єво – Казачанської сільської ради (обслуговується районною державною адміністрацією). Отже, раціоналізації територіального устрою не спостерігається.

Демократизація повинна реалізовуватися не на рівні створення ОТГ, а на етапі його функціонування (про що буте йтись далі). З метою формування оптимальної регіональної структури слід цей процес винести на рівень держави, а саме – надати таку функцію певному відокремленому органу, який локалізує потенції. При цьому, критеріями в територіальному поділі мають стати: логістична зручність, компактність, розмір. Стосовно останнього, аналіз свідчить: більшість невеликих громад мають нижчі показники фінансової спроможності, це, зокрема, пов'язано, зокрема, з питомою вагою видатків на утримання апарату управління. Тобто більша кількість населення створює ефект масштабу. Експерти стверджують, що ОТГ повинна бути не меншою за 5-7 тис осіб [3].

Повертаючись до принципу демократії, її роль полягає в розв'язанні протиріч між центром і периферією, які є досить поширеними в ОТГ. Питання дискримінації периферійних регіонів ОТГ можна вирішити шляхом розробки механізмів блокування рішень, що вступають у протиріччя з інтересами села, зі сторони старости. Подібну норму слід передбачити Статутом територіальної громади та Положенням про старосту.

В якості висновка зазначимо, що модернізацію підприємств сільського господарства слід розглядати в сукупності із проблемами розвитку територій на основі самоврядування. В процесах створення ОТГ ми вбачаємо утворювальний потенціал, однак пропонуємо диференційовано використовувати принципи демократії і добровільності, фактично виключивши їх на етапі формування оптимального складу ОТГ. Місце демократії ми вбачаємо у вирішенні проблем «центр-периферія» в рамках ОТГ.

Література.

1. Larina T. Tendencies and Directions of Technological Development in the Ukrainian Agribusiness / T. Larina // Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe. – (6) 10. – 2016. – P. 42-49.

2. Децентралізація влади: як зберегти успішність в умовах нових викликів – Аналітична доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/Dopovid%20Decentralization.pdf

3. Зубач Л. Чи подбають про себе об'єднані громади [Електронний ресурс] / Л. Зубач // Економічна правда. – Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/columns/2018/05/31/637315/

4. Ларіна Т.Ф. Стратегічне управління техніко-технологічним оновленням аграрних підприємств: проблеми теорії і практики : монографія / Т.Ф. Ларіна. – Харків : Видавництво ТОВ «Смугаста типографія», 2016. – 363 с.

5. Чому територіальним громадам варто об'єднуватись // Експертиза реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.expertreform.com.ua/2017/06/12/chomu-terytorialnym-gromadam-varto-ob-yednuvatys/

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЗАЙНЯТОСТІ НА СЕЛІ

Мармуль Л.О., д.е.н., професор, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

Ефективний вплив на механізми регулювання зайнятості забезпечується державою на мікрорівні – під час формування і реалізації аграрними підприємствами власної та державної політики у сфері зайнятості. Конструктивні особливості механізмів управління трудовими ресурсами аграрних підприємств, як і вплив держави на цей

процес, значною мірою визначаються: розробленням інструментів регулювання зайнятості населення, що відповідали б чинним міжнародним нормам соціального розвитку, соціальної політики й зайнятості. Вони зафіксовані в міжнародних та європейських документах, обґрунтовуються удосконаленням чинних і розробкою нових законодавчих й нормативних актів України з питань соціальної політики та політики зайнятості населення, соціальної відповідальності агробізнесу.

Необхідно зазначити, що в останні роки масштабне вивільнення працівників аграрних підприємств практично припинилося [1, с. 289]. Проте зайнятість на селі залишається на дуже низькому рівні. Як наслідок, серед сільського населення спостерігається значне скорочення працівників, безробіття, бідність, зневіра у майбутньому, поглиблюється соціальна нерівність. У пошуках роботи люди продовжують покидати село. Тому перед аграрними підприємствами стоїть важливе завдання розвитку й диверсифікації виробництва й збільшення зайнятості, а перед сільськими громадами, місцевою і державною владою, – розвиток нетрадиційних видів діяльності, туристичного бізнесу, фермерських та особистих господарств.

Це зумовлює необхідність розробки принципів та дієвих механізмів і важелів управління на рівні підприємств, інструментів державного регулювання зайнятості. При цьому їх ефективність пропонується визначати сприянням формуванню умов і ресурсів для досягнення повної, продуктивної та вільно обраної зайнятості [2, с. 278]. Зазначимо, що соціальне спрямування макро- і мікроекономічної політики є головним принципом, що зумовлює потребу активної участі держави в регулюванні зайнятості населення і ринку праці на селі, визначення основ соціальної відповідальності й державно-приватного партнерства з цією метою.

Ефективне управління трудовими ресурсами аграрних підприємств неможливо здійснювати без відповідних нормативно-правових механізмів та інструментів. Це, передовсім, стосується удосконалення соціального законодавства, розроблення нових і доповнення існуючих законодавчих й нормативних актів про працю, заробітну плату, соціальний захист, соціальне партнерство, соціальне страхування та ін. Це робиться з метою встановлення, перегляду соціальних гарантій, прямого забезпечення державної частини цих гарантій, визначення конкретної компетенції органів державного регулювання різних рівнів у реалізації політики зайнятості.

Інформаційне забезпечення управління трудовими ресурсами аграрних підприємств і регулювання зайнятості є, водночас, умовою і елементом механізму їх реалізації, оскільки воно дає змогу простежити структурні зрушення в зайнятості, динаміку трудових процесів, зміни кількісних і якісних показників рівня життя сільського населення [3, с. 115]. До системи інформаційного забезпечення мають входити дані державної статистики, обліково-фінансові звіти аграрних підприємств, матеріали соціологічних обстежень, що дають змогу оцінити результати використання організаційно-економічних механізмів управління трудовими ресурсами й інструментів регулювання та підтримки зайнятості на селі, за потреби коригувати її та робити обґрунтовані прогнози розвитку на перспективу. Основою розробки такої системи мають бути показники та індикатори, відсутність яких призводить до неконтрольованого ухвалення виробничих, економічних і соціальних рішень.

Загальні показники зайнятості сільського населення перебувають у взаємозв'язку і взаємозалежності з показниками інвестицій, процентних ставок, обсягів виробництва, доходів, податків, що виконують роль дійових важелів макроекономічного регулювання. Активно впливаючи на них, держава може змінювати рівень і структуру трудових ресурсів і зайнятості [4, с. 175]. Головним засобом їх управління й макроекономічного регулювання є інвестиційна діяльність, оскільки вона відіграє вирішальну роль у перехідних процесах, структурній перебудові аграрної економіки, реалізації соціальних програм.

Література.

1. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 470 с.

2. Шпак Н.А. Розвиток людського потенціалу, як фактор економічного зростання. Вісник Чернігівського державного технологічного університету, серія «Економічні науки». № 2 (58). 2012. С. 275-280.

3. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: монографія. Херсон: Айлант, 2015. – 266 с.

4. Перебийніс В.І., Житник Т.П. Управління використанням трудових ресурсів на підприємствах : монографія. Полтава : ПУСКУ, 2008. 332 с.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Абрамова В.С., Зейда В.В., Онєгіна О.С., студенти*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Головною проблемою не досить ефективного функціонування аграрного ринку України, на наш погляд, є існування недоліків у формуванні та реалізації внутрішньої та зовнішньої політики маркетингу товаровиробників. Це відбувається на фоні недостатнього наближення накопичених наукових та практичних здобутків до суб'єктів їх застосування. Тому розв'язання проблем функціонування об'єктового ринку слід починати з опрацювання та адаптації до поточних умов діяльності методологічного підґрунтя управління маркетингом сільськогосподарських підприємств, як основних учасників ринку. Управління маркетингом на підприємстві є складним процесом, який охоплює всі функції, пов'язані з ринком, задоволенням потреб споживачів та підвищенням ефективності діяльності підприємства [2-3]. Першочерговими завданнями організації управління маркетингом в сільськогосподарських підприємствах, які займаються виробництвом зернової продукції, є проведення аналізу управління маркетингом на підприємствах, а також вивчення існуючої ситуації та тенденцій розвитку цільового об'єктового ринку на мікро-, мезо- та макрорівнях. Однак, вивчення ринкового макросередовища підприємства має проводитись не тільки в розрізі економічної ефективності виробництва та реалізації продукції, а й з огляду на проведення аналізу інфраструктури та каналів розподілу продукції на зазначеному ринку [4].

Функціонування сільськогосподарських підприємств, в організаційній структурі яких існують служби маркетингу, не можна назвати повноцінним з точки зору теоретичних положень організації маркетингу та ефективним з точки зору маркетингового підвищення прибутковості підприємств. Виконання функцій управління маркетингом в розрізі чотирьох інструментів теорії маркетингу в сільськогосподарських підприємствах відбувається лише на задовільному рівні. Наступною проблемою є недоступність або важкість при отриманні маркетингової інформації. В сучасних умовах

---

* *Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., доцент*

підприємства збирають потрібну інформацію щодо функціонування об'єктового ринку зі статистичних матеріалів, але ці дані не повні та не задовольняють маркетинговий відділ в повному обсязі. Варіант отримання необхідної інформації від спеціальних організацій, які надають повний спектр маркетингових послуг, для сільськогосподарських підприємств майже неможливий через високу ціну пропонованих послуг. Тому підприємства провадять свою маркетингову політику лише на основі мінімального обсягу інформації [4].

Основною проблемою організації управління маркетингом в сільськогосподарських підприємствах на даний момент є обрана товарна модель організації маркетингу. Враховуючи те, що сільськогосподарські підприємства виробляють товарну продукцію з широким асортиментом і функціонують на декількох об'єктових ринках, існуючі служби маркетингу не в змозі виконувати всі обов'язки, теоретично покладені на них. За таких умов для сільськогосподарських підприємств стає перспективним перехід до ринкової або товарно-ринкової моделі організації системи управління маркетингом. При вказаних моделях організації відділ маркетингу поділяється на товарні групи, які повністю виконують функції, пов'язані з маркетингом на підприємстві, але в межах окремого виду продукції. Прикладом запропонованої системи можна представити створення зернової групи, як відділу загальної маркетингової служби сільськогосподарського підприємства. Дана група має виконувати функції, які передбачені концепцією маркетингу, а увага працівників повинна приділятись опрацюванню всіх інструментів маркетингу. Працівники цієї групи повинні проводити повний аналіз ситуації на зерновому ринку району та області, проводити повний аналіз щодо попиту та пропозиції на ринку, цінової ситуації, потенційних споживачів своєї продукції, а також аналізувати діяльність конкурентів, виявляючи їх переваги та недоліки по відношенню до свого підприємства. На основі отриманих результатів проведеного дослідження має проводитись маркетингове планування, результати якого прийматимуться всіма відділами та службами, які мають відношення до виробництва зерна в господарстві, і в подальшому впроваджуватимуться в процес виробництва та реалізації зерна в даному сільськогосподарському підприємстві. Звичайно, матеріальні затрати при побудові ринкової або товарно-ринкової моделі управління маркетингом для підприємства мають бути досить великими, але правильно організована діяльність маркетингової служби сприятиме вагомому збільшенню прибутків підприємства. Таке

збільшення прибутковості можливе за рахунок проведення заходів із завоювання більшої частки ринку та отримання більшої кількості споживачів, які будуть вже не посередницькими організаціями, а кінцевими споживачами на об'єктовому ринку з більш вигідними умовами співпраці.

Отже, організація системи управління маркетингом є сприятливою для підвищення ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : [монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Заїка С.О. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 176-186.

2. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.

3. Мандич О. В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід / О. В. Мандич // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – Вип. 172. – 2016. – С. 141-147.

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ЯЧМЕНЮ В УКРАЇНІ

Бабич М.В., магістрант,
Довгоп'ятий А.Ю., магістрант*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Зернова галузь, що забезпечує продовольчу безпеку держави та формує експортний потенціал країни, є основою сільського господарства України.

Ефективність зерновиробництва залежить від різних макро- і мікроекономічних чинників. Тому підвищення ефективності та забезпечення стабільного розвитку сільськогосподарського

* *Науковий керівник – Смігунова О.В., к.е.н, доцент*

виробництва взагалі та зерновиробництва, зокрема, вимагає узгоджених дій органів державної влади, місцевого самоврядування та окремих підприємств [1, 2].

На сьогодні аграрії стикаються з проблемами постійного росту цін на виробничі ресурси, доступності позикових коштів тощо. Однак, закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію часто навіть зменшуються. Виникає ціновий диспаритет, що створює проблему можливості фінансування наступних посівних кампаній, тобто можливості подальшого відтворення виробництва. В намаганні скоротити витрати сільгоспвиробники змушені відмовлятися від вирощування інтенсивних сільськогосподарських культур та знижувати рівень застосування мінеральних добрив [4].

При цьому попит на український ячмінь на світовому ринку продовжує бути стабільно високим, що створює для українських зерновиробників сприятливі передумови для певного розширення, а точніше відновлення, посівних площ під ячменем.

Адже на сьогодні посівні площі під ярим ячменем мають тенденцію до скорочення. Так, якщо у 2000 р. у структурі посівних площ зернових культур ячменю ярому належало 26,7 %, у 2010 р. – 20 %, то у 2017 р. – лише 11,1 %.

Так, заданими Державної служби статистики України у 2012 – 2017 рр. загальна величина посівних площ під ярим ячменем у господарствах усіх категорій скоротилася з 2724 тис. га до 1619,9 тис. га, або на 40,5 %, при чому посівна площа у сільськогосподарських підприємствах скоротилася на 56 %, а у особистих господарствах населення – лише на 21,2 % [5,6].

Найбільше площ під посівами ячменю у 2017 р. було зайнято у Одеській (365,1 тис. га), Миколаївській (286,9 тис. га) та Дніпропетровській (256,4 тис. га) областях.

В той час в урожайності культури простежується позитивна тенденція зростання: так, у 2000 р. середній показник в Україні становив 18,6 ц/га, у 2010 р. – 18,3 ц/га, 2017 р. – 32,4 ц/га. Найбільшої урожайності ярого ячменю у 2017 р. досягли в Тернопільській (50,7 ц/га), Хмельницькій (50,6 ц/га), Львівській (49,1 ц/га), Івано-Франківській (45/9 ц/га), Вінницькій (44,3 ц/га) областях.

Однак, якщо порівняти вітчизняний показник, який, нажаль, на сьогодні не демонструє тенденції зростання, з аналогічним середнім показником у країнах Європейського Союзу - 70 ц/га, можна відмітити значне технологічне відставання галузі.

Так, серед головних проблем, що стримують зростання урожайності зернових культур, в тому числі ярого ячменю, є: застаріла матеріально-технічна база підприємств-виробників; застосування традиційних технологій вирощування зернових культур із значною кількістю технологічних операцій; брак оборотних коштів для здійснення операційної діяльності [3, с. 25].

Взагалі, за період 2012 – 2017 рр. валовий збір ярого ячменю в господарствах усіх категорій України зменшився з 5611,2 тис. т до 5243,9 тис. т, або на 6,6 %. При чому в господарствах населення валовий збір культури зріс на 16,2 %, у сільськогосподарських підприємствах, в тому числі фермерських господарствах відбулося скорочення урожаю відповідно на 25,2 та 10 %.

Такий стан, звичайно, є закономірним, адже тваринництво на сьогодні в значній мірі перемістилося в господарства населення, які формують власну кормову базу, самостійно вирощуючи фуражні культури.

Найбільші збори зерна ячменю були у Одеській (15,3 %), Миколаївській (9,3%), Дніпропетровській (8,2 %), Тернопільській (6,43 %), Запорізькій (6,4 %) областях, які на 48,7% зібраної площі загалом виростили 45,63% врожаю від усього його обсягу в країні [5,6].

Як відомо, згідно класичної економічної теорії виділяють два шляхи підвищення ефективності виробництва продукції: збільшення обсягів виробництва при незмінюваних витратах та зниження величини витрат при незмінюваних обсягах виробництва. Як виявляється, жоден з описаних шляхів не простежується у вітчизняній зерновій галузі: при відсутності стійкого зростання урожайності відбувається подальше збільшення витрат на виробництво. При цьому аграрії відсторонені від процесу формування цін на власну продукцію та змушені реалізовувати за умовами, які диктують інші учасники ринку.

Література.

1. Кернасюк Ю. Ринок ячменю : потенціал розвитку [Електронний ресурс] / Ю. Кернасюк. – Режим доступу : http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/7950-rynok-iachmeniu-potentsial-rzvytku.html.

2. Лень О.І. Ефективність технології вирощування ячменю ярого в умовах східного Лісостепу України / О.І. Лень // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2008. – № 1. – С. 159-161.

3. Ніценко В.С. Проблеми та напрямки підвищення конкурентоспроможності виробників зерна / В.С. Ніценко, І.А. Дворніков // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2015. – Т. 14, Вип. 2. – С. 22-33.

4. Савіцька С. Економічна ефективність виробництва ячменю та шляхи її підвищення у сільськогосподарських підприємствах Хмельницької області [Електронний ресурс] / С. Савіцька. – Режим доступу : http://sophus.at.ua/publ/2011_11_15_16_kampodilsk/section_2_2011_11_15_16/ekonomichna_efektivnist_virobnictva_jachmenju_ta_shljakhi_jiji_pidvishhennja_u_silskogospodarskikh_pidpriemstvakh_khmelnickoji_oblasti/4-1-0-53.

5. Статистичний збірник «Рослинництво України 2017». – Київ : Державна статистична служба України, 2018. – 222 с.

6. Статистичний збірник «Сільське господарство України 2017». – Київ : Державна статистична служба України, 2018. – 245 с.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК СПОСІБ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бірченко Н.О., к.е.н.,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Диверсифікація є способом зниження ризику підприємства. При цьому вона не впливає на рівень ризику окремих напрямків діяльності підприємства, а знижує ризик підприємства шляхом поєднання різних видів діяльності.

Існування великої кількості видів і форм диверсифікації, які зустрічаються в науковій літературі, вимагає поглибленого дослідження впливу кожної з них на рівень ризику підприємства.

З метою дослідження впливу диверсифікації на ризик підприємства, на нашу думку, варто виділити три форми диверсифікації: капіталу, виробництва, маркетингу. Поряд з формами диверсифікації, потрібно одночасно враховувати і рівні диверсифікації. Можна виділити наступні рівні диверсифікації:

– народногалузевий – здійснюється на основі класифікації галузей національної економіки (промисловість, сільське господарство, транспорт, будівництво, фінансово-кредитна сфера та ін.);

– галузевий – поділ на основі структури галузі (в сільському господарстві – рослинництво і тваринництво, промисловість – переробна, машинобудівна тощо);

– внутрішньогалузевий – визначається на основі структури галузі (в рослинництві – рільництво, овочівництво, садівництво, в тваринництві – скотарство, свинарство, птахівництво тощо).

Подальше виділення рівнів диверсифікації залежить від складності структури окремих галузей. Так, наприклад, в рільництві можна виділити окремо зерновиробництво, в зерновиробництві – виробництво окремих культур.

Враховуючи рівні диверсифікації, диверсифікацію капіталу можна визначити як вкладання коштів в різні сфери діяльності на народногосподарському рівні. При цьому можна виділити реальні вкладення капіталу (в майно, обладнання), і фінансові (в цінні папери).

Виробнича диверсифікація – урізноманітнення на підприємстві видів виробництв, що відносяться до сфери діяльності підприємства і здійснюється на галузевому і внутрішньогалузевому рівні. В зв'язку з цим можна виділити дві форми виробничої диверсифікації: галузеву і продуктову.

Галузева диверсифікація передбачає збільшення кількості галузей, що функціонують на підприємстві.

Продуктова диверсифікація означає збільшення кількості асортименту продукції, яка виробляється за єдиною базовою технологією з використанням тих самих засобів виробництва і не вимагає суттєвого підвищення кваліфікації працівників.

Потрібно відрізняти продуктову диверсифікацію від диференціації продукції. Наприклад, вирощування різних видів зернових є продуктовою диверсифікацією, а вирощування фуражного і пивоварного ячменю – диференціація продукції.

Маркетингова диверсифікація – збільшення каналів збуту продукції та каналів постачання матеріально-технічних ресурсів. Це дозволяє знизити залежність від постачальників та покупців продукції.

Для характеристики взаємозв'язків між видами діяльності, що функціонують на підприємстві, доцільно диверсифікацію поділяти на зв'язану (споріднену) та незв'язану (неспоріднену).

Споріднена або зв'язана диверсифікація передбачає наявність певних видів зв'язків між галузями підприємства, які в стратегічному менеджменті називають стратегічними відповідностями. Стратегічні відповідності виникають при використанні різними галузями підприємства спільних ресурсів і є джерелом синергічного ефекту.

Неспоріднена диверсифікація передбачає запровадження нових видів діяльності, які не мають нічого спільного з існуючими видами діяльності.

Зважаючи на вищевикладену класифікацію диверсифікації можна зробити висновки:

– підприємства із незв'язаною диверсифікацією мають нижчий рівень ризику, ніж підприємства із зв'язаною диверсифікацією;

– чим нижчий ієрархічний рівень диверсифікації і більші стратегічні відповідності, тим більшому ризику піддається підприємство.

Різні види диверсифікації мають різний вплив на рівень ризику:

– диверсифікація у споріднені галузі менше знижує рівень ризику, ніж незв'язана диверсифікація, оскільки галузі мають тісні зв'язки між собою;

– найменше знижує ризик продуктова диверсифікація, оскільки різні продукти виробляються за єдиною базовою технологією, а в сільському господарстві ці продукти мають схожі біологічні характеристики, що зумовлює істотну позитивну кореляцію урожайності;

– незв'язана диверсифікація потенційно може найбільше знизити ризик підприємства, оскільки вона об'єднує види діяльності, які не мають між собою нічого спільного.

Література.

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємництві: монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.

2. Герасименко Н.А. Ризики в сільському господарстві з урахуванням регіонального аспекту [Електронний ресурс] / Н.А. Герасименко, О.В. Жемойда. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/E_apk/2009_9/09_09_14.pdf.

3. Методи мінімізації аграрних ризиків та підвищення ефективності зерновиробництва/ [А. Галяс, В. Гаврилюк, Д. Дей, Т. Сербіна та ін.]. – К. : Канадсько-український зерновий проект, 2008. – 81 с.

4. Старостіна А.О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко. – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка»», 2004. – 200 с.

5. Шегда А.В. Ризики в підприємництві: оцінювання та управління: навч. посіб. / А.В. Шегда, М.В. Головатенко. – К. : Знання, 2008. – 271 с.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПТИЦЕВОДЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Быкова Е.Ю., старший преподаватель,
Быков Н.Ю., студент,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

В условиях возрастающей необходимости своевременного принятия управленческого решения в рамках постоянно меняющейся внешней среды организации возникает необходимость использования современных моделей систем управленческого учета информации в организации.

Использование информационно-коммуникационных технологий является необходимым конкурентным преимуществом и связующим звеном стратегического планирования развития организаций АПК [4, с. 83]. В целях повышения качества и конкурентоспособности продукции, в том числе сельскохозяйственной, а также для снижения технических барьеров при ее реализации была разработана и утверждена «Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы». Среди ведущих птицеводческих организаций Республики Беларусь следует отметить ОАО «Солигорская птицефабрика». Основная продукция организации — яйцо куриное диетическое и столовое (белое и цветное). Визитной карточкой предприятия стали яйца под торговой маркой «Молодецкие».

ОАО «Солигорская птицефабрика» стало первым среди птицеводческих хозяйств Республики Беларусь, освоивших выпуск продукта функционального назначения. Яйца «Молодецкие» куриные и перепелиные обогащены природным селеном и витамином Е, через специально сбалансированное кормление птицы с добавление природного селена и витамина. На сегодняшний день ОАО «Солигорская птицефабрика» по итогам работы в 2017 году входит в число крупнейших птицефабрик республики и занимает почетное 2-ое место по производству куриных яиц – 315,7 млн. шт.

За данной организацией следует Гомельская птицефабрика – 241,6 млн. шт., Барановичская птицефабрика — 219,6 млн. шт. и птицефабрика «Городок» – 139 млн. шт.

В организации для передачи информации установлена локальная сеть, при этом учет управленческой информации осуществляется в программном продукте на платформе «1С: Предприятие 7.7» от 1С: БИТРИКС. В рамках данной информационной системы представлена автоматизации отдельных участков управленческого учета: основных средств, материальных ценностей, животных на выращивании и откорме, труда и заработной платы, готовой продукции, включая отгрузку и реализацию, финансовых операций, других средств и источников.

Одним из условий успешного развития предприятия является правильно обоснованная и сформулированная политика и стратегия, на основании которых строится линия управления организацией с целью улучшения ее деятельности. Данное планирование и управление должно базироваться на современных информационных системах в своей отрасли. В ОАО «Солигорская птицефабрика» бизнес-планирование осуществляется вручную, при этом специалисты тратят значительное количество рабочего времени на анализ информации, ее обработку и прогнозирование.

В текущее время информационных технологий возникла необходимость внедрения программы для проектного анализа, например, Project Expert. Аналитическая система Project Expert — программа, позволяющая спрогнозировать планируемые инвестиционные решения без потери финансовых средств и других производственных ресурсов, предоставить необходимую отчётность потенциальным инвесторам и кредиторам, обосновать для них эффективность участия в проекте. С помощью Project Expert исходные данные о планируемой операционной деятельности, обеспечивающих ее реализацию вновь создаваемых активах и привлеченных для их финансирования средствах автоматически преобразуются в:

– прогнозную финансовую отчетность: отчет о движении денежных средств, баланс, отчет о прибылях и убытках;

– таблицы прогнозных финансовых показателей, показателей эффективности инвестиций;

– итоговые отчеты бизнес плана.

На основе финансовой модели Project Expert автоматически формирует отчеты, соответствующие международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) [3, с. 62].

Подытоживая следует отметить необходимость использования информационной системы с целью улучшения экономических и хозяйственных показателей работы организации, в первую очередь за

счет повышения оперативности управления и снижения трудозатрат на реализацию процесса управления, то есть сокращения расходов на управление [1].

Литература.

1. Быкова Е.Ю. Стратегические аспекты развития информатизации птицеводческих организаций Республики Беларусь / Е.Ю. Быкова // Тенденции, направления и перспективы развития экономических отношений в современных условиях хозяйствования, 21-22 февраля 2018 г. : Сборник трудов. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2018. – С. 261-264.

2. Васильков А.В. Информационные системы и их безопасность: учебное пособие / А.В. Васильков, А.А. Васильков, И.А. Васильков. – М. : ФОРУМ, 2015. – 528 с.

3. Голицына О.Л. Информационные системы: учебное пособие / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. – М. : ФОРУМ, 2016. – 448 с.

4. Карминский А.М. Методология создания информационных систем: учебное пособие / А.М. Карминский, Б.В. Черников. – М. : ФОРУМ, 2015. – 320 с.

5. Ким Л.И. Стратегический управленческий учет: Монография. / Л.И. Ким. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 202 с.

ВИРОБНИЦТВО ЗЕРНА, ЯК ВИД СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гайкевич Є.В., студент магістратури*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Глобалізація продовольчої проблеми у світі та прагнення розвинутих країн збільшувати виробництво зерна, утримати провідне місце на ринку продовольства зумовлюють визначальну роль зернового господарства в економіці України, загалом, та її аграрному секторі, зокрема. Це зумовлюється винятково важливим його значенням безпосередньо для виготовлення високопоживних продуктів харчування. Водночас даний напрямок є головною складовою виробництва продукції тваринництва, зокрема м'яса, молока, яєць. Зерно є основою для виготовлення медичних препаратів, деяких

* *Науковий керівник – Дудник О.В., к.е.н.*

алкогольних напоїв тощо, а відходи окрім промисловості та будівництва широко використовують для забезпечення енергобезпеки країни.

Згідно Закону України «Про зерно та ринок зерна в Україні» виробництво зерна – діяльність сільськогосподарських товаровиробників, що пов'язана з вирощуванням зерна, забезпеченням внутрішніх потреб України у насіннєвому матеріалі, зерні для продовольчих, фуражних та технічних цілей, поліпшенням його якості, створенням експортного потенціалу ринку зерна, а також гарантуванням продовольчої безпеки держави за рахунок розвитку власного зернового господарства [1].

Зерновиробництво, для України є традиційною галуззю, що склалося історично завдяки природно-кліматичним умовам, характеристикам ґрунту та місцем України у світі. Виробляти зернову продукції доволі вигідно, бо вона є однією з найліквідніших на даний час, а технології та способи виробництва дозволяють зменшити використання трудових ресурсів.

Однією з найбільш актуальніших проблем стабілізації і прискореного розвитку зерновиробництва в сільськогосподарських підприємствах будь-якої форми власності є забезпечення ефективності використання одного гектару ріллі. Загалом поняття ефективності виробництва є узагальнюючою економічною категорією, через яку проявляються дія економічних законів. Вона відображає результативність виробництва, тобто є якісною характеристикою результативності використання живої й уречевленої праці.

За даними, опублікованого міністерством сільського господарства США огляду світового ринку пшениці, врожайність пшениці в Україні зростає швидкими темпами. Варто зазначити, що подібна ситуація спостерігається у всіх основних країнах-експортерах за два десятиліття. Проте країни ЄС залишаються лідерами за врожайністю зернових культур в світі. В кінці XX сторіччя США були другими в рейтингу врожайності пшениці, а ось на початку 2010-років вже поступилися Україні і Канаді, яка збільшила врожайність на 30% за двадцять років (табл.). Проте, Комітет всесвітньої продовольчої безпеки виражає занепокоєння щодо різних темпів зростання урожайності в багатьох країнах світу та населенням планети, що загострює питання продовольчого забезпечення.

Таблиця

Темпи зростання врожайності пшениці за двадцять років

Країна	***ЄС***	***Україна***	***США***	***Канада***	***Аргентина***	***Австралія***
Темпи зростання урожайності пшениці	13%	44%	10%	30%	14%	1%

З огляду на вищесказане, варто активізувати інноваційну активність сільськогосподарських підприємств України. Бо переважна більшість вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції втрачають свої конкурентні позиції. На нашу думку, це спричинене тим, що більшість сільськогосподарських підприємств функціонує на екстенсивній основі. Основною їх метою є зниження обсягу витрат, а не підвищення урожайності, виходу валової продукції на одиницю витрат, земельної площі тощо.

В Україні нарощування обсягів виробництва зернових з одночасним підвищенням рівня виробництва має стратегічне значення. Від цього залежить, як подолання кризового стану в суміжних (тваринницьких) галузях, так і забезпечення конкурентоспроможності зернового підкомплексу і продовольчої безпеки країни. Варто зазначити, що для вирішення даного питання потрібний комплексний підхід на всіх рівнях державного управління.

Література.

1. Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua.

2. Мазнєв Г.Є. Планування фінансового забезпечення інноваційних агротехнологій в умовах різного фінансового стану підприємств / Г.Є. Мазнєв, О.В. Дудник // Вісник ХНТУСГ, 2015. – Вип. 161. – С. 60-73.

3. Бакум М.М. Теоретичні засади використання резервів підвищення економічної ефективності виробництва зерна / М.М. Бакум // Вісник Сумського НАУ. – 2011. – Т. 5. – №. 1. – С. 62-67.

4. Світове виробництво пшениці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.yara.ua/

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гацько А.Ф., к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Важливим інструментом ефективного функціонування аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції та підвищення їх конкурентоспроможності є обґрунтоване застосування процедур вибору комбінації каналів ринкового розподілу продукції. Результати аналізу особливостей розвитку збутових систем аграрних підприємств дозволив виділити основні періоди їх становлення та порівняти показники рентабельності виробництва і реалізації продукції з питомою вагою обсягу її реалізації посередникам.

Результати співставлення доводять, що зрушення в структурі ринкового розподілу продукції аграрних підприємств відповідають змінам рентабельності її виробництва та реалізації. При цьому неможливо визначити первинність жодного з порівняних показників стосовно змін інших. Це пояснюється тією обставиною, що економічна ефективність діяльності аграрного підприємства залежить від застосованої комбінації каналів ринкового розподілу продукції при побудові конкретної збутової системи, адже отримання економічних результатів виробництва та реалізації продукції відбувається безпосередньо на збутовій стадії виробничо-комерційного циклу. В свою чергу, формування та розвиток систем ринкового розподілу продукції, а отже і збутових систем аграрних підприємств залежить від повноти реалізації економічних інтересів та ступеня їх пригніченості або домінування на конкретному цільовому ринку. Останнє визначає ринкову поведінку аграрного підприємства, впливає на прийняття тих чи інших рішень в сфері управління збутом продукції, а отже у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Виконані дослідження дозволили виділити етапи та закономірності становлення систем управління збутом продукції аграрних підприємств. Встановлено, що об'єктивним критерієм їх трансформації є зміни в структурі використання каналів ринкового розподілу. Враховуючи, що продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на продовольчих ринках є окремими варіантами використання прямого збуту або побудови вертикальних

маркетингових систем, критичними є зміни питомої ваги обсягів продукції, які реалізуються посередникам.

Негармонійний характер розподілу доходів між суб'єктами ринку продукції аграрних підприємств є об'єктивним атрибутом функціонування вказаного ринку, а необхідність адаптації до нього стала імперативом здійснення основної діяльності підприємств-товаровиробників. Методичний підхід до ідентифікації причин трансформації конкурентної ситуації в товарно-цільових сегментах ринку продукції аграрних підприємств, заснований на визначенні показників концентрації капіталу, дозволив визначити параметри концентрації капіталу та ступінь їх зв'язку з показниками економічної ефективності діяльності функціональних груп підприємств-учасників вказаних ринків.

Співставлення отриманих результатів співвідношень з реальними економічними результатами діяльності аграрних підприємств доводить об'єктивне існування суттєвих викривлень економічних інтересів аграрних підприємств. Слід зазначити, що обсяг доходів аграрних підприємств, як безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, склав лише третину від ціни її споживання. Вказане не сприяє результативному та інтенсивному розвитку основної діяльності аграрних підприємств. Зазначені дисбаланси більш виражено проявляються на цільових ринках продукції тваринництва, де лише п'ята частина ціни споживання повертається аграрним підприємствам у вигляді виручки від реалізації продукції. Останнє суттєво скорочує шанси вказаного галузевого напряму на інтенсифікацію свого розвитку в аграрних підприємствах.

Гармонізація економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської продукції передбачає усунення умов для виникнення цінового диктату з боку тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку. Шляхом вирішення цього проблемного питання є підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств. При цьому рівень концентрації капіталу в межах тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку, а саме товаровиробників, посередників, експортерів, переробних підприємств, визначає їх раціональну поведінку, спрямовану на підвищення економічної ефективності діяльності, а отже і конкурентну політику, адже за інших рівних умов варіантів раціоналізації політики підприємства багато бути не може. Останнє зумовлює застосування відповідних стратегій, як правило, спрямованих на набуття підприємствами достатньої для повноцінної

реалізації економічного потенціалу ринкової частки, створення цінових переваг перед конкурентами без суттєвого зниження рівня економічної ефективності власної діяльності тощо. Вказана обставина викликає всі зрушення всередині ринкової інфраструктури, а отже зумовлює необхідність адаптації підприємства до умов, вплинути на які через недостатню ринкову владу воно не в змозі.

З огляду на тривалість перспективи успішної діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції ідентифіковано основні стратегічні пріоритети підвищення їх конкурентоспроможності, до складу яких слід відносини: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками із залученням інтеграційних інструментів, створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; збільшення розмірів аграрних підприємств та масштабів виробництва з метою відкриття можливостей для утворення комерційно-значимих партій сільськогосподарської продукції; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій в виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; освоєння видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому ринку, зокрема, органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції; раціональне вирішення проблеми зберігання продукції з метою результативного використання сезонних цінових коливань на цільових ринках збуту.

Реалізація вказаних стратегічних напрямів у вигляді процедур управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції дозволить останнім підвищити економічну ефективність своєї діяльності, збільшити рівень ринкової влади та ефективно адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

Література.

1. Амбросов В. Я. Зібрання наукових праць. Т. 5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань. / В. Я. Амбросов. – Х. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.

2. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : [монографія]. / В. Г. Андрійчук. – [2-ге вид., без змін]. – К., 2006. – 292 с.

3. Гришова І. Ю. Особливості формування конкурентних переваг в системі конкурентних відносин підприємств харчової промисловості / І. Ю. Гришова, О. В. Митяй // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – № 11. – С. 211-218.

4. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери : [монографія] / О. М. Могильний. – Ужгород : ІВА, 2005. – 400 с.

5. Ульянченко О. В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку / О. В. Ульянченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Вип. 252: в 6 т. – Т. 6. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1467-1472.

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

ГРИГОРЕНКО А.С., СТУДЕНТКА*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Об'єм виробництва сільськогосподарської продукції один з основних показників, які характеризують діяльність сільськогосподарських підприємств. Від його величини залежить об'єм реалізації продукції, а отже і ступінь задоволення потреб населення в продуктах харчування, а промисловості - в сировині [1, 6].

Від об'єму виробництва продукції залежить також рівень її собівартості, сума прибутку, рівень рентабельності, фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та інші показники. Тому аналіз діяльності підприємства потрібно почати з вивчення об'єму виробництва продукції рослинництва [3, 4].

Завдяки аналізу виробництва продукції рослинництва є виявлення додаткових можливостей збільшення виробництва продукції, поліпшення її асортименту, якості та зменшення втрат. За допомогою аналізу оцінюють досягнутий рівень виробництва продукції; виконання контрактів і замовлень, договорів з покупцями і забезпечення продукцією потреб підприємства; виконання потреб плану валового виробництва і фактори, які його зумовили. Також аналізують причини зміни площі та урожайності культур, вивчають передовий світовий досвід щодо виробництва екологічно чистої продукції, розробляють заходи збільшення виробництва продукції, поліпшення її якості, оптимізації витрат на виробництво, нарощування обсягу конкурентоспроможної продукції, обґрунтовують стратегію розвитку галузі.

Дуже важливим показником, що характеризує виробництво сільськогосподарської продукції є її якість, тобто сукупність властивостей здатних задовольнити певні вимоги споживача. Він є по суті визначальним для підвищення конкурентоспроможності продукції.

---

* *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент*

Оцінка виробництва продукції за обсягом, асортиментом, якістю і строками дає змогу зробити аргументовані висновки про її потенційну конкурентоспроможність і ефективність.

Одержання передбачуваного обсягу продукції рослинництва залежить від виконання плану посівних площ та урожайності сільськогосподарських культур. Оцінку дотримання планової площі роблять на основі порівняння фактичної посівної площі з плановою. Основними факторами, які можуть зумовити зміну розміру посівних площ: метеорологічні умови; загибель посіві від хвороб, шкідників і бур'янів; зміна потреб у певній продукції; різке збільшення виробництва продукції певної культури в результаті меліорації земель, внесення підвищених норм добрив та проведення інших заходів, що сприяли значному підвищенню врожайності; погіршення забезпеченості господарства певними виробними ресурсами; розширення площ внаслідок проведення культуртехнічних робіт, рекультивація земель тощо.

Більш динамічним фактором, який зумовлює валовий збір продукції рослинництва є урожайність. Під час аналізу урожайності необхідно вивчити динаміку її росту по кожній культурі чи групі культур за певний період часу і виявити, які міри приймає підприємство для підвищення її рівня. Фактори, котрі впливають на зміну величини урожайності: природно-кліматичні; агротехнічні; організаційно-економічні [7-8].

Оскільки можливості розширення площ посівів в Україні вичерпані, то основним фактором збільшення виробництва продукції рослинництва і залишається саме підвищення урожайності сільськогосподарських культур. Значно підвищити врожайність сільськогосподарських культур можна дотриманням агротехнічних умов. Проте не всі агротехнічні фактори однаковою мірою зумовлюють високу врожайність, тому особливу увагу приділяють сортооновленню, хімізації, меліорації, комплексній механізації, автоматизації виробничих процесів, тощо. Приріст урожайності за рахунок цих факторів визначають з даних науково-дослідних установ, а в конкретних умовах підприємства – на основі вивчення технології вирощування аналізованої культури.

Отже, для забезпечення успіху на ринку, створення належного іміджу підприємству потрібен якісний системний, комплексний аналіз усіх показників фінансово-господарської діяльності, спрямований на прогнозування подальшого розвитку, на вироблення рекомендацій для прийняття продуманих і обґрунтованих рішень щодо підвищення конкурентоспроможності та отримання максимального прибутку.

Література.

1. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / За заг. ред. І.В. Сіленко, Т.Д. Косової. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.

2. Бойко Л.О. Організація та методика економічного аналізу: навч. посіб. для бакалаврів всіх напрямів підготовки / Л.О. Бойко. – Одеса, ОДЕУ. – 2010. – 351 с.

3. Заїка С.О. Аналіз виробництва продукції рослинництва: Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни / С.О. Заїка. – Харків: ХНТУСГ. – 2009. – 36 с.

4. Заїка С.О. Оперативний аналіз виробничої діяльності підприємств АПК : [Навчальний посібник] / С.О. Заїка, А.В. Півень. – Харків : Вид-во «Міськдрук», 2010. – 113 с.

5. Заїка С.О. Словник загальних термінів і понять з аналізу господарської діяльності / С.О. Заїка, С.В. Кускова // Харків: ТОВ Стильна типографія, 2019. – 82 с.

6. Заїка С.О. Становлення і перспективи розвитку економічного аналізу в Україні // С.О. Заїка, В.А. Грищенко // Вісник ХНТУСГ Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 174. С. 136-144.

7. Конспект лекцій з дисципліни «Аналіз господарської діяльності» для студентів спеціальностей 6.030601 – «Менеджмент організацій і адміністрування» (за видами економічної діяльності) та 6.030606 – «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» усіх форм навчання / Н.С. Артамонова – Одеса: ОНПУ. – 2014. – 80 с.

8. Шпанковська Н.Г. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: навч. посіб. / Н.Г. Шпанковська, Г.О. Король, К.Ф. Ковальчук [та ін.]; за ред. К.Ф. Ковальчука – Київ. - 2012. – 328 с.

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Грідін О.В., старший викладач,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Питання забезпечення ефективного управління персоналом посідає одне з визначальних місць в системі управління будь-якої організації, оскільки людські ресурси, на думку переважної більшості як науковців, так і керівників, є основними у його ресурсній схемі [4-5].

Кадри – це найцінніший капітал організації, що являє собою сукупну кваліфікацію, фізичні та професійні здібності усіх працівників

і потребує створення сприятливих організаційних, економічних, соціально-психологічних та адміністративних умов, спрямованих на розвиток різноманітних здібностей працівників, з метою максимального розкриття і використання їх потенціалу в професійній діяльності. Вищим керівництвом організації працівники мають розглядатись як цінність, здобуту в конкурентній боротьбі, яку постійно потрібно розвивати і мотивувати з метою досягнення стратегічних цілей організації. З цією метою необхідно створити таку інтегровану систему управління, яка б відповідала вимогам сьогодення та відводила ключову роль кадровій політиці. Її стратегічним завданням має бути створення та постійне підтримання оптимального балансу процесів комплектування, збереження персоналу, його розвитку відповідно до стратегічних цілей підприємства, вимог діючого законодавства та стану ринку праці [1, 3]. Отже, в сучасних умовах ефективність використання персоналу заслуговує на особливу увагу з боку організацій. Воно покликано бути помічником керівництва у визначенні, оцінці, розвитку кадрових ресурсів і їх збалансуванні з потребами організації.

Управління персоналом – це багатогранний і виключно складний процес, що має специфічні особливості й закономірності. Він орієнтується на визначення стратегічно важливих функцій щодо планування персоналу, його відбору, маркетингу і розвитку. Це діяльність спрямована на вирішення службових проблем, підтримку розвитку персоналу, кожного окремого працівника, удосконалення умов праці з метою виконання завдань організації, розглядаючи кожного працівника як особистість і пропонуючи послуги по задоволенню індивідуальних потреб [1, 4]. Однак більшість керівників підприємств, нажаль, усе ще не приділяють відповідної уваги даному елементу управління персоналом.

З вищезазначеного витікає, що управління персоналом повинно мати системний характер і завершеність на основі комплексного вирішення кадрових проблем, запровадження нових й удосконалення наявних форм і методів роботи. Персонал є головною ланкою виробничого процесу на підприємстві. Якими б не були новітні технології, інноваційні ідеї, вони ніколи не забезпечать очікуваного результату без високоефективної роботи, належної підготовки і кваліфікації людських ресурсів. Управління персоналом є достатньо складним процесом, адже люди наділені інтелектом, здатністю мислити, вони постійно взаємодіють між собою, що впливає на продуктивність і якість їх праці, на внутрішній клімат в організації [2-3].

Сучасний стан ринкової економіки та жорстка конкуренція на світових ринках зобов'язує керівників шукати надійніші, більш раціональні і дієві моделі управління персоналом. Зі світового досвіду управління персоналом відомо, що інвестування в нове обладнання та технології призводять до підвищення продуктивності праці лише в тому випадку, якщо враховується «людський фактор», тобто вдосконалюються принципи організації праці та провадиться системна робота щодо відповідної фахової підготовки персоналу. Людський фактор є головною продуктивною силою суспільства і основою концепції менеджменту. У сучасних умовах життя – знання, уміння, трудові навички, досвід роботи, ініціатива персоналу підприємства набувають особливого виняткового значення [2].

Отже, у сучасних умовах основним завданням управління персоналом є поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та трудової мотивації для розвитку навиків працівників та стимулювання їх до безперервного професійного удосконалення, підвищення продуктивності та якості праці.

Література.

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: [Підручник] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.

2. Гривнак О.В. Проблеми управління персоналом на сучасних підприємствах [Електронний ресурс] / О.В. Гривнак, О.І. Бала // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 778. – С. 10-17. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_778_4

3. Гризовська Л.О. Актуальні проблеми управління розвитком персоналу на вітчизняних підприємствах / Л.О. Гризовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 5(2). – С. 192-196.

4. Грідін О.В. HR-менеджмент в сучасних організаціях: особливості та перспективи впровадження / О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2017. – Вип. 185. – С. 160-172.

5. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом / О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2017. – Вип. 188. – С. 228-236.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Дроб'язко А.О., Рогуля М.Р., студенти магістратури*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

В сучасних умовах реалізується велика кількість управлінських концепцій і кожна з них, як і її автори та виконавці, мають власні, притаманні тільки їм особливості. Ця обставина значно затрудняє процес складення класифікацій в менеджменті, в тому числі й принципів управління.

Принцип (від лат. principium – початок, основа) – основне положення концепції, теорії, науки;внутрішнє твердження людини, норми поведінки та діяльності [1].

Організаційно – управлінські принципи багаточисельні та різноманітні. З часу оприлюднення А. Файолем 14 принципів загального та промислового управління , світ значно змінився (табл. 1).

Вибір кількості принципів та визначення їх як основоположних залежить від різних факторів. Ключовим є питання «розмежування теорії організації та науки про управління».

У зв'язку з цим Б.З. Мільнер зазначає [3, с. 139], що одні вчені роздивляються теорію організації як основну частину науки про управління (організація – функція управління), а їх опоненти виділяють проблеми організації в самостійну галузь знань («організація» показує чим управляти, а «управління» навіщо та як впливати на об'єкт). Вчені також зазначають, що управління як ціле направлений вплив передбачає організацію ресурсів, а організація не існує без здійснення конкретних управлінських дій, які приводять в рух вказані ресурси.

При аналізі організаційної діяльності часто використовується модель організації Д. Надлера-М. Ташмена. Виходячи з моделі, організація представляє собою механізм трансформації вхідних елементів (стратегії та ресурсів в контексті зовнішнього оточення) у вихідні елементи (моделі індивідуальної, групової та організаційної поведінки). Кожна пара компонентів повинна бути внутрішньо узгоджена. Зрозуміло, що організовуючи (щось), ми управляємо (чимось), ми організовуємо.

---

* *Науковий керівник – Краля В.Г., к.е.н., ст. викладач*

Таблиця 1

Принципи менеджменту(управління) А. Файоля

№	*Принцип*	*Зміст принципу*
1	Розподіл праці	Спеціалізація праці притаманна для людини, тому ціллю розподілу праці є виконання більшої по кількості та кращої по якості праці при тих же умовах
2	Повноваження та відповідальність	Делегування повноважень повинні супроводжуватися відповідальністю за виконання дорученої справи
3	Дисципліна	Менеджери повинні промінювати санкції до порушників дисципліни
4	Єдиноначальство	Працівник повинен отримувати накази від одного керівника
5	Єдність напряму	а група,що діє в рамках однієї цілі, повинна бути об'єднана єдиним планом
6	Підпорядкованість власних інтересів загальним	Інтереси організації є пріоритетними за інтереси одного працівника
7	Винагорода персоналу	Необхідно платити справедливу винагороду за ефективну працю
8	Централізація	Повноваження повинні делегуватися пропорційно відповідальності
9	Скалярний ланцюг	По ланцюгу керівників передають розпорядження між рівнями організації
10	Порядок	Є місце для всього і все повинно бути на своєму місці
11	Справедливість	Поєднання доброти та правосуддя
12	Стабільність робочого місця для персоналу	Текучість кадрів знижує ефективність діяльності організації
13	Ініціатива	Розробка плану та його реалізація придає організації впевненість
14	Корпоративний дух	Союз – це сила, яка є результатом гармонії персоналу

Джерело: складено на основі [2, с. 33].

До основних організаційно-управлінських принципів управління персоналом відносять:

1) загальнотеоретичні принципи організації та управління (поділяються на три основні групи:

– базисні (науковості, інновації, демократичності, цілісності зворотного зв'язку);

– відповідності (цілей та ресурсів, економічності та ефективності);

– оптимальності (поєднання централізації та децентралізації, ритмічності);

2) принципи статичного стану організації(найвищого пріоритету цілі, пріоритету функцій над структурою та суб'єкта управління над об'єктом);

3) принципи динамічного стану організації(найвищого пріоритету персоналу, пріоритету структур над функціями)

4) принципи раціоналізації.

В трудовому колективі не зможуть прижитися навіть передові технології, якщо не будуть органічно сполучатися з інтересами людей та психологічними особливостями трудового колективу, його внутрішніми резервами.

Література.

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом : [навчальний посібник] / О.В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 296 с.

2. Віноградська О.М. Менеджмент: Навчальний посібник для студентів усіх форм навчання спеціальності 0501 – «Економіка і підприємництво» / О.М. Віноградська, Н.С. Віноградська, В.С. Шевченко. – Харків : ХНАМГ, 2008.

3. Теория организации: ученик для академического бакалавриата / О.В. Русецкая, Л.А. Трофимова, Е.В. Песоцкая. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 391 с.

4. Сербиновский Б.Ю. Управление персоналом: учебник / Б.Ю. Сербиновский. – М. : ИТК «Дашков и К», 2007. – 464 с.

5. Управление персоналом: учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова. – [2-е изд. перераб и доп.]. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 560 с.

СВІТОВЕ ВИРОБНИЦТВО СОНЯШНИКУ ТА ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

Дулов А., Дулова Є., студенти магістратури*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Україна займає одне з провідних місць серед соняшникосіючих держав, виробляючи щорічно більше 10 % насіння соняшнику у світі [1].

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки основним завданням агропромислової сфери є необхідність досягнення високих кінцевих результатів, прискорення переходу до інтенсивного характеру

* *Науковий керівник – Півень А.В., асистент*

розвитку виробництва на засадах впровадження новітніх ресурсозберігаючих технологій [2-4]. Розвиток олійного виробництва в Україні має великі перспективи як з точки зору забезпечення внутрішніх потреб, так і можливостей розширення частки на зовнішніх ринках [5].

За словами старшого аналітика International Grains Council, Пітера Клаба, у 2018/19 маркетинговому році виробництво соняшника в світі продовжить зростати і за підсумками маркетингового року може досягти максимального показника за останні 10 років - близько 50 млн. тонн. [6].

За прогнозами Міністерства сільського господарства США (USDA) у 2016–2017 МР світове виробництво соняшнику становитиме 43,8 млн. т, тобто більше попереднього сезону на 9 %. Збільшення виробництва відбудеться під впливом зростання урожайності та розширення посівних площ. Так, урожайність очікується близько 17,7 ц/га, що на 3 % вище попереднього сезону. Посівна площа під культурою становить 24,8 млн. га, що на 7 % поступається минулорічному показнику [7].

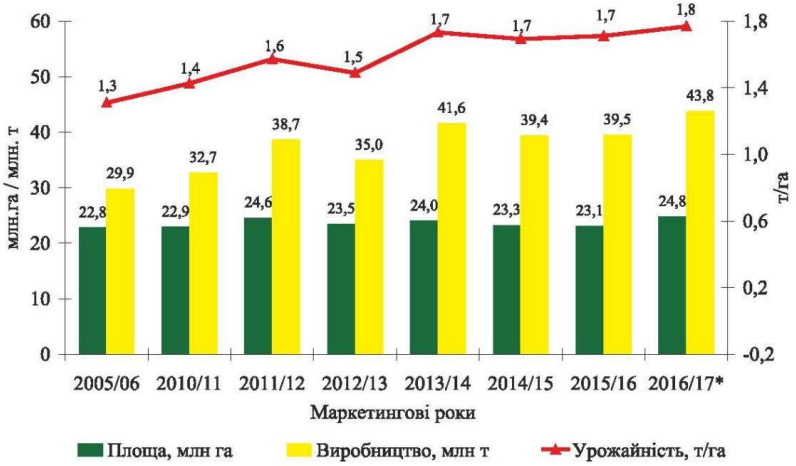

Рис. 1. Динаміка світового виробництва соняшнику [7]

Україна майже щороку збільшує експорт олійних культур до ЄС. За словами заступника директора Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» член-кореспондента НААН Миколи Пугачова, характерною ознакою стало посилення європейського вектору у експорті олійних культур. Загалом країни ЄС закупили в Україні близько 60 % продукції цієї групи [8].

Ще, зазначив Микола Пугачов, у 2018 році Україна експортувала жирів та олії на 3,2 млрд. дол. США, що на 8 % менше минулорічних показників за відповідний період. Основним експортним товаром цієї групи є олія соняшникова. Її продали на ринки країн світу на суму 2,9 млрд. дол. США – на 0,3 млрд. дол. США менше, ніж за дев'ять місяців 2017 року [8].

«Домінуючим покупцем жирів і олій українського виробництва традиційно виступає Індія, яка з 2015 року нарощує обсяги закупівель соняшникової олії. Якщо за підсумками 2016 року частка Індії у вітчизняному експорті жирів і олій становила 29,4 %, а 2017 року – 34,4 %, то лише за дев'ять місяців цього року її частка у структурі українського експорту цього виду продукції склала 42 %», – зазначив експерт [8].

Отже, виробництво олійних культур, зокрема соняшнику є досить перспективним, але для подальшого його розвитку необхідно враховувати певні особливості. Одним із шляхів підвищення ефективності виробництва соняшнику є впровадження сучасних технологій виробництва соняшнику й зокрема, велике значення має застосування ресурсозберігаючих технологій і на цій основі ріст урожайності. Впровадження у виробництво інтенсивних технологій сприятиме вищим темпам росту урожайності порівняно з темпами збільшення витрат, що дасть змогу знизити собівартість одиниці продукції.

Література.

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2004. – 624 с.

2. Грідін О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку сфер виробництва, переробки та реалізації зерна: український та загальносвітовий контекст / О.В. Грідін // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – № 3 (14). С. 54-62. – Режим доступу до ресурсу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/14-2018-ukr.

3. Заїка С.О. Ресурсозберігаючі технології як пріоритетний напрям інноваційного розвитку аграрної економіки / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Соціально-економічні аспекти стійкого розвитку економіки України: колективна монографія / За ред. О.О. Непочатенко. – Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2016. – 300 с. – С. 246-253.

4. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. професора Г.Є. Мазнєва. – Харків: Вид-во «Майдан», 2015. – 592 с.

5. Кучеренко С.Ю. Організаційно-економічні засади ефективного виробництва соняшнику в Україні. Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди / С.Ю. Кучеренко // Економічний вісник університету. – 2015. – Випуск № 24/1. – С. 45-48.

6. Сайт журналу Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/12272-vyrobnytstvo-soniashnyku-v-sviti-mozhe-dosiahty-maksymalnoho-pokaznyka-za-ostanni-10-rokiv-igc.html

7. Сайт журналу Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/7947-rynok-soniashnyku-novoho-vrozhaiu.html

8. Сайт журналу Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/12205-ukraina-zbilshyla-eksport-oliinykh-kultur-do-yes-puhachov.html

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

Дядькін О.С., студент*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Вирощуванням соняшнику в Україні займаються не перше століття, це вже як візитна карта українця-землероба. За цей час поступово склалася певна технологія вирощування соняшнику, яка дозволяє отримувати високі врожаї в більш ранні терміни при одночасному зниженні фінансових і трудових витрат. З урахуванням використання нових гібридів і сортів, які мають вдосконалені характеристики, аграріям вдається домагатися відмінних результатів у цій важливій галузі сільського господарства [2].

Застосовувана в даний час технологія вирощування соняшнику ґрунтується на наступних принципах:

– ретельний підбір якісного посівного матеріалу врожайних сортів, стійких до посухи і хвороб;

– дотримання сівозміни при посіві соняшнику;

– належна обробка і підготовка ґрунту перед посівом;

– внесення відповідних добрив у потрібній кількості;

– дотримання строків посіву насіння соняшнику;

* *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент*

– догляд за рослинами протягом сезону;

– своєчасне збирання врожаю за допомогою спеціальної техніки [1, 5].

Знаючи, як виростити соняшник у відповідності до всіх правил, можна отримувати хороший дохід від цієї галузі, адже для посіву потрібно від п'яти до десяти кілограм насіння на один гектар, а врожайність з одного гектара може досягати 25-30 центнерів. Причому із зібраного насіння отримують не тільки рослинну олію, але і шрот, лузгу, макуху, які можуть стати відчутним додатковим джерелом доходу [1].

У 2017 році загальна посівна площа соняшнику досягла 5,5 млн. га, а середня урожайність склала 20,3 ц/га. Але, як зазначають фахівці, валовий збір насіння все ще не забезпечує наявні потужності вітчизняної олійної промисловості, яка потребує 20 млн. т сировини щорічно. Тому актуальним залишається питання пошуку шляхів подальшого підвищення врожайності соняшнику.

Одним із головних чинників підвищення врожайності соняшнику є вибір гібридів із високим генетичним потенціалом. Водночас враховуються їхні вимоги до погодно-кліматичних умов регіону, толерантність до шкодочинних організмів, особливості технології вирощування [3].

За даними науковців, грамотний підбір гібриду забезпечує 35 % урожайності, решту – агротехнологічні та ґрунтово-кліматичні фактори. Перевагу слід віддавати посухостійким гібридам, стійким до вилягання та осипання високоолійним гібридам, адаптованим до континентального клімату.

Соняшник - світлолюбива рослина. Його золотиста голівка, листя та стебло весь час повертаються за сонцем. Тому ні в якому разі не можна допускати загущення рослин – в густих заростях соняшники витягуються вгору, а їх кошики стають маленькими. Найкращий ґрунт для соняшнику – чорнозем, а також сірі й каштанові лісові ґрунти. На кислих, пісчаних, засолених та важких глинистих ґрунтах урожай буде невисоким [3].

Для підвищення урожайності і олійності соняшнику необхідні інноваційні технології його вирощування. Найбільша кількість поживних речовин надходить до рослини в період її цвітіння. В середньому соняшник бере з одного гектара землі 50 кг фосфору, 110 кг азоту та 250 кг калію.

Висівати соняшник необхідно через два тижні після посіву ранніх ярих культур, коли ґрунт прогріється до +10-12 градусів. Перед посівом

насіння соняшнику обробляється спеціальними препаратами, стимуляторами росту.

Соняшник має високу здатність до перехресного запилення. Пилок переноситься комахами-запилювачами, наприклад, бджолами. Їх спеціально вивозять на соняшникові поля – один вулик на гектар. Завдяки таким діям урожайність соняшнику збільшується на 20-30 % [3-4].

Вирощувати соняшник можна не в кожному регіоні. І якщо раніше соняшник висівали переважно в південних регіонах країни, то в останні роки погодні умови часто складаються так, що на півдні соняшник «вигоряє», а в центральних та північно-західних областях врожайність зростає. Тому сьогодні все більше орних земель відводиться під соняшник саме в північно-західних областях.

Фактором, що стримує розповсюдження соняшнику, є недостатня зволоженість клімату і ґрунту. Велика територія України належить до зони нестійкого і недостатнього зволоження, а бездощові періоди можуть досягати 50-90 днів. У більшості випадків вони супроводжується підвищеною температурою повітря, що призводить до атмосферної та ґрунтової засухи. Сприятливими для вирощування соняшнику можна назвати температурні умови в зоні Лісостепу і Степу України, в той час як північні райони Лісостепу в цьому відношенні дещо нестабільні. Несприятливими для вирощування соняшнику є умови західного [5-7].

Посушливі райони південного Степу України практично не підходять для вирощування соняшнику, хоча саме тут до останнього часу під цю культуру були виділені значні площі. В останні роки соняшник почали культивувати на півночі країни.

Така «подорож» соняшника в зони, де його раніше не було, має ряд переваг. На нових місцях немає таких хвороб, як біла і сіра гниль, фомопсис, вовчок. Щоб попередити їх розповсюдження використовуються гібридні сорти рослин, стійкі і толерантні до збудників хвороб, сучасні засоби захисту рослин та агротехнічні заходи боротьби з шкідниками.

Література.

1. Ефективність технологій вирощування круп'яних та олійних культур / За ред. Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнєва. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – 232 с.

2. Заїка С.О. Місце соняшника у виробництві олійних культур в Україні / С.О. Заїка, В.В. Фурсова, К.Г. Омельченко // Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 4 (28), том 2, 2012 р. – С. 186-190.

3. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. професора Г.Є. Мазнєва. – Харків: Вид-во «Майдан», 2015. – 592 с.

4. Мазнєв Г.Є. Проектування та економічне обґрунтування технологій вирощування сільськогосподарських культур: [Наукове видання] / Г.Є. Мазнєв, С.О. Заїка – Харків: ХНТУСГ.– 2005. – 41 с.

5. Технології вирощування зернових і технічних культур в умовах Лісостепу України / За ред. П.Т. Саблука, Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнєва. – [2-е вид., доп.]. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 720 с.

6. Технологічні карти та витрати на вирощування сільськогосподарських культур / За ред. П.Т. Саблука, Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнєва. – К. : ННЦ «ІАЕ». – 2005. – 402 с.

7. Технологічні карти та витрати на вирощування сільськогосподарських культур з різним ресурсним забезпеченням / За ред. Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнєва. – Харків: ХНТУСГ. – 2006. – 725 с.

WAYS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF LAND USE

ZAYATS Y., STUDENT*,
KHARKOV PETRO VASYLENKO STATE
TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE

Today's challenge is land economy more efficient use of land resources.

Efficient use of land resources in agriculture is a socio-economic category that reflects the relationship between people in the process of implementing technological processes related to the production of agricultural products in order to maximize the needs of the population in food products to ensure the restoration of natural soil fertility, increase of productive potential of land resources and their use in conditions of high level of environmental friendliness of both these resources and environment in whole oh my [2-4].

One of the most important factors in improving the use of land is the increased reproduction of soil fertility. Science and practice are known for rapid and long-term effects on the soil. The first is the regulation of soil moisture, the introduction of high-speed mineral fertilizers, its loosening. Long-term formation of soil fertility includes the systematic enrichment of soil with organic fertilizers, liming of acid soils, land reclamation with unfavorable natural properties.

* *Scientific supervisor - Zaika S.O., Ph.D., associate professor*

One of the factors of increasing land productivity is the struggle against overpopulation of soils. Under the influence of harvesting and transport equipment, a significant part of the arable land is densely packed. In such conditions, the root system of plants is poorly functioning, resulting in deterioration of their livelihoods, increasing litteriness of the fields, which leads to a significant shortage of crops. Land consolidation decreases with the use of lighter machinery of wide-reaching tillage machines [6].

The fight against weeds and pests of agricultural crops is greatly influenced by the increase of land productivity. The main methods of plant protection are biological, mechanical and chemical. The first two are environmentally safe. However, in recent years, more and more companies have preferred the use of chemicals that are hazardous to man and nature. It is desirable to use them only in cases where alternative variants are exhausted, in particular biological methods.

The increasing in the efficiency of the use of the land fund contributes to the liming of acid and gypsum saline soils. According to experts' calculations, due to unfavorable soil acidity, the loss of yield annually is about 10 % [1, 5-7].

Improving land use efficiency contributes to the use of intensive crop cultivation technologies, the use of more productive raion varieties, the improvement of the crop structure, the conduct of all field work in the best possible terms, the improvement of the organization of work, the training of workers, the culture of agriculture, etc. [8-9].

Increasing the efficiency of land use is possible in case of state interest. It should regulate land relations in preserving and improving the condition of land, using them for their intended purpose, creating conditions for the introduction of expanded reproduction and intensification.

Literature.

1. Альбещенко О.С. Оптимізація структури земельних угідь сучасних агроландшафтів та формування екологічної мережі у сільськогосподарських підприємствах / О.С. Альбещенко // Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. С.З. Гжицького. – 2012. – № 4(54). – С. 15-20.

2. Грищенко О.В. Аналіз земельних ресурсів в умовах розвитку ринкових відносин / О.В. Грищенко, С.О. Заїка // Харків: ХНТУСГ. – 2004. – 17 с.

3. Заїка С.О. Аналіз ефективності використання земельних ресурсів / С.О. Заїка, Л.С. Харчевнікова // Харків: Вид-во «Міськдрук», 2014. – 24 с.

4. Заїка С.О. Компонентний склад ресурсного потенціалу аграрних підприємств / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Міжнародної науково-

практичної конференції (м. Одеса, 26-27 лютого 2016 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2016. – С. 95-97.

5. Зінченко Т.Є. Інституціональні аспекти трансформації землекористувань населених пунктів в сучасних ринкових умовах / Т.Є. Зінченко. – Житомир: Вид-во «ПП Рута», 2010. – 214 с.

6. Кошкалда І.В. Ефективність використання сільськогосподарських земель у контексті сучасного господарювання / І.В. Кошкалда // АгроІнКом. – 2011. – № 10 – С 38-43.

7. Мазоренко Д.І. Ресурсозабезпеченість аграрного виробництва та урожайність сільськогосподарських культур / [Д.І. Мазоренко, Г.Є. Мазнєв, О.О. Красноруцький, Н.Ю. Гаврилович та ін.] // Матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції «Наука: теорія та практика - 2006». Т. 6 «Економічні науки» – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. – С. 15-17.

8. Макарова В.В. Ефективність використання земельних угідь с.-г. підприємствами / В.В. Макарова // Економічний простір: зб. наук. пр. – 2011. – № 52/1. – С. 284-290.

9. Петренко Ж.А. Ефективність використання земельних ресурсів: економіко-аналітичний аспект / Ж.А. Петренко, О.А. Томашевська / Вісник Полтавської державної аграрної академії – 2012. – № 2. – С. 162-168.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В РЕГИОНАХ

Казакевич Л.А., к.ф.-м.н., доцент,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

Особую роль в производственном потенциале агропромышленного комплекса играют земельные ресурсы. Их рациональное использование и охрана, формирование оптимальной структуры земельного фонда, сохранение плодородия почв является основой устойчивого развития сельскохозяйственных организаций. Все земли в пределах территории Беларуси составляют её земельный фонд, площадь которого равна 20759,8 тыс. га. В составе общего земельного фонда наибольший удельный вес занимают земли сельскохозяйственных организаций. В Гомельской области – это 1447 тыс. га, их них пахотных 725 тыс. га [1]. Для Беларуси характерна высокая степень сельскохозяйственной освоенности территории [2]. Разнообразие почвенного покрова в регионах страны по типам почв,

гранулометрическому составу и увлажнению, технологическим характеристикам и агроклиматическим условиям определяет существенные различия в их оценке [3]. Оценка плодородия пахотных земель в республике составляет 31,2 балла, в Гомельской области – 30,1 балла. При доведении агрохимических свойств до оптимальных параметров плодородие почв может увеличится в среднем на 5,7 балла. Однако этот процесс очень длительный и дорогостоящий.

Анализ эффективности использования земельных ресурсов отдельной сельскохозяйственной организации проведем на примере ОАО «Бумажкова-Агро». Предприятие находится в Октябрьском районе Гомельской области в агрогородке Любань. Основные виды его деятельности: выращивание зерновых и зернобобовых, кормовых и масличных культур и их семян; разведение крупного рогатого скота. На предприятии имеются участки по производству продукции растениеводства и молочно-товарные фермы. Среднесписочная численность персонала основной деятельности – 124 человек. Хозяйственная деятельность ведется на площади 4286 га. Состав земельных угодий представлен в таблице.

Таблица

Состав земельных угодий ОАО «Бумажкова-агро»

Земельные угодья	***Площадь, га***	***Удельный вес, %***
Общая земельная площадь	4286	100,0
Сельскохозяйственные угодья – всего	3696	86,2
из них: пашня	2622	61,2
сенокосы	749	17,5
пастбища	320	7,5
Распаханность земель	-	70,9
Балл: сельхозугодий	-	25,9
пашни	-	30,6

Повышение эффективности использования земельных угодий может обеспечить их трансформация, то есть перевод одних в другие. Основная задача трансформации – приведение состава и соотношения сельскохозяйственных угодий в соответствии с перспективным планом развития хозяйства, требованиями специализации и концентрации производства [4]. В ОАО «Бумажкова-Агро» стоит задача поднять эффективность производства молока и мяса КРС за счет обеспечения животных достаточным количеством качественных кормов. Для этого перспективным вариантом землепользования представляется перевод

порядка 200 га естественных сенокосов в пахотные земли для выращивания люцерны [5]. Люцерна посевная достаточно питательна, богата перевариваемым протеином и витаминами, ее сено содержит в среднем 16,3 % протеина, а сено травы, скошенной перед цветением, – до 20 % (от сухой массы). Люцерна посевная отличается высокой урожайностью, при правильной технологии выращивания урожай сена может составлять 9-10 т/га. Убирают люцерну на сено в фазе бутонизации. Многолетние посевы люцерны при должном уходе за период вегетации дают 3-5 укосов.

Наиболее весомыми статьями затрат при выращивании люцерны являются семена, минеральные удобрения и средства защиты. Обусловлено это применением большого количества дорогих фосфорных удобрений. Так, стоимость 1 т семян – 7000 руб. (норма высева семян люцерны 12 кг/га), стоимость 1 т суперфосфата – 764 рублей. Если будет получено четыре укоса за период вегетации, то первые два укоса используются на зеленую массу на корм скоту и приготовление сенажа, третий укос – на сено, четвертый – на семена. Дальнейшие расходы сводятся к затратам на заготовку зеленой массы, сена и уборку люцерны на семена, очистку и сушку семян.

Оценка суммарных затрат по возделыванию 200 га люцерны в первый год – 82856,3 рублей. При этом хозяйство может получить 7000 т зеленой массы и 240 т сена, что в пересчете на кормовые единицы и переваримый протеин составит 1611 т и 312,9 т соответственно. Кроме этого сбор семян при средней урожайности 1,5 ц /га составит 30 т в весе после очистки и сушки. При соблюдении технологии возделывания люцерны после однократного посева урожай можно собирать в течении пяти лет. Соответственно затраты следующих четырех лет будут сводиться к затратам на боронование посевов, подкормку минеральными и жидкими органическими удобрениями, обработку средствами защиты и уборку.

Литература.

1. Государственный земельный кадастр Республики Беларусь. 01.01.2016.

2. Шимова О.С. Экономика природопользования / О.С. Шимова, Н.К. Соколовский. – Москва : ИНФРА-М, 2013. – 246 с.

3. Мониторинг и использование земельных ресурсов / С.Е. Головатый, С.В. Савченко, С.С. Позняк, О.В. Чистик. – Минск : МГЭУ им. А. Д. Сахарова, 2009. – 149 с.

4. Волков С.Н. Землеустройство / С.Н. Волков. – Москва : ГУЗ, 2013. – 992 с.

5. Люцерна посевная: описание культуры и ее применение [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://fb.ru/article/45453/ lyutserna-posevnaya-opisanie-kulturyi-i-ee-primenenie. – Дата доступа: 25.02.2019.

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ РИНКУ

Калініченко С.М., к.е.н.,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Конкуренція є первинною та основною економічною силою, притаманною ринковій економіці, а також є необхідним атрибутом існування та розвитку ринку, в цілому. Наявність конкуренції, з однієї сторони, обумовлює прагнення, формує стимули та можливості суб'єктів аграрного виробництва до підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, а з іншої визначає динаміку ринкової концентрації та посилення нерівності суб'єктів ринку в існуючому конкурентному середовищі, що визначає конкурентну структуру цільових ринків збуту продукції підприємств [2]. Негативне ставлення до існування конкуренції спостерігалось ще з радянських часів. Так, в той час конкуренцію розуміли як жорстоку боротьбу між окремими капіталістами та країнами з капіталістичним устроєм за джерела формування сировини, ринків збуту та сфери обігу капіталу, за одержання та максимізацію існуючих прибутків. Це було зумовлено приватною власністю на окремі засоби виробництва [4].

Трактування категорії «конкуренція» у вітчизняних економічних джерелах до 90-х років минулого століття було вузьким і тому конкуренція розглядалась лише з точки зору політекономії. Так, конкуренція – це анархія виробництва і перевага функціонування приватної власності. Сучасні підходи до сутності конкуренції розуміють її через способи та явища життя, через рушійні сили постійного суспільного розвитку. Також її можна визначити через передові інструменти можливостей економії ресурсів, через невід'ємні частини формування ринкових механізмів й через об'єктивний елемент формування товарного виробництва [3].

За напрямами прояву «конкуренцію» поділено на внутрішню та зовнішню. Зовнішня конкуренція являє собою об'єктивну конкуренцію, яка склалась через певну кон'юнктуру на ринку і діяла на виробничі підприємства незалежно від їх бажань та можливостей.

Досконала (чиста) конкуренція є типом ринкового середовища, в межах якого діє велика кількість конкурентів та окремий суб'єкт господарювання, у прийнятті рішень зорієнтовані на певне ринкове ціноутворення та своїми діями не впливає на процес формування ціни. Даний тип конкуренції є парадоксальним з огляду на те, що виробничі підприємства не відчувають конкуренції у своїй виробничо-комерційній діяльності, а існуюче конкурентне середовище не наполягає на зростанні результативності виробництва.

Олігополія являє собою ситуацію, коли кількість конкурентів незначна або декілька окремих підприємств домінують на обраному ринку, створюючи при цьому сильну взаємозалежність. За таких умов кожне підприємство добре знайоме з діючими силами на ринку, а маневрування будь-якого з конкурентів відчуваються іншими суб'єктами господарювання [2]. Олігополія є характерною в більшості випадків для недиверсифікованого виробничого підприємства, зокрема, підприємства із глибокою переробкою сільськогосподарської продукції. Тому, ми вважаємо, що сировинний сегмент аграрного ринку, в умовах якого товаровиробники реалізують свій товар дрібними за обсягами партіями з ціною, яку встановлено через співвідношення попиту та пропозиції на ринку, є добрим прикладом монополістичного виду конкуренції. Монополістична конкуренція – тип ринку, де за умов неоднорідної за обсягами пропозиції діє значна кількість дрібних підприємств за одночасним існуванням великої кількості споживачів. Розглядаючи ринковий тип олігополії, як тип групової монополії, автор теорії монополістичної конкуренції, американський економіст Е.Х. Чемберлін виокремив наступне. На його думку «...оскільки кожен є монополістом і все ж таки має конкурентів, то ми в праві говорити про них, як про конкуруючих монополістів; і про сили, що діють у подібних ситуаціях, ми можемо сміливо говорити як про сили монополістичної конкуренції…»[4]. Для сучасного типу розвитку конкурентної боротьби в аграрній сфері більш характерними є риси монополістичної конкуренції. Це спричинено виробляємою сільськогосподарськими підприємствами продукцією (цукрові буряки, соняшник, зерно, м'ясо, молоко тощо), яка і не є стандартизованою, однак з можливістю реалізації крупнотоварними партіями, що відрізнятимуться за якістю та ціною [3].

Монополія характеризується безліччю споживачів та тільки одним окремим продавцем. Монопольне становище на сировинному сегментів аграрного ринку матимуть виробничі підприємства науково-дослідного напряму господарської діяльності, що реалізують елітний

посівний матеріал чи чистопородних тварин. Провівши дослідження за видами конкуренції, можна наголосити, що найбільш прийнятним та корисним для кінцевих споживачів є наявність досконалої конкуренції. Вона має усувати можливості зловживань на обраному об'єктовому ринку. При чому, одночасно найнебезпечнішим є формування монополістичного ринку.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : [монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х. : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.

3. Іващенко О.В. Формування прибутку в сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.

4. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.

5. Мандич О. В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід / О. В. Мандич // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – 2016. – Вип. 172. – С. 141-147.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

Катамадзе М.Р., Тимченко Ю.В., магістранти*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Рослинництво є первинною і водночас на сучасному етапі основною галуззю сільськогосподарського виробництва, яка забезпечує прибутковість та економічне зростання господарюючих суб'єктів.

Підвищення прибутковості сільськогосподарського виробництва – одна з головних цілей державної аграрної політики в силу того, що

* *Науковий керівник – Подольська О.В., к.е.н., доцент*

сільське господарство поставлено у відносно нерівні(в порівнянні з іншими галузями економіки) умови отримання ринкових доходів(істотна залежність від природно-кліматичних факторів; високий рівень конкуренції, обумовлений численністю підприємств, що продають стандартні продукти; низька еластичність попиту на продовольство) [1].

Досягнення цієї мети пов'язане з багатьма труднощами, тому що на прибутковість впливає цілий ряд факторів (застосування технологій, і відповідно, рівень виробничих витрат; стан продовольчих і ресурсних ринків; податковий режим; обсяг сільськогосподарських субсидій; агрострахування та ін.) [1].

Таким чином, рівень прибутковості сільського господарства - результативний показник, що характеризує, з одного боку, ефективність менеджменту і використовуються підприємствами технологій, а з іншого боку - якість державного регулювання галузі.

Одним з головних індикаторів прибутковості аграрного виробництва є рентабельність проданих сільськогосподарськими товаровиробниками товарів, продукції (робіт, послуг).

Рентабельність – це складна категорія. Вона показує, наскільки прибуткова діяльність підприємства, і, отже, чим вищі показники рентабельності, тим успішніша діяльність. З цієї причини підприємству необхідно знаходити нові шляхи підвищення рентабельності з метою забезпечення найбільш високих показників [2].

Ключові шляхи підвищення рентабельності – підвищення абсолютної суми прибутку і скорочення витрат на виробництво продукції. Цьому сприяє широке застосування у виробництві результатів науково-технічного прогресу, що веде до збільшення продуктивності суспільної праці і зниження на цій основі вартості одиниці ресурсів, що застосовуються у виробництві.

Основою збільшення показника рентабельності може бути впровадження інновацій, що дозволяють виробляти новий вид товарів з найкращою якістю, освоювати нові ринки збуту продукції, вводити організаційно-управлінські нововведення і т.д. [3].

У рослинництві нові технологічні рішення пов’язані з селекційною роботою, генною інженерією, органічним землеробством, мікрозрошенням, космічними інформаційними технологіями, нанотехнологіями, при використанні яких можна значно збільшити прибутковість будь якого сільськогосподарського підприємства.

Селекційно-дослідні і насіннєві організації, провівши прикладні дослідження, можуть передавати нові сорти і гібриди для впровадження у виробництво, створюючи таким чином основу для виробничо-технологічних нововведень, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності виробництва в сільському господарстві [4].

Підвищення урожайності можна вважати вагомим резервом збільшення прибутковості аграрних підприємств не тільки з точки зору її підтягування до рівня кращих господарств, а й з точки зору повнішого використання біологічних можливостей наявних сортів і гібридів. З іншого боку, не можна вважати нормальною і певну невідповідність рівня оплати праці економічним можливостям прибуткових підприємств.

Кожна додаткова частка урожайності вимагає зростаючої кількості добрив. Проте ця обставина змінює лише пропорції зростання оплати та прибутку і не ставить під сумнів можливість гармонізації цих двох мотиваторів підвищення прибутковості рослинницьких галузей аграрних підприємств [4-5].

Отже, можна виділити наступні заходи щодо оптимізації витрат та підвищення прибутковості підприємства:

– виведення рослин, стійких до шкідників і хвороб, інших несприятливих факторів навколишнього середовища, адаптованих до конкретних умов утримання;

– використання нової техніки і технологій, науково-обґрунтованих систем землеробства;

– створення нових добрив, засобів захисту рослин та систем їх використання;

– нові форми організації і мотивації праці, управління, маркетингу;

– розробка і застосування нових форм, методів і механізмів вироблення оптимальних управлінських рішень, інноваційного розвитку.

Література.

1. Економіка підприємства: підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного, – К. : КНЕУ, 2009 – 528 с.

2. Богацька Н.М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення [Електронний ресурс] / Н.М. Богацька, Н.К. Бурлачук. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NNM_2014/Economics/10_179929.doc.

3. Гринчук В.Г. Підвищення ефективності функціонування підприємств на принципах сучасного менеджменту / В.Г. Гринчук // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – № 17.

4. Економіка сільського господарства : навч. посіб. / [Збарський В.К. Бабієнко М.Ф., Кулаець М.М., Синявська І.М., Хоменко М.П.] ; за ред. проф В.К. Збарського. – К. : Агроосвіта, 2013. – 352 с.

5. Островерх О.В. Сільськогосподарська кооперація як один із шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств / О.В. Островерх, К.С. Богомолова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 185 – Харків: ХНТУСГ. – 2017. – С. 69-75.

УПРАВЛІННЯ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ ВИРОБНИЧОЇ СТРУКТУРИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кірік В.М., Демченко Д.В., магістранти*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Наслідки здійснення корекції виробничої структури організацій аграрного сектора матимуть вирішальне значення для успішного завершення їх реформування. Серед численних наслідків цього процесу найбільш значущими є всі підстави вважати екологічні та економічні. Серед екологічних наслідків найбільш значущими слід визнати неухильно наростаючі гальмування (аж до повної зупинки) процес руйнування гумусу в ґрунті. Серед економічних наслідків дуже важливе значення матиме поліпшення показників продуктивності функціонування організації, перш за все, таких як вихід валового продукту на одиницю площі сільгоспугідь і ресурсомісткість валового продукту. Однією з умов таких поліпшень, безумовно, є забезпечення об'єктивно необхідною внутрішньої збалансованості всередині господарюючих суб'єктів.

Загальновідомо що виробнича структура являє собою багатоаспектну ієрархічну сукупність галузевих утворень - функціональних блоків, тому найважливішим етапом оптимізації виробничої структури є наукове обґрунтування сегментації внутрішнього середовища господарюючих організацій аграрного профілю.

Проаналізувавши світовий досвід визначення поняття виробнича структура можна зробити висновок що «виробнича структура» являє собою багатоаспектну ієрархічну сукупність галузевих утворень, функціональних блоків [1].

* *Науковий керівник – Подольська О.В., к.е.н., доцент*

Галузевими утвореннями в організаціях аграрного сектора є комплекси галузей матеріального виробництва та інфраструктури, окремі підкомплекси цих комплексів (наприклад, основне виробництво, представлене тваринництвом і рослинництвом), окремі галузі підкомплексів (напр. виробництво зерна), окремі підгалузі (наприклад, виробництво зерна озимих зернових культур), виробництво окремих видів продукції (наприклад, виробництво зерна озимої пшениці) і т. д. [3].

Зміст процесу корекції виробничої структури являє собою забезпечення раціонального сполучення галузевих утворень і стану внутрішньої ресурсної збалансованості, в аграрному секторі це є оптимізація співвідношень між окремими галузевими утвореннями, а також утвердження стану внутрішньої ресурсної збалансованості в організації.

Оптимальна виробнича структура це така структура, за якої забезпечені об'єктивно необхідні пропорції між галузевими утвореннями усередині організації. Відсутність внутрішньої збалансованості проявляється в наявності дефіциту одних ресурсів і у надлишку інших. Таким чином, неоптимальна виробнича структура завжди є економічно, соціально, а в ряді випадків і екологічно небезпечною для організацій аграрного сектора [2].

Відповідно до другої задачі Побудова дерева цілей корекції виробничої структури відкриває можливість для визначення основних напрямків цього процесу в організації аграрного сектора. В якості основних напрямків корекції виробничої структури є підстави розглядати оптимізацію співвідношень:

1) між матеріальним виробництвом та комплексом галузей інфраструктури;

2) між основним виробництвом та промисловим підсобним виробництвом;

3) між капітальним будівництвом і капітальним ремонтом (виробництвом будівельної продукції) з одного боку та основним виробництвом і промисловим підсобним виробництвом — з іншого боку;

4) між тваринництвом і рослинництвом;

5) між виробничими програмами окремих підкомплексів галузевих утворень та їх парками технічних засобів;

6) між силовими та робочими машинами у складі парку технічних засобів;

7) між парком технічних засобів та його ремонтно-обслуговуючою базою.

Література.

1. Островерх О.В. Сільськогосподарська кооперація як один із шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств / О.В. Островерх, К.С. Богомолова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 185 – Харків: ХНТУСГ, 2017. – С. 69-75.

2. Подольська О.В. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах / О.В. Подольська, В.В. Оберемок // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 193 – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 284-290.

3. Подольська О.В. Ключові поняття процесу організаційних змін / О.В. Подольська, К.С. Богомолова, В.Г. Краля // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 193 – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 132-139.

4. Podolska O.V. Pricing in the system of agricultural enterprise economic development mechanism / O.V. Podolska, O.V. Dudnyk, O.V. Smihunova // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2018. – № 3. – С. 43-47.

5. Турченко М.М. Стратегічна організаційно-економічна реструктуризація організацій аграрного сектора: [Монографія] / М.М. Турченко – Харків : ТОВ «ЕДЕНА», 2006. – 537 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Латушко М.И., канд.воен.наук, доцент,
Балухо А.Д., магистрант,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

На сегодняшний день понятие «конкурентоспособность» стало одним из наиболее часто используемых в научной литературе. Люди, деятельность которых связана с экономикой, бизнесом и политикой, также очень часто применяют данное понятие, когда речь идёт о необходимости сравнивать положения субъектов хозяйствования, как в экономики страны, так и в современной системе мирового хозяйства.

Конкурентоспособность организации – это свойство данной организации, которое характеризуется степенью потенциального или реального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на целевом рынке.

Высокая конкурентоспособность предприятия зависит от таких факторов, как готовность потребителей повторно приобрести продукцию конкретного производителя, отсутствие каких-либо претензий к предприятию со стороны общества, престижность работы на этом предприятии [4].

В настоящее время все больше и больше набирают популярность такие инструменты повышения конкурентоспособности товаров и, как следствие, организаций в целом, как бенчмаркинг и брендинг.

Бенчмаркетинг – составное слово, образованное от двух самостоятельных англоязычных экономических терминов benchmark и marketing. В английском языке употребляется аналогичный термин benchmarketing, однако в научной сфере он не имеет широкого применения, вместо него используется универсальный для всех сфер бизнеса термин benchmarking.

Главная задача бенчмаркетинга – разработка стратегии и тактики успеха предприятия.

Бенчмаркетинг искусно определяет то, что другие делают лучше нас. Это изучение, усовершенствование и применение более разных методов работы [5].

Бренд – это имя, символ, обозначение, идентифицирующие продукцию или услуги производителя. Брендинг – это совокупность действий, выполняемых последовательно, с целью создать целостный и востребованный покупателями имидж товара. Если еще сократить толкование, брендинга — это искусство управления брендом [1].

Основная цель брендинга – сформировать четкий имидж бренда и определить целевую аудиторию, с которой предстоит взаимодействовать. В рамках брендинга, то есть управления брендом, специалисты исследуют рыночную среду, позиционируют продукцию, создают имя (brand name), слоган, дескриптор, системы зрительного и вербального восприятия (думают над разработкой фирменного стиля, упаковки, товарного знака, специальных звуков), используют идентификационные и коммуникационные носители, отражающие главную идею бренда [2].

ОАО «Минский молочный завод № 1» в настоящее время является крупнейшим производителем молочной продукции в Республике Беларусь с самой высокой мощностью переработки молока 800 тонн в день. Придерживаясь четкой политики в области безопасности и качества продукции, завод не только остается лидером в своем рыночном сегменте, но и увеличивает ассортимент, наращивает объемы экспорта, при этом, не теряя своего покупателя как на белорусском, так и зарубежном рынках.

В качестве объекта исследования представляется возможным рассмотреть немецкое предприятие «Argenta», которое является производителем шоколада и не только. С 1935 года данное предприятие новаторски и изобретательно изготавливает фирменные сладости.

Если данное предприятие занимается производством шоколада, тогда какое отношение к нему имеет ОАО «Минский молочный завод № 1»? Смысл в том, что «Argenta» занимается выпуском не только шоколада, но и мармелада. Молочный завод может изучить рецептуру и технологию приготовления молочного мармелада рассматриваемой фирмой. Это позволит произвести и вывести на рынок новый вид востребованной продукции предприятия, что положительно отразится на его прибыли и, естественно, конкурентоспособности. А уже далее следует использовать технологии брендинга, которые поспособствует продвижению нового продукта и завоевания рынка.

Возможны следующие пути повышения конкурентоспособности ОАО «Минский молочный завод № 1» по аналогии с маркетинговой стратегией немецкого предприятия «Argenta»:

– расширение товарной номенклатуры за счет создания нового товарного ряда (изготовление молочного мармелада с различными вкусовыми добавками и наполнителями);

– обновление технологического оборудования и технологий изготовления;

– активная рекламная кампания.

Таким образом, используя положительный опыт немецкой фирмы «Argenta» на основе принципов бенчмаркинга и брендинга, ОАО «Минский молочный завод №1» достигнет повышения уровня конкурентоспособности.

Литература.

1. Брендинг: зачем компании создают бренды – стратегии и примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gd.ru/articles/254-brending. (Дата доступа: 25.10.2018).

2. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления / Ф.И. Шарков. – М. : Академический проект, 2015. – 272 с.

3. Дональд Р. Леманн Управление продуктом / Дональд Р. Леманн, Рассел С. Винер. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 720 с.

4. Энциклопедия конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost.html (Дата доступа: 25.10.2018).

5. Соловьева Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю.Н. Соловьева. – Юрайт-М., 2015. – 63 с.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АГРОМАРКЕТИНГА

Лукашевич А.В., ст. преподаватель, Зайцева Н.А.,
УО «Белорусский государственный
аграрный технический университет»

Как и маркетинг любой другой отрасли агромаркетинг имеет свою специфику. Специфика агромаркетинга выражается в его отличительных особенностях. Агромаркетинг отличается от промышленного, коммерческого, банковского и других видов маркетинга. Это определяется особенностями сельского хозяйства: зависимостью результатов от природных условий, ролью и значением товара, разнообразием форм собственности, несовпадением рабочего периода и периода производства, сезонностью.

В современных условиях особое место в деятельности любого предприятия независимо от организационно-правовой формы, специализации и размеров отводится маркетингу как одному из важнейших элементов рыночного механизма хозяйствования.

Маркетинг – понятие многоплановое и динамичное. В широком смысле маркетинг есть концепция управления, интегрированная целевая философия бизнеса, сущность которой выражена формулой: производите то, что у вас безусловно будет куплено, а не навязывайте покупателю то, что вам удалось произвести. В узком смысле – это целостная, гибкая система организации и управления всеми сторонами деловой активности предприятия на основе комплексного анализа рынка, запросов покупателей с целью успешной реализации продукции и получения на этой основе максимального дохода (прибыли).

Маркетинг товаров сельскохозяйственного производства охватывает все стадии движения: изучение потребностей, прогнозирование спроса, разработку ассортиментной политики и производственной программы, включая и организацию сбыта.

В условиях жесткой конкурентной среды, особенно с иностранными товаропроизводителями, в условиях, когда цены на сельскохозяйственную продукцию крайне низки, и учитывая возможность неблагоприятных погодных условий, хозяйственники вынуждены внедрять элементы маркетинга в деятельность сельхозпроизводителей. Это способствует эффективному управлению бизнесом, правильному планированию организации и действенному контролю.

Маркетинг является наиболее эффективным при разработке стратегии сбытовой деятельности, стимулировании сбыта и рекламной деятельности.

Продукция АПК предусматривает многообразие ее производства, что обусловливает использование более многочисленных маркетинговых подходов в производстве и распределении по сравнению с маркетингом в торговле и отраслях промышленности.

Особенности маркетинга в аграрном комплексе тесно связаны со спецификой сельскохозяйственного производства, которая характеризуется разнообразием ассортимента продукции и участников рынка, а также многообразием организационных форм хозяйствования. Наиболее важная особенность заключается в том, что служба агромаркетинга имеет дело с товаром первой жизненной необходимости, следовательно, необходимо своевременно, в нужном объеме и ассортименте, с учетом возраста, пола, национальных традиций, состояния здоровья потребителей удовлетворять их нужды и интересы. Товар, как правило, скоропортящийся, поэтому требуется оперативность поставки, целесообразная упаковка, сервисное и эстетическое обслуживание. Кроме того, такая особенность сельскохозяйственного производства, как сезонность, влияет на формы и методы агромаркетинга и делает их отличными от форм и методов промышленного маркетинга.

Цели функционирования агропромышленного предприятия должны увязываться с выполнением комплекса функций маркетинга, сущность которых заключается в следующем: во-первых, ориентация на рынок сбыта, что предполагает изучение его объектов и субъектов, в качестве которых выступают потребители, конкуренты, сведения о конъюнктуре рынка и товаре; во-вторых, влияние на рынок путем его изучения и анализа, приспособления к рыночным условиям; в-третьих, организация системы сбыта конкурентной продукции, сбора и обработки информации; в-четвертых, ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха, что предполагает подчиненность краткосрочных интересов целям долгосрочного стабильного преимущество на рынке.

Вместе с тем, маркетинговые функции основываются на совокупности таких принципов как: изучение состояния и динамики потребительского спроса и использование полученных данных в процессе разработки и принятия хозяйственных решений; максимальное приспособление производства к требованиям рынка с

целью повышения эффективности функционирования предприятия, критерием чего выступает обобщающий показатель хозяйственной деятельности- прибыль; воздействие на рынок и потребительский спрос с помощью таких средств, как реклама, пропаганда, стимулирование сбыта и личная продажа.

Основными проблемами, сдерживающими развитие маркетинга в АПК, являются неразвитая рыночная инфраструктура, недостаток квалифицированных кадров, владеющих опытом маркетинговой работы, отсутствие полной информации о состоянии внутреннего и внешних рынков продукции сельскохозяйственного происхождения, недостаток материально-технических и финансовых ресурсов для создания и функционирования службы маркетинга на предприятии. Необходимо сформировать эффективную систему, осуществляющую целенаправленную и комплексную маркетинговую деятельность.

Необходимыми условиями развития маркетинга в АПК являются: организация различных форм агромаркетинга; создание и функционирование агромаркетинговых коммерческих структур, обслуживающих субъектов хозяйствования; оценка результативности маркетинговой деятельности на предприятиях.

Внешняя макросреда представляет собой совокупность факторов, оказывающих более масштабное воздействие на деятельность предприятия и другие элементы микросреды, — это экономические, правовые, технические, природно-климатические и другие факторы.

Основная задача маркетинга в АПК — активное воздействие на рынок и спрос на продукцию с/х предприятий.

Рассматривая различные ситуации, которые возникают на рынках и сельскохозяйственных, и обычных товаров, можно выделить различные ситуации, характеризующие спрос. Каждая из них сопровождается определенным типом маркетинга. Так, при негативном спросе на продукцию сельхозпредприятий рынок отвергает данный товар независимо от его качества и потребительских свойств. Задача агромаркетинга в этом случае — анализ причин, вызвавших негативный спрос на товар.

При отрицательном спросе на товар следует использовать стимулирующий маркетинг, чтобы увязать достоинства этого товара с покупательскими потребностями.

Возможности маркетинга в АПК используются и при других видах спроса на товар — это могут быть потенциальный (или формирующийся) спрос, снижающийся, колеблющийся спрос,

превышение спроса над предложением и др. Во всех случаях использование агромаркетинга — одно из важных направлений управления предприятием, оказывающих на него активное влияние.

Агромаркетинг выполняет функции анализа, прогнозирования, планирования, организации, управления, учета и контроля.

Наболее важными являются функции планирования и прогнозирования.

Функция прогнозирования предусматривает установление показателей агромаркетинговой деятельности на перспективу, поскольку поведение потребителей сельскохозяйственной продукции носит преимущественно вероятностный характер.

Функция планирования представляет собой формирование целевой программы деятельности и ее обеспечение необходимыми материальными ресурсами. Эта функция предусматривает прогнозирование, программирование, проектирование, для реализации которых составляются различные маркетинговые модели, которые позволят достигнуть более обоснованных результатов в рамках разработки планов.

На основании всего вышеперечисленного можно сказать, что маркетинг, повышая эффективность и прибыльность, является неотъемлемой частью управления предприятия, выступая интеллектуальной основой экономического роста. Повышение активности маркетинговой инфраструктуры агробизнеса является важнейшим фактором преодоления спада сельскохозяйственного производства, реализации структурных сдвигов в экономике в целом.

Развитие маркетинга АПК в нашей республике приведет к росту занятости населения, росту сельскохозяйственных товаров народного потребления и, в общем, к социально-экономическому росту по республике.

Среди факторов, ограничивающих развитие отрасли, с точки зрения товаропроизводителей, наиболее важными являются изношенность материально-технической базы и недостаток собственных финансовых средств.

Развитие маркетинга на предприятиях АПК Республики Беларусь необходимо, так как правильно организационная маркетинговая деятельность поможет сельскому хозяйству перейти на новый уровень развития.

Литература.

1. Гусаков В.Г. Организация маркетинга и бизнеса в аграрной сфере / В.Г. Гусаков, А.Е. Дайнеко, Л.Н. Байгот, Н.В. Кириенко. – Мн.: БелНИИ аграрной экономики, 2016.

2. Казакевич Л.А. Основы маркетинга: практикум для студентов специальностей «Экономика и управление на предприятии», «Менеджмент» / Л.А. Казакевич [и др]. – Мн.: БГАТУ, 2004.

3. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для студ. вузов / В.А. Алексунин. – [4-е изд.]. – 2016.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Максимова І.М., Маховський М.С., студенти*, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Сільськогосподарські підприємства, які спрямовують свою діяльність на вітчизняні та закордонні ринки першочерговою задачею є ефективне виробництво продукції рослинництва, яка відіграє важливу роль в забезпеченні продовольства України. Наразі спостерігається зростання сільськогосподарського виробництва, але окремі галузі все ще залишаються в депресивному стані. Тому необхідною умовою виведення із кризи є ефективне управління.

Вивченню методологічних і практичних засад підвищення ефективності управління виробництвом сільськогосподарської продукції приділяли увагу В. Андрійчук [1], О. Валінкевич [2], О. Дещенко [3], М. Притула [4], В. Ткачук [5] та інших. Проте виникає необхідність подальшого розвитку обґрунтування заходів управлінського впливу на ефективність виробництва продукції рослинництва аграрних підприємств.

Аграрний сектор, головною складовою якого є сільське господарство, яке забезпечує економічну, продовольчу, соціальну та екологічну безпеку на сьогоднішній день не досягло того рівня розвинених країн по виробництву продукції. Тому сільське

* *Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н.*

господарство потребує проведення низки заходів направлених на вихід з кризи. До таких заходів можна віднести швидше впровадження науково-технічного та організаційного прогресу, підвищення якості й конкурентоспроможності продукції, усебічний розвиток і вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання [6]. Ще не менш вагомим заходом є перехід на інтенсивна методи господарювання. Необхідність повсюдного переходу на інтенсивні методи господарювання обумовлена [7]: - обмеженістю (а то й зменшенням) землі як засобу виробництва; - зменшенням природного приросту сільського населення і посиленням процесу урбанізації; нестачею практично всіх ресурсів, які надходять в аграрний сектор із промисловості. Таким чином, головне джерело розвитку сільського господарства є інтенсифікація виробництва, у здійсненні якої необхідно дотримуватися двох взаємопов'язаних вимог [7]: 1. Ефективніше і раціональніше використання сукупності тих ресурсів, які вже є в сільському господарстві. 2. Підвищення віддачі тих додаткових коштів і ресурсів, які вдасться залучити в розвиток сільського господарства.

Економічна ефективність визначається відношенням обсягу виробництва зерна до понесених витрат і характеризується системою натуральних та вартісних показників. Основними напрямами збільшення виробництва продукції галузі рослинництва є насамперед підвищення ефективності використання землі, у тому числі за рахунок використання науково обґрунтованого чергування вирощуваних культур, удосконалення структури посівних площ та підвищення урожайності, збільшення обсягів застосування органічних і мінеральних добрив, засобів захисту рослин тощо [8].

Для сільськогосподарського виробництва важливо вести інноваційну діяльність. Впровадження нових перспективних сортів є найбільш економічно вигідним і швидко доступним заходом, спрямованим на підвищення урожайності і нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції.

Ураховуючи природний рівень родючості ґрунтів та сприятливі кліматичні умови, в Україні є можливість продовжити нарощувати виробництво сільськогосподарської продукції. Нині одним з основних гальмівних чинників такого розвитку є відсутність ведення значною кількістю сільськогосподарських підприємств цілеспрямованої інноваційної діяльності як важливої передумови підвищення врожайності та ефективності виробництва продукції рослинництва.

Загалом, розвиток сільського господарства України у стратегічній перспективі має бути спрямований на зміцнення продовольчої безпеки держави та зростання її експортного потенціалу. Надзвичайно важливого значення в умовах сьогодення набуває також проблема покращення інвестиційного забезпечення сільського господарства. Враховуючи той факт, що інвестиції є основою відтворення ресурсного потенціалу аграрного сектору економіки, вважаємо, що розробка і реалізація інвестиційних проектів у галузі сільського господарства має стати однією із найважливіших умов формування інноваційної моделі виробництва продукції рослинництва.

Література.

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник / В.Г. Андрійчук. – [2-ге вид., доп. і перероблене]. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.

2. Валінкевич О. Г. Мотивація праці як основа управління персоналом в сучасних компаніях / О.Г. Валінкевич // Наука й економіка: Науковотеор.журнал ХЕУ. – 2009. – Вип. 3(15). – Т. 1. – С. 173-181.

3. Дещенко О.В. Розвиток і ефективність виробництва продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / О.В. Дещенко. – Режим доступу до статті: www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2009_142_2/09dov.pdf

4. Притула М.Н. Сучасний стан та актуальні проблеми розвитку агропромислового комплексу [Електронний ресурс] / М.Н. Притула. – Режим доступу до статті: www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Dtr/.../ECON_03_2009_Pritula.pdf

5. Ткачук В.В. Проблеми технології процесу управління в сучасних умовах господарювання / В.В. Ткачук // Зб. наук. пр. ПДАТУ. – Кам'янець-Подільський, 2007. – Вип. 15. – С. 255-257.

6. Масло І.П. Еколого-економічне обґрунтування виробництва та використання моторного палива на основі ріпакової олії для виробників сільськогосподарської продукції / І.П. Масло, М.І. Вірьовка, М.В. Калінчик, П.С. Вишнівський // Економіка АПК. – 2014. – № 11. – С. 30-33.

7. Брощак І.С. Моніторинг, шляхи покращення родючості та екологічної безпеки ґрунтів Тернопільської області: монографія / І.С. Брощак, Р.Б. Гевко, С.С. Никеруй та ін. – Тернопіль : «Економічна думка», 2013. – 160 с.

8. Ковальчук М.І. Економічний аналіз діяльності підприємств АПК: [підручник] / М.І. Ковальчук. – К. : КНЕУ, 2005. – 390 с.

К ВОПРОСУ О МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТАХ В РЕГУЛИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СПОРТОМ

Матвиенко А.И., старший преподаватель,
Полоцкий государственный университет

На сегодняшний день в мировом профессиональном спорте важная роль отведена спортивному маркетингу [1-3], который в современном мире и в том числе профессиональном спорте динамично развивается. Общепринят тот факт, что маркетинговые технологии полностью конструктивны в индустрии профессионального спорта.

В профессиональном спорте маркетинг содержит ряд таких функций, как: формирование позитивного имиджа ПСК; рекламирование ПСК; прирост числа потенциальных потребителей.

Отметим, что маркетинг в профессиональном спорте нацелен не только на потенциальных потребителей (болельщиков), однако, в итоге, на них опирается вся рентабельность профессионального спорта. Целевыми сегментами маркетинга являются в свою очередь наряду с потребителями также спонсоры (индивидуальные и институциональные).

Самое важное для маркетинга в профессиональном спорте, это увеличение потенциальных потребителей (болельщиков) и расширение отраслевого рынка, для сохранения ценных спортивных субъектов при развивающейся глобализации, в связи с этим, необходим поиск решений для расширения потребительской аудитории и отраслевого рынка в ходе спортивной интеграции.

При поиске менеджерами эффективных инструментов маркетинга в индустрии профессионального спорта на современном этапе, необходим креативный подход. Руководство ПСК должно обладать навыками конструктивно производить из спортивного мероприятия качественный продукт, верно позиционируя и продвигая его на рынке для реализации коммерческих прав и привлечения потенциальных потребителей (болельщиков).

Можно выделить следующее эффективно решаемые задачи с помощью интернет-маркетинга в ПСК:

– создание и повышения имиджа спортсменам, команде и менеджерам ПСК;

– повышение возможностей поиска инвестиций на основе формирования информационной среды системы деловой коммуникации ПСК;

– формирование и регулирование гибкой системы потенциальных потребителей (болельщиков) целевой аудитории.

На основе отмеченных эффективно решаемых задач, можно обозначить главные преимущества продвижения ПСК с помощью возможностей интернет-маркетинга, ими, в частности, являются:

– стоимость (интернет-реклама, создание и поддержка специализированного сайта, проведение рекламных кампаний не требуют больших ресурсов);

– экономия средств на исследовании рынка потребителей (аудитория в интернете многообразна и масштабна, что решает главную проблему менее популярных ПСК, которые имеют ограничения из-за географического расположения и соответственно демографической численности).

Инструменты интернет-маркетинга рассматривались и обсуждались в работе М. Дункана и Р. Кэмпбелла [5], которые выделили категории и функции интернет-маркетинга в индустрии профессионального спорта. Дж. Бич, С. Чедвик и А. Тапп [4] изучили присутствие ПФК в интернете и разработали схему эффективности данного присутствия.

Для основы решения таких коммерческо-маркетинговых задач служат современные коммуникационные процессы, при их низком уровне развития между основными функционерами индустрии профессионального спорта, возникают серьезные проблемы в продвижении ПСК.

Особенности продвижения ПСК:

– многообразие объектов продвижения (ПСК и организации, спортсмены, события (соревнования, а также может иметь место продвижение всех объектов одновременно);

– объекты продвижения связаны друг с другом (имидж профессионального спортсмена работает на имидж клуба, а имидж клуба воздействует на престиж спортивного события;

– точечная направленность воздействия на аудиторию потребителей (целевая аудитория профессионального спорта довольно обширна, но потребителей (болельщиков) того или иного вида профессионального спорта может быть не так много).

Для повышения эффективности применения коммуникационных технологий в условиях рыночной экономики видится наиболее актуальной проработка парадигмы маркетинга ПСО на основе современных интернет-технологий, разработка и определение научно обоснованной модели спортивного маркетинга для оптимального функционирования и продвижения спортивных продуктов.

Литература.

1. Матвиенко А.И. Продвижение профессиональных спортивных клубов с использованием современных информационных технологий / А.И. Матвиенко // Вестник Полоцкого государственного университета: Серия D (Экономические и юридические науки). – 2016. – № 14. – С. 31-39.

2. Матвиенко А.И. Степень разработанности проблем в области экономического регулирования профессионального спорта / А.И. Матвиенко // Эффективные механизмы управления: моногр. / А.И. Матвиенко [и др.]. – Пенза : МЦНС «Наука и просвещение», 2017. – С. 189-196.

3. Матвиенко А.И. Эволюция маркетинговых коммуникаций в индустрии профессионального спорта / А.И. Матвиенко // Вестник Полоцкого государственного университета: Серия D (Экономические и юридические науки). – 2016. – № 13. – С. 47-54.

4. Beech J. Towards a schema for football clubs seeking and effective presence on the Interne / J. Beech, S. Chadwick, A. Tapp // European Journal for Sport Management. – 2000. – Issue 7. – P. 31-47.

5. Duncan M. Internet users: How to reach them and how to integrate the Internet into the marketing strategy of sport businesses / M. Duncan, R.M. Campbell // Sport Marketing Quarterly. – 1999. – Vol. 8, No 2. – P. 35-42.

ЦІНОВІ МАРКЕТИНГОВІ ФАКТОРИ ПРИ ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

НАУМЕНКО І.В., К.Е.Н.,
ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Розуміння маркетингу через призму поєднання та результативного використання основних інструментів маркетингової діяльності в практиці господарюючих суб'єктів агробізнесу є, власне, найбільш правильним підходом для забезпечення формування та розвитку їх потенціалу, загалом. При чому маркетинговий інструментарій, в першу чергу, слід розглядати як комплекс основних політик по системі 4Р, зокрема, товарну, цінову, комунікаційну та збутову. Одночасно слід відзначити, що не можливо виокремлювати вагомість кожної з визначених політик, тому дослідження проводиться за всіма компонентами комплексу аграрного маркетингу [4]. В даному дослідженні увагу приділено формуванню потенціалу цінової політики розвитку маркетингової діяльності аграрних товаровиробників. Це пов'язано з тим, що одним з важелів слабкої результативності фінансової діяльності товаровиробників поряд з посередниками є досить низька ціна виробленої продукції, що зумовлено, в першу чергу,

невирішеністю проблем транспортування та зберігання продукції безпосередньо в місцях її виробництва [3].

Одним з напрямів проведення дослідження є визначення потенціалу цінової політики на окремих об'єктових ринках, зокрема, на ринку зерна. Якщо порівняти середні ціни реалізації 1 ц зерна по сільськогосподарським підприємствам порівняно з середніми цінами 1 ц зерна в цілому по зерновому ринку, можна розрахувати можливий приріст доходності (виручки від реалізації зерна) товаровиробників на ціновій різниці. Зазначені розрахунки поверхневі, тому не включають витрат, пов'язаних зі встановленням й утриманням обладнання для зберігання зерна, які будуть достатньо високими та у разі їх встановлення на підприємствах період окупності складатиме приблизно 2-5 років. Розрахункова цінова різниця вказує на доцільність встановлення на аналізуємих підприємствах устаткування для зберігання зерна. Зазначені зміни мають забезпечити подальший продаж виробленої зернової продукції безпосередньо товаровиробниками одразу кінцевим споживачам – переробним підприємствам, обходячи довгий ланцюг посередницьких структур. При цьому основним важелем стане продаж зерна не у вересні – жовтні після збирання врожаїв, коли ціни найнижчі, а у березні – квітні поточного маркетингового року, коли ціни на товарне зерно є найвищими.

Результативність діяльності функціонально відокремленої групи операторів ринку визначає домінування їх інтересів на ринку або поглинання їх інтересів суб'єктами рівня, діяльність яких характеризується більш високими результатами. Зазначена обставина викликає всі дисбаланси всередині маркетингової інфраструктури того чи іншого об'єктового ринку, в тому числі і ринку зерна. За типом сформованої конкурентної ситуації внутрішній зерновий ринок можна класифікувати як ринок олігополії, при цьому конкурентоспроможність операторів-виробників на внутрішньому ринку визначається: сприятливістю цінової політики з позицій покупця; можливостями забезпечення стабільного рівня якості продукції протягом досить тривалого часу; гнучкістю керування обсягами виробництва; адекватністю товарної політики. У свою чергу, конкурентоспроможність суб'єктів інфраструктури ринку продовольства визначається: стабільністю складу постачальників; можливостями формування партій продукції стандартної якості; адекватністю цінової політики [5].

Вітчизняні виробники сільськогосподарської продукції ведуть свою збутову діяльність у достатньо складних умовах вітчизняного ринку, який є олігополізованим на рівні маркетингових посередників та таким, що наближається до ринку досконалої конкуренції на рівні виробника. При цьому олігополізація даного ринку на рівні безпосередніх товаровиробників на сьогоднішній день не є можливою, в першу чергу, через низьку концентрацію капіталу в аграрному секторі економіки та низький рівень ефективності їх діяльності [2].

Отже, для забезпечення ефективного збуту продукції виробникам необхідно або збільшувати масштаб виробництва, або вирішувати проблему створення великих партій стандартної продукції, або встановлювати довготривалі прямі зв'язки з переробними підприємствами та крупними посередниками, тобто змінювати свою позицію в структурі системи розподілу продукції, що склалася на ринку.

Найбільш раціональні шляхи вирішення такої задачі полягають у стимулюванні інтеграційних процесів між сферами обігу та виробництва. Такі зміни, в свою чергу, мають призводити до підвищення концентрації капіталу саме у виробничій сфері, розвитку техніко-технологічних систем та технологій в аграрному виробництві, більш широкого запровадження інноваційних технологічних та збутових рішень, які, перш за все, мають призводити до значного підвищення рівня ефективності функціонування безпосередніх товаровиробників.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : [монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». – Випуск 5.– Х. : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.

3. Іващенко О.В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.

4. Мандич О.В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О.В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.

5. Мандич О. В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід / О.В. Мандич // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – 2016. – Вип. 172. – С. 141-147.

НАУКОВІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКА

Онищенко С.М., студентка**,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Сільське господарство відіграє важливу роль в економіці України. В умовах становлення ринкової економіки розвивається олійна галузь. Олійні культури призвані забезпечувати населення цінними продуктами харчування, галузі тваринництва – поживним кормом, переробної промисловості – сировиною. Соняшник є основною олійною культурою України. Серед світових виробників Україна посідає друге-третє місце за валовим збором насіння цієї культури. Упродовж останніх трьох років в Україні виробляється 4,3-5,3 млн. т насіння. Популярність цієї культури полягає в стратегічній та значній економічній ефективності її вирощування. Порівняно з іншими олійними культурами соняшник дає найбільший вихід олії з одиниці площі (750 кг/га в середньому по Україні) [1]. Дослідженням теоретичних і практичних аспектів виробництва соняшнику приділяло увагу багато науковців, зокрема відомі вітчизняні вчені-економісти: В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, О.В. Воронянська, П.І. Гайдуцький, М.В. Гладій, О.Д. Гудзинський, О.В. Крисальний, І.І. Лукінов, П.М. Макаренко, П.Т. Саблук, В.С. Уланчук, М.Й. Хорунжий, Л.Г. Чернюк, О.М. Шпичак, І.І. Кованець, І.В. Свиноус [2]. Проте умови сьогодення вимагають подальших досліджень з даної проблематики.

World Markets and Trade аналітики USDA підвищили прогноз експорту соняшникової олії українського виробництва в 2018/19 МР на 100 тис. тонн до 5,6 млн. тонн. Зважаючи на очікуваний обсяг виробництва на рівні 6,2 млн. тонн, на зовнішні ринки буде відвантажено приблизно 90 % виробленої в поточному сезоні такої продукції. Незважаючи на деяке збільшення обсягів внутрішнього споживання (590 тис. тонн, очікуваних в 2018/19 МР, проти 585 тис. тонн в 2017/18 МР), суттєве збільшення показників виробництва призведе до помітного зростання перехідних запасів соняшникової олії в Україні за підсумком поточного сезону (130 тис. тонн, прогнозованих у фіналі 2018/19 МР, проти 83 тис. тонн в 2017/18 МР) [3]. Україна

* *Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н.*

продовжує відігравати провідну роль на світовому ринку соняшникової олії. Приведені вище дані свідчать, що підтримка високих темпів виробництва та невисокі обсяги внутрішнього споживання дозволять вітчизняній продукції забезпечити більше 57 % світового обсягу торгівлі такою продукцією в 2018/19 МР.

Основними покупцями української соняшникової олії на глобальному ринку в поточному сезоні залишатимуться, з високою ймовірністю, країни Східної Азії, а саме Китай та Індія. Окрім цього, одним із ключових ринків збуту такої продукції для українських експортерів продовжують бути країни Європейського Союзу.

В минулому році за попередніми даними виробництво насіння соняшнику в Україні становило 14,16 млн. тонн, що на 15,7 % більше, ніж у 2017 році, у тому числі, сільськогосподарськими підприємствами – 12,19 млн. тонн (на 15% більше), господарствами населення – 1,97 млн. тонн (на 20,3% більше). Як повідомлялось, за даними Держстату, у 2017 році в Україні було вироблено 12,2 млн. тонн насіння соняшнику, що на 10,2 % менше, ніж у 2016 році [4].

З зібраних площ отримано 459 тис. т урожаю при середній урожайності культури 1,6 т/га. Це значно нижчий показник, ніж у 2016 році, коли середня урожайність соняшника склала 2,2 т/га. Проте високий попит на соняшник і на внутрішньому, і на світовому ринках, а отже, і висока ліквідність отриманих врожаїв, сприяють тому, що соняшник як агрокультура «залишається на плаву». Цим і пояснюється той факт, що площі під соняшником збільшуються незважаючи на часті порушення сівозмін, а зміни кліматичних умов спонукають не відмовлятися від культури, а шукати нові методи господарювання.

З точки зору агротехнології розширення площ, зайнятих під посівами соняшнику, не є позитивним фактором, в першу чергу це пов'язано з його біологічними властивостями як сільськогосподарської культури, яка вкрай виснажує ґрунт. Виробники соняшнику часто нехтують вимогами агротехніки, причинами цього є високі ціни та бажання збільшити свої доходи. Однак, скорочувати посіви соняшнику необхідно [5]. Уже не один рік точаться дискусії щодо впливу соняшнику на родючість ґрунту й продуктивність інших культур у сівозмінах, а тим часом площі його посівів дедалі зростають. Водночас науковці намагаються привернути увагу сільгоспвиробників до інших олійних культур, цілком спроможних замінити (принаймні частково) соняшник у структурі посівів, не зашкодивши при цьому економіці господарювання й значно поліпшивши його агрономічний рівень [2].

Отже проведений аналіз виробництва соняшнику в Україні повністю підтверджує, що вирощування соняшнику являється

перспективним видом діяльності, але для подальшого розвитку потрібно враховувати певні особливості. А саме, впровадження сучасних технологій виробництва соняшнику особливо, велике значення має застосування ресурсозберігаючих технологій. Впровадження у виробництво інтенсивних технологій сприятиме підвищенню урожайності порівняно із збільшенням витрат на його виробництво, що дасть змогу знизити собівартість одиниці продукції. Враховуючи також хворобливість даної культури і родючість ґрунтів особливої актуальності набувають агроекологічні чинники дотримання науково-обґрунтованої системи сівозмін і їх вплив на формування ефективності показників виробництва.

Література.

1. Бахчиванжи Л.А. Сучасний стан та перспективи виробництва соняшника в Україні / Л.А. Бахчиванжи, Л.Е. Дяченко, С.В. Почколіна // Вісник соц.- екон. досл. – 2013. – № 4(51). – С. 9-14.

2. Кованець І.І. Підвищення ефективності виробництва олійних культур в сільськогосподарських підприємствах / І.І. Кованець, І.В. Свиноус // Економіка АПК. – 2003. – № 6. – С. 119-124.

3. Частка України на світовому ринку соняшникової олії [Електронній ресурс]. – Режим доступу: http://www.proagro.com.ua/news/world/20096.html.

4. Державна служба статистики України [Електронній ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Федоряка В.П. Ефективність виробництва і реалізації соняшнику в Україні / В.П. Федоряка, Л.А. Бахчиванжи, С.В. Почколіна // Вісник соц.-екон. досл. – 2011. – № 41(2). – С. 139-144.

НЕОБХІДНІ КРОКИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Помазан А.В., студентка магістратури*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Ефективність діяльності сучасного підприємства залежить від багатьох чинників. Успішна діяльність підприємства, його конкурентоспроможність – це результат ефективного управління підприємством, застосування нових форм і методів організації.

* *Науковий керівник – Краля В.Г., к.е.н., ст. викладач*

Сьогодні рівень змін в управлінні організаціями постійно зростає, злиття і поглинання є одним із кращих засобів досягнення стратегічного зростання. Керівники організацій повинні бути твердо упевнені що вони готові до злиття та поглинання, адже це допоможе покращити організаційні показники, незалежно від розміру та галузі.

Вченими визначено кроки, які при правильному виконанні, допоможуть підвищити продуктивність та покращити потенціал.

1. *Залучайте співробітників.*

Співробітники повинні мати «пристрасть» до роботи, яку вони роблять, досягати найкращих результатів та виконувати обов'язки. Кожен з них повинен чітко розуміти стратегію організації та відповідати на такі питання: чому саме у нас купують наші клієнти? Хто наші основні конкуренти? Який вклад я можу внести в справу?

Потрібно переконатися що співробітники знають що керівники піклуються про них, розуміють їхню роль в успіху організації. Кожен підрозділ повинен удосконалювати свою діяльність та націлюватися на досягнення результату.

2. *Використовувати ефективні методи лідерства.*

Рекомендується, щоб співробітники постійно спілкувалися чітко, зрозуміло по основним темам, таки як: цілі, успіхи, перешкоди для діяльності організації; поточні питання; історії успіху аналогічних організацій та інформація про клієнтів.

3. Визначити та усунути внутрішні перешкоди. Керівник повинен розуміти наскільки структура організації співпадає зі стратегією. Потрібно шукати індикатори, що допоможуть виявити зміни.

4. *Використовуйте підвищення кваліфікації та стратегічний розвиток.* Низький рівень залученості може призвести до збільшення плинності кадрів. Чи зможе підвищення кваліфікації допомогти придбати навички на майбутнє працівникам?

Які ж потрібно вжити заходи?

– розробити планування робочої сили, щоб забезпечити своєчасний прийом на роботу працівників для розвитку організації;

– всі працівники повинні пройти навчання, що зорієнтоване на сьогодні та на майбутнє;

– розуміти цілі своїх працівників на майбутнє.

5. *Сконцентруйтеся на власній стратегії свого бізнесу.*

Експерти визнають три типи конкурентних стратегій:

– індивідуальність клієнта – потрібно намагатися задовольнити індивідуальні потреби кожного клієнта (забезпечення довгострокових відносин з клієнтами);

– операційна ефективність – надання універсального набору послуг та продуктів, призначених для забезпечення економічної ефективності клієнтів;

– випуск новітніх продуктів, заснованих на сучасних технологіях.

Ці кроки вимагають постійних зусиль та підтримки зі сторони керівництва та персоналу організації.

Література.

1. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: [Навч. посібник] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2002. – 228 с.

2. Шегда А.В. Менеджмент: [Навч. посіб.] / А.В. Шегда. – К. : «Знання», КОО, 2002. – 583 с.

3. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера: [навч. посіб.] / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. – К. : Кондор, 2003. – 414 с.

4. Гринько Т.В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку / Т.В. Гринько // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 10. – С. 247-252.

5. Фрайлингер К. Управление изме нениями в организации. Как успешно провести преобразования / К. Фрайлингер, И. Фишер. – СПб. : Книжная палата, 2002. – 74 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Сітніков І.Ю., студент*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

До важливих проблем соціально-економічного розвитку суспільства відносяться питання раціонального використання земельних ресурсів. Від ефективного використання сільськогосподарських угідь залежить продовольча безпека країни та рівень життя населення.

В сучасній науковій літературі широко висвітлені питання реформування земельних відносин, аграрного природокористування, управління земельними ресурсами, раціонального землекористування,

* *Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н, доцент*

ефективності землеробства і виробництва різних видів продукції рослинництва, ґрунтозахисного та екологічно-збалансованого землеробства [1-7].

Разом з тим недостатньо вивченими є теоретичні основи ефективності використання земельних ресурсів та фактори, які впливають на її рівень.

Відтворення земельних ресурсів – це неперервне відтворення споживацьких якостей землі як фактору сільськогосподарського виробництва і земельних відносин, що складаються з приводу володіння, розпорядження та користування землею.

Економічна ефективність відтворювальних процесів – це співвідношення величини новоствореної вартості з розмірами капіталу, затратами ресурсів в цілому і за окремими найбільш важливими їх видами [4, 7].

Підвищення ефективності відтворення зводиться до підвищення ефективності використання ресурсів і виробленої продукції, що полягає в збільшенні доходів власників ресурсів, обсягу виробництва продукції, підвищенні її якості, зменшенні витрат на її виробництво.

Соціальна ефективність відтворення полягає в співвідношенні величини виробленої продукції і вартості капіталу, основних ресурсів, що використовуються в процесі виробництва [2].

Підвищення ефективності відтворення дозволяє більш повно задовольняти потреби населення та збільшувати його доходи.

Нині державної підтримки в аграрному секторі національної економіки недостатньо для здійснення основних цілей державної аграрної політики, перш за все пов'язаних з відтворенням земельних ресурсів та ефективних їх використанням.

Фактори, що впливають на ефективність використання земельних ресурсів можна поділити на дві групи:

– зовнішні – пов'язані з дією природно-кліматичних умов, ринкових механізмів, впливом суспільства, перш за все через різні державні структури та громадські організації;

– внутрішні – полягають в раціональному веденні сільськогосподарського виробництва та дозволяють вирішувати задачі підвищення ефективності відтворення і використання земельних ресурсів.

Отже, використання земельних ресурсів буде ефективним, якщо забезпечить поєднання економічних інтересів суспільства в цілому і окремих груп людей, вирішувати соціальні проблеми і не допускати перевищення екологічних обмежень.

Література.

1. Грищенко О.В. Аналіз земельних ресурсів в умовах розвитку ринкових відносин / О.В. Грищенко, С.О. Заїка. – Харків: ХНТУСГ, 2004. – 17 с.

2. Добряк Д.С. Теоретичні засади сталого розвитку землекористування у сільському господарстві: монографія / Д.С. Добряк, А.Г. Тихонов, Н.В. Гребенюк. – К.: Урожай, 2004. – 134 с.

3. Заїка С.О. Аналіз ефективності використання земельних ресурсів / С.О. Заїка, Л.С. Харчевнікова. – Харків: Вид-во «Міськдрук», 2014. – 24 с.

4. Заїка С.О. Компонентний склад ресурсного потенціалу аграрних підприємств / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 26-27 лютого 2016 р.) / відп. за випуск д.е.н., проф. С. О. Якубовський. – Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2016. – С. 95-97.

5. Ковальчук Т. Проблема ефективного землекористування в Україні / Т. Ковальчук, О. Розинка // Банківська справа. – 2006. – № 1. – С. 6-16.

6. Мазоренко Д.І. Ресурсозабезпеченість аграрного виробництва та урожайність сільськогосподарських культур / [Д.І. Мазоренко, Г.Є. Мазнєв, О.О. Краснорученький, Н.Ю. Гаврилович та ін.] // Матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції «Наука: теорія та практика - 2006». Т. 6 «Економічні науки» – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. – С. 15-17.

7. Петренко Ж.А. Умови та напрямки ефективного використання сільськогосподарських угідь / Ж.А. Петренко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2006. – № 4. – С. 198-201.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Смолянко О.В., студентка*,
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

В условиях современной экономической нестабильности проблема использования стратегического подхода в управлении аграрным предприятием приобретает особую значимость и актуальность. Усиление конкуренции на мировом рынке, в том числе, и рынке сельскохозяйственной продукции, требует от предприятий

* *Научный руководитель – Исаченко Е.М., старший преподаватель*

агропромышленного комплекса повышенного внимания к обеспечению своей конкурентоспособности.

Таким образом, эффективность решения проблем и трудностей в аграрной сфере, зависит от того, насколько грамотно и экономически обоснованно сельскохозяйственные предприятия разработают или выберут свои конкурентные стратегии. Именно они могут позволить сельскохозяйственному производителю повысить эффективность своей хозяйственно-экономической и маркетинговой деятельности, обеспечить высокую конкурентоспособность, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Для рассмотрения влияния конкурентных стратегий на развитие предприятий агропромышленного комплекса в первую очередь необходимо определить основную задачу, стоящую перед данной отраслью экономики и выявить ключевые проблемы этой сферы. В качестве первостепенной задачи белорусского АПК, как, пожалуй, и большинства других стран, можно назвать полноценное обеспечение продовольственной безопасности государства и превращение аграрного комплекса в высокодоходную отрасль национальной экономики.

Можно выделить следующие основные негативные моменты в сфере аграрного производства: крайне низкий уровень закупочных цен на продукцию сельскохозяйственных товаропроизводителей; слабо организованная закупочная деятельность продукции аграрных предприятий; высокая доля импортной сельскохозяйственной продукции на отечественном рынке.

К основным факторам, формирующим данные проблемы, относятся:

– отсутствие стратегического подхода в управлении сельскохозяйственными предприятиями и недостаточный объём использования элементов стратегического маркетинга;

– существующий большой диспаритет цен между продукцией сельскохозяйственных предприятий и продукцией промышленных предприятий;

– недостаточная маркетинговая и инвестиционная активность на рынке аграрной продукции;

– устаревшая материально-техническая база некоторых сельскохозяйственных предприятий.

В условиях жёсткой конкурентной среды каждому сельскохозяйственному предприятию необходимо разработать чёткую конкурентную стратегию с учётом конкурентоспособности

выпускаемой им продукции, путей и методов повышения конкурентоспособности предприятия, наличия конкурентных преимуществ и анализа деятельности своих конкурентов.

В целях обоснования выбранной конкурентной стратегии, сельскохозяйственному предприятию необходимо провести оценку своей конкурентоспособности в сравнении с другими участниками данного аграрного рынка по следующим основным направлениям: анализ ресурсного потенциала предприятия; эффективность использования ресурсов; оценка финансового состояния предприятия.

После изучения рыночной конъюнктуры, предприятию необходимо приступить непосредственно к выбору конкретного вида конкурентной стратегии. Можно отметить следующие основные типы конкурентных стратегий, которые могут быть использованы в своей экономической деятельности сельскохозяйственными предприятиями:

– стратегия достижения лидерства на рынке за счёт низких издержек;
– стратегия диверсификации производства;
– стратегия дифференциации на локальном рынке;
– стратегия обслуживания малых сегментов рынка;
– стратегия интеграции и кооперации.

Здесь следует выделить два ключевых момента, которые предприятия агропромышленного комплекса должны обязательно учитывать в процессе разработки своей конкурентной стратегии:

1. Выбор и разработка конкурентной стратегии обязательно должна начинаться с изучения уровня и динамики платёжеспособного спроса, ёмкости и структуры рынка сельскохозяйственной продукции.

2. Разработка конкурентной стратегии сельскохозяйственного предприятия, в целях обеспечения её эффективности, должна осуществляться с учётом параметров всей конкурентной стратегии АПК республики.

Использование конкурентных стратегий как элемента стратегического маркетинга позволит предприятию занять более устойчивое рыночное положение.

Литература.

1. Мазлоев В.З. Конкурентные стратегии аграрных организаций / В.З. Мазлоев, А.Н. Семин, Н.В. Боровских – Москва : Колос, 2009. – 465 с.

2. Лыгина Н.И. Актуальные вопросы использования конкурентных стратегий предприятиями агропромышленного комплекса / Н.И. Лыгина, А.А. Гончаров // Стратегия развития экономики. – 2011. – № 37. – С. 24-32.

3. Гончаров А.А. Конкурентные стратегии сельскохозяйственных предприятий [Электронный ресурс] / А.А. Гончаров // Библиотека маркетинга. – Москва, 2017. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/competitive_strategy_farming.htm. – Дата доступа: 07.03.2019.

4. Драгун Н.П. Конкурентоспособность перерабатывающих предприятий АПК: экономическая сущность и механизм управления / Н.П. Драгун, Е.М. Карпенко. – Гомель : Гомельский государственный технический университет, 2009. – 246 с.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОАО «МИНСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ»

СУХАБОК И.А., СТУДЕНТКА*,
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Актуальными для дальнейшего развития маркетинговой стратегии ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов» в 2019 году являются следующие стратегии: стратегия проникновения на рынок (увеличение доли рынка). Предприятие планирует увеличивать объемы сбыта выпускаемой продукции на существующих рынках при помощи интенсификации товародвижения, с привлечением клиентов предприятий-конкурентов, увеличения спроса среди имеющихся потребителей; стратегия расширения рынка. Предприятию необходимо расширять свой рынок не только за счет увеличения сбыта продукции на освоенных рынках, но и проникновения на новые географические рынки; выхода на новые сегменты рынка, спрос на которых еще не удовлетворен, использования новых методов распределения и сбыта, продвижения продукции; стратегия разработки товара связана с разработкой новых товаров для существующих рынков. В 2019 году планируется расширение ассортиментного ряда полуфабрикатов мучных изделий - планируется выпуск 2-х новых видов. Предложение потребителям новинок под торговой маркой «Столичная мельница» позволит покупателю обратить дополнительное внимание к торговой марке предприятия-производителя. Планируется: выпуск продукции под новой торговой

* *Научный руководитель – Сырокваш Н.А., ст. преподаватель*

маркой для линейки «Здоровое питание», куда войдет мука пшеничная обойная, мука ржаная обойная, отруби ржаные пищевые и добавка пищевая пшеничная (отруби пищевые); разработка новой торговой марки для линейки макарон для детей; стратегия сбыта. При анализе потребителей ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов» можно выделить две основные группы: предприятия-потребители, которые приобретают продукцию в качестве сырья для дальнейшей переработки и розничной торговли; предприятия-потребители, приобретающие продукцию с целью дальнейшей оптовой продажи [1].

Отсюда рассматриваются два существующих канала товародвижения: одноуровневый – через розничную торговлю или переработку к конечному потребителю; двухуровневый – через предприятия оптовой торговли к розничной торговле, промышленной переработке и далее к конечному потребителю [2].

В настоящее время данная организация использует оба канала в сравнительно равной степени. Приведенные каналы распределения являются целесообразными для ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов». Но для более рациональной реализации продукции работа специалистов должна быть в большей степени, направленной на активизацию продаж по одноуровнему каналу с предприятиями розничной торговли и общественного питания. Это позволит увеличить имеющуюся долю на рынке и освоить новые его объемы [3].

В целях реализации долгосрочной маркетинговой стратегии по дальнейшему освоению рынка, расширению географии продаж предполагается проведение ряда организационных мероприятий таких как: совершенствование договорной кампании, позволяющее обеспечить оперативность заключения договоров с потенциальными партнерами, предлагая различные варианты сотрудничества на оптимальных для потребителя условиях; проведение «Дней качества» с постоянными партнерами с целью урегулирования возникающих вопросов в совместной работе; личные встречи с руководителями торговых организаций для решения вопросов совместного сотрудничества, согласования оптимальной товарной и ценовой политики, сбора и анализа маркетинговой информации; контроль наличия и полноты ассортимента продукции в торговой сети г. Минска и регионах; контроль периодичности и объемов поступления заявок клиентов; поиск новых потребителей как в г. Минске, так и за его

пределами; посещение потенциальных клиентов других областей в целях установления сотрудничества, анализа их платежеспособности, заключения договоров; совместная работа с менеджерами (товароведами) торговых предприятий: по наличию максимального ассортимента продукции выпускаемой предприятием в торговой точке, совершенствование стандартов выкладки продукции с учетом наиболее удобных зон расположения товара на стеллажах размещению рекламно-информационных материалов [4].

На основе выявлены основные направления развития стратегии, что ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов» следует придерживаться стратегии проникновения на рынок, целью которой является увеличение доли рынка соответствующей отрасли. Также целесообразно предложить компании придерживаться стратегии разработки товара, что означает расширение ассортиментного ряда готовой продукции и полуфабрикатов для уже существующих рынков [5].

Литература.

1. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 300 с.

2. Казакевич Л.А. Теоретические основы менеджмента : пособие для специалистов агропромышленного комплекса / Л.А. Казакевич, Е.И. Михайловский; Минсельхозпрод РБ, БГАТУ. – Минск : БГАТУ, 2012. – 292 с.

3. Современный стратегический анализ: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200 Менеджмент (профиль «Производственный менеджмент»), квалификация магистр / П.В. Иванов [и др.]; под ред. П.В. Иванова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 591 с.

4. Управление качеством: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальности / А.Г. Зекунов [и др.]; под ред. А.Г. Зекунова. – Москва : Юрайт, 2015. – 476 с.

5. Управление организацией: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по управленческим специальностям / М.В. Петрович [и др.]; Академия управления при Президенте РБ. – Минск: Академия управления при Президенте РБ, 2012. – 432 с.

ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТзОВ «КОМПАНІЯ ВІТЕР»

Тараєвська Л.С., к.е.н., доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Данюк А., магістр,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Однією із вирішальних умовою ефективного маркетингового стратегічного управління розвитком підприємства є передбачення майбутніх змін і їх якісна ідентифікація з метою інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо його розвитку. Більшість керівників помилково вважають, що в сучасних умовах можливо вирішувати перспективні питання без розробки стратегічних рішень. Хоча саме стратегічне мислення і такий інструмент, як стратегічне управління, є найважливішим чинником успішного виживання фірми в конкурентній боротьбі.

Обґрунтуємо доцільність використання стратегічного управління на прикладі ТзОВ «Компанія ВІТЕР», предметом діяльності якого є монтаж систем опалення, кондиціонування ,водо та газопостачання. Слід зазначити, що для споживачів даного товару важливим є не тільки товарна марка котла чи кондиціонера, а й також рівень сервісу при покупці. Основними видами послуг є монтажні і пусконалагоджувальні роботи, гарантійне і післягарантійне обслуговування, їх ремонт. На українському ринку найбільшу частку займають японські котли, кондиціонери – 46 %, за ними слідують корейські виробники – 26 %, ізраїльські – 14 %, і 9 % ринку належать європейській марці Delonghi. Цікаво відзначити, що серед японських кондиціонерів упевнено лідирують дешеві Funai і Chofu, хоча назвати Funai японським можна, лише базуючись на написі на самому кондиціонері, тому що конструкторське бюро та основне виробництво цієї фірми знаходяться в Кореї.

Згідно оцінок фахівців, на українському ринку працює близько 15 імпортерів і представництв, а також 60-70 їхніх дилерів. Найбільше помітними імпортерами є «Нью Вінд», «Петроспек», «АЕК Інтернейшнл», «Філін», «Оптим». На ринку котлів та кондиціонерів практично відсутній прошарок оптових посередників, що займаються винятково імпортом і наступним перепродажем устаткування.

Реалізуються кондиціонери, в основному, через виставки в офісах фірм, хоча можлива і реалізація через роздрібну мережу побутової техніки. Майже всі постачальники і великі дилери підтримують визначений товарний запас на складах, що є наслідком значної конкуренції.

Отже, ринок побутових котлів та кондиціонерів України, особливо у великих містах, є висококонкурентним, що потребує від його учасників активних дій щодо використання засад маркетингового стратегічного управління.

Проаналізувавши внутрішнє та зовнішнє середовища підприємства, варто відмітити, що ТзОВ «Компанія ВІТЕР» має значний потенціал і наявність всіх ресурсів для практичного використання засад стратегічного управління, однак розрахована динаміка основних техніко-економічних показників діяльності за останніх три роки показала незначний спад практично усіх із них, що ще раз доказує необхідність пошуку нових та удосконалення наявних напрямів розвитку.

Зазначимо, що весь процес планування діяльності сервісного підприємства можна розділити на дві основні стадії: розробка стратегії діяльності фірми (стратегічне планування) і визначення тактики реалізації розробленої стратегії (оперативне/поточне планування). Стратегічне маркетингове планування діяльності підприємства сфери сервісу, зокрема ТзОВ «Компанія ВІТЕР» передбачає використання наступних методів:

– побудова матриць оцінки різних варіантів господарської поведінки;

– розробка планів на ситуаційній основі, стосовно різних гіпотез про майбутнє;

– побудова сценаріїв (оптимістичний, песимістичний).

Проведений SWOT-аналіз ТзОВ «Компанія ВІТЕР» дозволив виявити присутню на підприємстві стратегію концентрованого зростання, яка реалізується шляхом щорічного значного підвищення рівня короткострокових і довгострокових цілей над рівнем показників попереднього, збільшення асортименту послуг, розвитку конкурентних переваг в області якості і цінової політики. Дана альтернатива характерна для галузей, що динамічно розвиваються, з технологіями, що швидко змінюються.

З врахуванням вище наведеного, запропоновано до використання наступні стратегічні альтернативи:

– розширення асортименту наданих послуг (продаж основних та комплектуючих матеріалів). Для реалізації даної альтернативи було

запропоновано три варіанти:

1) закупівля і продаж котлів;

2) закупівля та продаж радіаторів;

3) закупівля та продаж кондиціонерів.

– використання нових технологій при виконанні робіт, що зменшить споживання енергоносіїв. Для реалізації цієї альтернативи було також запропоновано кілька варіантів:

1) закупівля інструментів для використання нової технології алмазного свердління;

2) придбання і використання при роботі лазерного нівеліру.

Щоб проаналізувати запропоновані стратегічні альтернативи та розрахувати економічну доцільність кожної з її варіантів було побудовано дерево рішень. За його результатами, найкращою стратегічною альтернативою є закупівля матеріалів для подальшого перепродажу, а саме закупівля котлів. Очікуваний прибуток від впровадження цієї альтернативи буде становити 9 тис. грн. Також, на нашу думку, рівноправним є варіант щодо закупівлі кондиціонерів. Впровадження цієї альтернативи могло б принести підприємству прибуток у розмірі 8,55 тис. грн. Однак, слід зазначити, що наведені альтернативи мають сезонний характер тому не виключають одна одну.

Отже, передумовами використання маркетингового стратегічного управління на досліджуваному об'єкті стали стрімкі зміни в зовнішньому середовищі підприємств, що виявляються: у безмежному зростанні можливостей, які відкриваються перед підприємствами (одержання ресурсів, розвиток технологій, відновлення і розширення виробництва); поглибленні й розширенні потреб; посиленні конкуренції на ринку; зростанні попиту на продукцію; принциповій зміні ролі людини у виробництві і пов'язаної із цим активізації творчих можливостей.

Література.

1. Бєлова А.І. Система стратегічного управління реструктуризацією підприємств : цілі, проблеми та перспективи : монографія / А. І. Бєлова ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. – Київ : КНУБА, 2014. – 292 с.

2. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства : дис. ….док. екон. Наук : 08.00.04 / Діана Валеріївна Райко ; НТУ «ХПІ»; наук. кер. Ястремська О. М. – Харків : [б. в.], 2011. – 584 с.

3. Длігач А.О. Стратегічне маркетингове управління : монографія / А. О. Длігач. – Київ : Алерта, 2012. – 270 с.

4. Ліпєц Ю. В. Впровадження стратегічного менеджменту на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку [Електронний ресурс] / Ю. В. Ліпєц. – Режим доступу: http://ipdo.kiev.ua/files/articles/but4.pdf

5. Павлова В. А. Стратегічне управління ресурсним потенціалом : концепція, механізм, стратегія : монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, Л. А. Гончар ; Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля. – Дніпропетровськ : Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2014.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Устік Т.В., к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія
Микитась А.В., к.ю.н.,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

За сучасних умов функціонування аграрного ринку особливої гостроти набирають питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, як у межах національного рівня, так і при виході на зовнішні ринки. На нашу думку, в першу чергу, це стосується саме агропромислових товаровиробників, як основних учасників отриманого в аграрній сфері валового національного продукту країни. На жаль, наразі, мова не йде про високий рівень конкурентоспроможності, що спричинено дією ряду факторів, як суб'єктивного, так і об'єктивного характеру. Звичайно, дане твердження стосується лише результатів функціонування малих та середніх за розмірами вітчизняних підприємств. Однак, необхідно також зазначити, що саме ці вказані підприємства займають найбільшу частку у структурі виробництва валової продукції [1].

Особливості розуміння управлінських та економічних процесів в агропромисловому виробництві в переважній більшості випадків не мають можливостей прикладного застосування здобутків розвитку теорії маркетингу через низку факторів. Можливим та дієвим напрямком забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств є все ж таки використання маркетингової діяльності, однак в дещо відмінному від сучасних теорій та здобутків науки вигляді. Ми

пропонуємо запровадження теорії маркетингу до практики підприємств через формування моделей, які мають базуватись на первинних інструментах комплексу маркетингу, зокрема, на поєднанні товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик, без їх розширення до сучасних тенденцій.

Це зумовлено тим, що існуюча практика агропромислового виробництва поки що залишається на виробничому рівні, тобто напрям діяльності підприємства, в тому числі його управлінська складова, обирається у відповідності з наявними виробничими потужностями. При чому формування товарної політики відповідає не вимогам сучасних ринкових реалій, а є продовженням багаторічного сформованого процесу [2]. І, як наслідок, залучення повного теоретично обґрунтованого інструментарію формування товарної політики з точки зору маркетингу не є можливим для практичного використання (зокрема, товарний асортимент, ринкова атрибутика товарів, життєвий цикл тощо).

Реалізація цінової політики в агропромисловому виробництві також має свої особливості. Так, встановлення ціни реалізації у підприємствах відбувається в переважній більшості не за теоретично більш привабливими методами, а за ринковими, при чому такі ціни встановлюють не кінцеві споживачі (для агросировинної продукції – переробні підприємства та експортери), а посередницькі структури, кількість яких є необмеженою в існуючих ринкових структурах і частка реалізації продукції від безпосередніх виробників до посередницьких організацій в межах 90-100 %. Існуючий рівень ринкових цін є низьким для агропромислових підприємств з точки зору можливостей подальшого провадження розширеного відтворення, а також викликає перерозподіл фінансових ресурсів зі сфері виробництва до сфери обігу й спричиняє наявність та постійне зростання цінового диспаритету. Що стосується політики комунікацій, то ситуація не є кращою. В теорії вже сформовані різноманітні заходи стимулювання продажів, визначені основні рекламні можливості з урахуванням галузевої приналежності продавців, досліджені окремі напрями пристосування політики комунікацій до виробничо-комерційної діяльності підприємств. Однак практика свідчить, що агропромислове виробництво знаходиться лише на рівні залучення найпростіших інструментів (виставки, ярмарки).

І останньою складовою є політика розподілу та збуту товарів, за якою ситуація не є кращою в частині її залучення в умовах аграрного

ринку. Як вже було відзначено, використання різних за структурами та рівнями каналів розподілу зводиться до наявного переважного збуту більшої частини товарів посередницьким організаціям і лише до 10 % реалізується за прямими маркетинговими каналами, тобто кінцевим споживачам продукції. Останнє є базовою причиною перетікання основного капіталу зі сфери виробництва до сфери обігу, що, в свою чергу, призводить до недоотримання прибутків товаровиробниками, які повністю забезпечують весь складний та ресурсозатратний виробничий процес [3-4].

Отже, концепція запровадження оновленої системи управління, на нашу думку, має базуватись на розумінні маркетингу, як різновиду системи управління виробничо-збутовою діяльністю суб'єкта агробізнесу, в основу якого покладено використання базових інструментів маркетингу як єдиного комплексу. Результатом формування даної системи є визначення напрямів діяльності господарюючого суб'єкта у відповідності до постійних змін ринкового середовища; тактики поведінки на ринку з метою утримання необхідної ринкової частки та інших результативних показників виробничо-комерційної діяльності; стратегії забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів виробничої сфери аграрного ринку. При чому потребує оновлення змістовне наповнення визначеного маркетингового інструментарію не через розширення його теоретичної сутності з подальшим пристосуванням до умов аграрного виробництва, а з урахуванням, в першу чергу, можливостей практичного застосування у діяльності товаровиробників.

Література.

1. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». – Випуск 5. – Х. : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.

2. Красноруцький О.О. Детермінанти розвитку систем ринкового розподілу продукції аграрних підприємств / О.О. Красноруцький // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – Вип. 162. – 2015. – С. 20-31.

3. Мазнєв Г.Є. Антикризове управління як сфера бізнес-адміністрування / Г.Є. Мазнєв, С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2016. – Вип. 10. – Ч. 2. – С. 13-17.

4. Мандич О.В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід / О.В. Мандич // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – Вип. 172. – 2016. – С. 141-147.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ У МУНІЦИПАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

ФЕДОТОВА Я.Г., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ВІЙСЬКОВИЙ ІНСТИТУТ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Особливості сучасного етапу розвитку економіки диктують потребу розгляду підприємства як відкритої економічної та соціальної системи, яка функціонує в умовах значного динамізму зовнішнього середовища, посилення конкурентної боротьби, важливості забезпечення виробництва якісної продукції задля задоволення потреб споживачів, значимості участі у вирішенні проблем місцевого значення через соціально відповідальну діяльність.

Функціонування підприємства на ринку в умовах змінного зовнішнього середовища, виживання у конкурентній боротьбі можливе лише за умови його прогресивного розвитку, напрями якого (поряд з економічно та соціально детермінованими трендами доповнені й екологічними) дозволять керівникам підприємств максимально повно враховувати в управлінні ним не тільки можливі загрози діяльності, а й отримувати переваги від участі у житті місцевої громади та вирішенні спільно з нею проблем муніципального рівня.

Сучасні тенденції функціонування українських підприємств характеризують їх як своєрідні анклави, що не враховують специфіки муніципального економічного середовища. З огляду на це, управління підприємством потребує модернізації для забезпечення його розвитку як об'єкта муніципальної економічної системи, адже функціонування та розвиток муніципальної економічної системи визначають економічне життя територіальної громади і залежать від результативності управлінських впливів з боку суб'єктів муніципального управління.

Важливим за цих обставин для підприємств є поєднання випереджувальних технологій стратегічного характеру з технологіями тактичної спрямованості, що пов'язане з необхідністю врахування та оцінки факторів, які можуть чинити вплив на підготовку та прийняття управлінських рішень в управлінні бізнес-структурами у муніципальній економічній системі в процесі стратегічного й ситуаційного управління. Для цього важливим є врахування елементів системності, які мають знайти відображення у підходах до стратегічного управління підприємством та систематизація факторів, які в процесі ситуаційного

управління цим підприємством у муніципальній економічній системі, можуть вплинути на підготовку і прийняття управлінських рішень [1].

Сучасними технологіями управління визначено такі, впровадження яких дозволить підприємству успішно конкурувати на ринку. Виходячи з цього, модернізація технологій управління підприємством повинна стосуватися конкретних сфер його діяльності та потребує використання певних адаптованих підходів, серед яких доцільно виокремити: стратегічний, синергійний, логістичний, адміністративний, віртуальний, ресурсний, технологічний та ін.

Аналіз практики управління підприємствами у муніципальних економічних системах різних міст України в частині їх забезпеченості фінансовими ресурсами доводить, що сучасна ситуація характеризується: неналежною забезпеченістю власними фінансовими ресурсами; переважанням залученого капіталу; відносно стійким і позитивним співвідношенням власних і залучених ресурсів. Виявлені тенденції пов'язані з інерційністю адміністративного підходу та інституційними бар'єрами управління для підприємств та модернізації технологій управління ними. За цих умов для забезпечення стабільності економічного розвитку, керівникам підприємств доцільно звернути увагу на формування відповідної стратегії розвитку та спеціального інструментарію стратегічного планування, які дозволять створювати нові цінності шляхом урахування індивідуальних і муніципальних потреб [2].

Обґрунтованою та доцільною за вищезазначених обставин є необхідність використання ситуаційного управління підприємствами у муніципальній економічній системі, яке повинно бути спрямованим на подолання невизначеності й ризику, що виникли в процесі діяльності підприємства. Під технологіями ситуаційного управління підприємством у муніципальній економічній системі слід розуміти комплекс заходів та дій, спрямованих на подолання невизначеності й ризику, котрі виникли у ході функціонування цього підприємства, та на зменшення (або усунення) їх негативних наслідків шляхом здійснення інформаційно-аналітичної, соціально-економічної, організаційної діяльності.

Результатом реалізації такого комплексу заходів і дій повинно стати прийняття ефективних управлінських рішень, що закладає базу для формування нової концепції та підходів щодо успішного функціонування підприємств у муніципальному економічному середовищі.

Література.

1. Талюпа Н. Сучасні підходи до удосконалення технології управління / Н. Талюпа // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 8. – С. 49-50.

2. Стадник В.В. Інноваційно-інвестиційні стратегії в управлінні ринковою вартістю підприємства : Монографія / В.В. Стадник, Є.М. Рудніченко, Т.С. Томаля, Н.І. Непогодіна. – Хмельницький : ХНУ, 2008. – 302 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Шаповаленко Г.А., студентка*,
Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

За умов постійного зростання конкуренції на аграрному ринку питання підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств набуває дедалі все більшої уваги вітчизняних науковців і практиків. Від вирішення цієї проблеми залежать економічні показники виробництва сільськогосподарської продукції, конкурентостійкість та ефективність господарської діяльності аграрних формувань. Обґрунтування ефективного конкурентоспроможного ведення виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств потребує багатоваріантних розрахунків оптимального використання земельних, трудових, матеріальних й фінансових ресурсів із врахуванням процесів спеціалізації виробництва, ускладнення міжгосподарських зв'язків при різних стратегіях економічного розвитку даного господарюючого суб'єкта в умовах необхідності подальшої інтенсифікації виробництва та невизначеності його зовнішнього середовища господарювання [1].

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності рослинницької продукції необхідно розпочинати з обґрунтування оптимального ведення господарської діяльності сільськогосподарських підприємств різних природно-економічних зон країни з урахуванням природних, демографічних, організаційно-економічних та інших умов. При цьому мають бути визначені оптимальні параметри збалансованого розвитку аграрних галузей в підприємствах, їх

* *Науковий керівник – Сагачко Ю.М., к.е.н.*

спеціалізація і економічне обґрунтування розвитку додаткових галузей, створені умови для раціонального використання земельних угідь, трудових ресурсів, для запровадження зональних систем землеробства, інноваційних технологій вирощування сільськогосподарських культур тощо.

Під оптимальною виробничою структурою сільськогосподарського підприємства слід розуміти такі кількісні співвідношення між окремими галузями, які, забезпечуючи виконання державних планових завдань з продажу продукції, дозволяють найбільш повно і ефективно використовувати наявні виробничі ресурси і отримати найвищий економічний ефект [2].

В результаті оптимізації виробничої структури сільськогосподарського підприємства визначають: склад і розміри основних і додаткових галузей господарства; посівні площі різних культур і поголів'я худоби; обсяги виробництва валової і товарної продукції по кожній галузі, показники розподілу виробничих ресурсів по галузям з урахуванням їх можливого поповнення; основні результативні показники господарства - вартість валової і товарної продукції, прибуток, рентабельність, продуктивність праці і т. д [3].

Оптимальна виробнича структура підприємств сприяє найбільш раціональному використанню наявних виробничих, трудових і природних ресурсів, виробництву максимально доцільного обсягу продукції при зменшенні питомих витрат праці і засобів.

Складність і багатогранність сільськогосподарського виробництва, необхідність врахування значної кількості факторів, що впливають на виробничий процес, вимагають застосування економіко-математичних методів, за допомогою яких будується модель оптимізації виробничої структури і розмірів сільськогосподарських підприємств, яка служить для визначення найбільш раціонального поєднання всіх видів діяльності сільськогосподарських підприємств.

Модель оптимізації виробничої структури агропромислового підприємства є складовою частиною моделі оптимізації розвитку і розміщення агропромислового об'єднання. З іншого боку, вона включає в себе як найважливішу складову частину (блок) модель оптимізації виробничої структури сільськогосподарського підприємства. Крім цього, в модель входять блоки промислової переробки сільськогосподарської продукції та зв'язку між сільськогосподарським і промисловим виробництвом.

У підсистемі моделей агропромислового підприємства модель оптимізації його виробничої структури входить в центральний блок [4].

При наявності оптимізаційної моделі по формуванню оптимальної структури виробництва сільськогосподарських підприємств особливе значення має вибір і обґрунтування логіки проведення розрахунків та визначення критерію оптимальності. Оскільки при розв'язанні задачі оптимізації структури виробництва рівень інтенсивності ведення виробництва впливає на потреби в ресурсах, а також на їх співвідношення у процесі виробництва, то структура виробництва повинна визначатися економічною ситуацією, в якій функціонують сільськогосподарські підприємства [5].

Тож можна зробити висновок, що оптимальна структура виробництва повинна визначати конкретне кількісне співвідношення всіх виробничих ресурсів при різних рівнях інтенсивності їх використання, при якому забезпечувалося б максимальне виробництво сільськогосподарської продукції.

Література.

1. Єрмаков О. Виробничий потенціал сільськогосподарських підприємств та інвестування його розвитку / О. Єрмаков, В. Нагорний, С. Єрмаков // UKRAINIAN JOURNAL Економіст. – 2013. – № 8. – С. 27-30.

2. Єрмаков О.Ю. Організація сільськогосподарського виробництва / О.Ю. Єрмаков. – К. : Видавничий центр НАУ, 2007. – 266 с.

3. Костюченко Т.І. Оптимізація виробничо-галузевої структури сільськогосподарського підприємства із застосуванням економіко-математичної моделі / Т.І. Костюченко // Економіка АПК. – 2002. – № 8. – С. 76-81.

4. Бушин П.Я. Математичні методи і моделі в економіці. Навчальний посібник / П.Я. Бушин. – Хабаровськ, 2004. – 423 с.

5. Нагорний В.В. До проблеми оптимізації виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств / О.Ю. Єрмаков, В.В. Нагорний // Агросвіт. – 2013. – № 16. – С. 3-8.

МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ШЛЕЙКО В.В., СТУДЕНТКА*,
УО «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Маркетинг влияет на все этапы формирования прибыли и, в конечном счете, на общую эффективность предприятия.

* *Научный руководитель – Исаченко Е.М., ст. преподаватель*

Маркетинг одновременно является системой мышления и системой действий. На основании этого можно выделить следующие основные принципы маркетинга:

1) Тщательный учет при принятии решений потребностей, динамики спроса и рыночной конъюнктуры. Приведённый принцип показывает хорошее знание рыночной ситуации относительно существующей и прогнозной величины спроса, деятельности на рынке конкурентов, поведения на рынке потребителей и их отношения к продуктам данной организации и её конкурентов.

2) Создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка, к структуре спроса исходя не из сиюминутной выгоды, а из долгосрочной перспективы.

Современная концепция маркетинга состоит в том, чтобы вся деятельность предприятия (научно-техническая, производственная, сбытовая и т. д.) основывалась на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Более того, одна из задач маркетинга заключается в выявлении неудовлетворенных запросов покупателей, чтобы ориентировать производство на удовлетворение этих запросов. Маркетинг означает разработку, производство и сбыт того, на что действительно потребительский спрос. Система маркетинга ставит производство товаров в функциональную зависимость от спроса и требует производить товары в ассортименте и объеме, нужных потребителю.

Выявление потребностей – одна из ключевых целей маркетингового исследования. Когда маркетолог узнает потребность потребителя, он может спрогнозировать его дальнейшее поведение и возможность его покупки данного товара.

Важную роль в исследовании потребителей играют мотивационные факторы покупки товара.

К мотивационным факторам причисляются: мотив выгоды (желание человека разбогатеть); мотив снижения риска (потребность в безопасности); мотив признания (потребность в статусе, престиже); мотив комфорта (стремление скрасить свое существование); мотив свободы (потребность в независимости); мотив познания (потребность в развитии).

Важную роль в маркетинге играет изучение структуры рынка.

Вначале необходимо провести исследование конкурентов, т.е. оценить степень конкуренции на выбранном рынке (совершенная, несовершенная конкуренция или монополия).

Далее следует переходить к самим конкурентам. Следует определить: какую часть рынка контролирует конкурент, насколько быстро происходит его развитие, качество товара конкурента, его цену, форму рекламы и сбыта, техническую поддержку.

При правильно проведенном исследовании возможно установить недостатки и преимущества конкурента, узнать о его слабых и сильных сторонах, что впоследствии несомненно скажется на прибыли и развитии предприятия.

Анализ структуры рынка представляет собой исследование поставщиков и посредников, без помощи которых предприятие практически не может существовать в современных условиях. Изучение структуры рынка включает в себя исследование транспортных компаний, страховых организаций и др. Под исследованием товарного рынка понимается исследование рынка отдельного товара или группы товаров.

Исследование рынка ставит своими целями изучение соотношения спроса и предложения на товары, определение емкости рынка, определение влияния конкурентов на рынок, сегментацию рынка, определение конъюнктуры рынка.

Основная цель изучения конъюнктуры рынка – установление связей между деятельностью предприятия и рынком, как обеспечить равновесие спроса и предложения. Конъюнктурное исследование включает в себя оценку рынка в текущий период, прогноз изменения показателей рынка, предложения и рекомендации по деятельности предприятия в процессе изменения обстановки на рынке.

Сегментация рынка – это деление рынка на отдельные области для закупки и сбыта товаров. Сегментация происходит по следующему ряду признаков: географический (учитывается величина региона, плотность и количество населения); демографический (учитываются половозрастные критерии населения); социально-экономический (учитывается образование, профессии, доходы населения); психологический (учитываются особенности отдельного индивида).

Основные цели маркетинговой деятельности на предприятие: достижение максимально возможного высокого потребления; достижение максимальной потребительской удовлетворенности; представление максимально широкого выбора; максимальное повышение качества жизни. В этом проявляется роль исследований маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия.

Литература.

1. Тарасов Д.Н. Маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Публикации журнала «Вестник ИЭАУ». – Москва, 2015. – №8. – Режим доступа http://www.ieay.ru/nauka-v-ieau/vestnik-ieau/. – Дата доступа: 11.03.2019.

2. Абросимов И.Д. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. В 2 частях / И.Д. Абросимов. – Москва: ИМЭС, 2009.

3. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – Киев: «Ника-Центр». – 2010. – 547 с.

4. Хлыстова О.В. Финансовый менеджмент: учебное пособие / О.В. Хлыстова, Е.В. Неяскина. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Москва : Проспект, 2017. – 367 с.

ЗМІСТ

Секція ***Сучасні тенденції, перспективи та стратегічні орієнтири розвитку соціально-економічних систем мікро -, мезо - та макрорівня***

Skudlarski Jacek, Klemparskyi M. Structure of human capital 6

Гуторов А.О. Сутність інклюзивної економіки 9

Мандич О.В. Формування аграрного ринку: теоретичні основи 12

Ніценко В.С., Остапенко Р.М., Ганжуренко І.В. Аграрні підприємства: стратегічне управління їх розвитком 14

Онегіна В.М., Білецький О.В. Експортна орієнтація сільськогосподарського виробництва та цінові ризики 17

Подорожній Є.Ю. До проблеми управління конкурентоспроможністю працівників 19

Богданов В.С. Конкурентоспроможність аграрного сектору, як запорука ефективної національної економіки 23

Власенко Т.А. Стратегічні зміни для підприємств сільськогосподарського машинобудування 25

Григоренко А.С. Основні функції їх значення та особливості застосування в управлінні розвитком соціально-економічних систем. 29

Демченко Т.М., Коваль О.В. Фактори навколишнього середовища та методика оцінки їх впливу на результати господарювання 32

Дулова Е., Дулов А. Тенденции развития молочной промышленности в мире и Украине 34

Заяць Ю.О. Імідж політичного діяча 37

Івженко А.А., Кривощапова І.В. Теоретичні засади управління прибутком у загальній системі менеджменту підприємства 39

Королевич Н.Г., Оганезов И.А. Повышение эффективности использования местных видов топлива в энергетическом балансе сельских территорий Республике Беларусь 41

Матвиенко А.И. Экономика спортивных мегасобытий 44

Рой О.О., Носова В.А. Аналіз підходів щодо методів оцінювання трудового потенціалу підприємства 46

Пахуща О.П. Економічна дипломатія як інструмент розвитку національної економіки 49

Романова Р.Р. Людина як «важіль» управління соціально-економічними системами 51

Тетерева И.В. Обоснование необходимости применения экономического подхода к управлению рождаемостью 54

Хачатурян Б.О. Теоретичні засади формування цінових конкурентних переваг в аграрному секторі 56

Циба А.Д. Шляхи забезпечення фінансової стабільності банку 59

Секція ***Управління інноваціями, інвестиціями та інтеграційними процесами в стабілізації розвитку суб'єктів економічних відносин***

Гуторов О.І., Гуторова О.О. Перспективні напрями активізації інноваційної діяльності в аграрному секторі України 63

Красноруцький О.О., Зайцев Ю.О. Інноваційна маркетингова діяльність суб'єктів аграрного бізнесу в динамічних конкурентних умовах 69

Панухник О.В. Інтеграція фінансово-економічного потенціалу учасників господарських відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем 71

Литвинов А.І. Ресурсна політика сільськогосподарського підприємства в системі забезпечення його конкурентоспроможності 74

Рижикова Н.І. Формування фінансових ресурсів для фінансування інноваційних проектів 76

Бобловський О.Ю. Роль внутрішніх інвестицій в розвитку економіки України 80

Вардіашвілі А.В. Управління маркетингом в інтегрованих підприємствах: проблеми та шляхи розвитку 85

Гончарова М.И. Распределение доходов населения 87

Заїка С.О., Півень А.В. Фактори інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності аграрних підприємств 90

Крутько М.А. Агропромислова інтеграція: міжнародний досвід 92

Кукурудзяк Л.В. Нематеріальні активи: бухгалтерський та управлінський аспект 95

Kuskova S.V. Innovative activity as basis of stability of functioning of enterprise 97

Малій О.Г. Зовнішні джерела фінансового забезпечення інновацій 99

Оберемок В.В., Кудрявцева Н.С. Комунікації та комунікаційний процес в системі державного управління 103

Петрина М.Ю. Оцінка інноваційного потенціалу розвитку технопарку як початковий етап в плануванні його діяльності 106

Пинчук В.С. Анализ экономической эффективности приобретения линии по производству стерилизованного молока 109

Рудь О.В. Інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства 111

Сердюченко А.Д., Заїка О.В. Інновації в сільському господарстві 114

Секція ***Інституційне та організаційно-правове забезпечення стабілізації розвитку соціально-економічних систем***

Клемпарський М.М. Особливості міжнародно-правового регулювання трудових відносин в сфері науково-дослідницької та викладацької діяльності 118

Кобзар О.Ф. Доцільність реформування правоохоронної системи України 121

Левкіна Р.В., Котко Я.М. Міжнародний досвід державної підтримки розвитку малого підприємництва 125

Бєлоусова О.С. Вплив інституціоналізму на ефективну економічну та політичну модернізацію суспільства 127

Дудник О.В., Великоцька Н.О. Державне регулювання земельних відносин в Україні 130

Колесник В.Г., Кривич Л.І. Удосконалення блоку організаційних змінних аграрних підприємств 133

Луценко О.А., Поливана Л.А. Державна підтримка інноваційної діяльності у сільському господарстві України 135

Секція ***Планування, прогнозування, облік та контроль в управлінні розвитком соціально-економічних систем***

Маренич Т.Г. Інтеграція даних різних видів обліку 139

Исаченко Е.М. Информационные системы в сельском хозяйстве Республики Беларусь 143

Лукашевич А.В., Зенович А.С. Формирование и использование трудовых ресурсов АПК 146

Мурашко Б.М., Головко А.Ю. Місце аудиту в системі фінансового контролю 149

Носань Н.С., Куценко Д.М. Проблеми оцінювання рівня фінансової безпеки у процесі управління станом системи її забезпечення 151

Романюк І.А. Вплив податків на розвиток підприємств туристичної галузі в Україні 154

Сичов А.С., Сичова А.А. Актуальні питання визначення, визнання та оцінки дебіторської заборгованості 156

Шаповаленко Г.А. Стратегічне планування розвитку територіальної громади 159

Секція ***Виробничі, маркетингові та комерційні інструменти управління розвитком суб'єктів економічних відносин***

Ігнатенко М.М. Роль соціальної відповідальності у підвищенні ефективності розвитку аграрних підприємств 164

Ларіна Т.Ф. Об'єднані територіальні громади як фактор модернізації підприємств сільського господарства 166

Мармуль Л.О. Напрями оптимізації трудових ресурсів аграрних підприємств та зайнятості на селі 168

Абрамова В.С., Зейда В.В., Онєгіна О.С. Управління маркетингом в сільськогосподарських підприємствах 171

Бабич М.В., Довгоп'ятий А.Ю. Стан та проблеми виробництва ячменю в Україні..... 173

Бірченко Н.О. Диверсифікація як спосіб зниження ризику підприємства 176

Быкова Е.Ю., Быков Н.Ю. Стратегическое планирование в сфере информатизации предприятий птицеводческой отрасли 179

Гайкевич Є.В. Виробництво зерна, як вид сільськогосподарської діяльності..... 181

Гацько А.Ф. Підвищення конкурентоспроможності продукції шляхом вдосконалення збутової діяльності 184

Григоренко А.С. Аналіз виробництва продукції рослинництва 187

Грідін О.В. Ефективне управління персоналом як запорука успішного розвитку організації..... 189

Дроб'язко А.О., Рогуля М.Р. Принципи управління персоналом 192

Дулов А., Дулова Є. Світове виробництво соняшнику та олійних культур..... 194

Дядькін О.С. Сучасні технології вирощування соняшнику в Україні..... 197

Zayats Y. Ways of increasing the efficiency of land use 200

Казакевич Л.А. Эффективность использования земельных ресурсов в регионах 202

Калініченко С.М. Сутність конкуренції при формуванні ринку ... 205

Катамадзе М.Р., Тимченко Ю.В. Напрямки підвищення прибутковості галузі рослинництва аграрними підприємствами України 207

Кірік В.М., Демченко Д.В. Управління трансформацією виробничої структури аграрних підприємств..... 210

Латушко М.И., Балухо А.Д. Современные инструменты
повышения конкурентоспособности 212

Лукашевич А.В., Зайцева Н.А.
Отличительные особенности агромаркетинга 215

Максимова І.М., Маховський М.С.
Управління ефективністю виробництва продукції
рослинництва в сільськогосподарських підприємствах 219

Матвиенко А.И. К вопросу о маркетинговых инструментах
в регулировании профессиональным спортом 222

Науменко І.В. Цінові маркетингові фактори
при формуванні конкурентних переваг товаровиробників 224

Онищенко С.М. Наукові основи
організації виробництва соняшника 227

Помазан А.В. Необхідні кроки
для підвищення ефективності управління організацією 229

Сітніков І.Ю. Шляхи підвищення ефективності
відтворення земельних ресурсів 231

Смолянко О.В. Использование конкурентных стратегий
в развитии предприятий АПК 233

Сухабок И.А. Маркетинговая стратегии развития
ОАО «Минский комбинат хлебопродуктов» 236

Тараєвська Л.С., Данюк А. Передумови використання
маркетингового стратегічного управління ТзОВ «Компанія Вітер» ... 239

Устік Т.В., Микитась А.В. Реінжиніринг
бізнес-процесів в управлінні підприємствами 242

Федотова Я.Г. Управління фінансово-економічним
розвитком підприємств у муніципальному середовищі 245

Шаповаленко Г.А. Оптимізація виробничої структури
сільськогосподарських організацій аграрного сектору 247

Шлейко В.В. Маркетинг как инструмент повышения
эффективности деятельности предприятия 249

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ

ДРУГОЇ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Відповідальний за випуск ***О.О. Красноруцький***

Редактори ***В.М. Онегіна, Т.Г. Маренич***

Підписано до друку 29.03.2019.
Формат 60 × 84 1/16. Папір офсетний.
Гарнітура Garamond. Офсетний друк.
Умовн. друк. арк. – 16,25. Наклад – 300 прим.

Видавництво ТОВ «Стильна типографія»
61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А
Тел.: (057) 754-49-42
e-mail: zebra-zakaz@mail.ru
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.