

**Міністерство освіти і науки України
Полтавська державна аграрна академія
Департамент агропромислового розвитку
Полтавської обласної державної адміністрації
Science and Research Institute of Social and Economic
Development (Чехія)
ГО «Науково-дослідний інститут
соціально-економічного розвитку»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет
ЗВО «Білоруський державний економічний університет»
Кооперативно-торговий університет Молдови
Євразійський національний університет
ім. Л. Н. Гумільова (Казахстан)
Information Systems Management Institute (Латвія)**

Матеріали

**III Міжнародної науково-практичної конференції
«Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики»**

23-24 квітня 2019 р.

Полтава 2019

УДК 658.005.22
ББК 65.291.21

Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики»: збірник наукових праць / за ред. І. А. Маркіної. – Полтава: ТОВ «Сімон», 2019. – 428 с.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Полтавської державної аграрної академії (протокол № 17 від 23 квітня 2019 року)

ISBN 978-617-7803-04-0

У матеріалах конференції розглядаються загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти методології та практики сучасного менеджменту

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, фахівців-практиків.

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

УДК 658.005.22
ББК 65.291.21

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАА заборонено

СЕКЦІЯ 1

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ

*В.І. Аранчій, професор, ректор
Полтавська державна аграрна академія*

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Одним із найбільш ефективних інструментів забезпечення стійкого ефективного розвитку суб'єктів підприємництва в ринкових умовах є фінансова безпека. Особливо гостро ця проблема виникає в ситуації, яка пов'язана з ризиками підприємницької діяльності, недобросовісною конкуренцією, слабкістю або відсутністю необхідної законодавчої бази суб'єктів підприємництва тощо.

Науковці стверджують, що фінансова безпека підприємства – це складова економічної безпеки підприємства, яка передбачає такий стан підприємства, що:

- дозволяє забезпечити фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність та достатню фінансову незалежність підприємства у довгостроковому періоді;
- забезпечує оптимальне залучення та ефективне використання фінансових ресурсів підприємства;
- дозволяє ідентифікувати небезпеки та загрози стану підприємства та розробляти заходи для їх вчасного усунення;
- дозволяє самостійно розробляти та впроваджувати фінансову стратегію;
- повинен бути оцінений кількісними та якісними показниками, що мають граничні значення [1].

Варто зазначити, що значний вплив на рівень фінансової безпеки підприємства здійснюють загрози – реальні або потенційні можливості прояву деструктивного впливу різних чинників на фінансовий розвиток підприємства, що приводить до певного економічного збитку. Серед основних загроз фінансовій безпеці підприємства можна виділити:

1) загроза втрати ліквідності підприємства, яка відстежується за допомогою коефіцієнта поточної ліквідності;

2) загроза втрати фінансової самостійності підприємства, яка контролюється коефіцієнтом автономії;

3) загроза зниження ефективності діяльності підприємства, втрата його прибутковості і здатності до самоокупності та розвитку (для попередження даної загрози варто слідкувати за показниками рентабельності активів та рентабельності власного капіталу);

4) загроза старіння об'єктів основних засобів за рахунок «проїдання» амортизаційного фонду, що відстежується рівнем інвестування амортизації;

5) загроза нестійкого розвитку підприємства в результаті недотримання «золотого економічного правила»: Темп зростання прибутку > Темп зростання обсягу продажів > Темп зростання активів > 100%, контрольована за допомогою зіставлення взаємозв'язків зростання прибутку, виручки і активів;

6) загроза зростання боргів через уповільнення інкасації дебіторської заборгованості, яка контролюється за допомогою показника її оборотності;

7) загроза використання неефективною кредитної політики в частині дебіторсько-кредиторської заборгованості, коли наявні прострочені зобов'язання покупців призводять до збільшення боргів підприємства перед кредиторами (для попередження даної загрози варто слідкувати за співвідношенням оборотності кредиторської та дебіторської заборгованостей);

8) загроза неплатоспроможності підприємства, що контролюється коефіцієнтом поточної платоспроможності;

9) загроза скорочення прибутковості і ринкової вартості підприємства, яка відслідковується визначенням показника середньозваженої вартості капіталу в порівнянні з рентабельністю активів підприємства.

Таким чином, діагностика фінансової безпеки за допомогою зазначених показників дозволить підприємству заздалегідь уникнути появи негативних явищ (загроз) у процесі діяльності та забезпечить йому ефективне функціонування в сучасній економіці.

Список використаних джерел:

1. Блажевич О. Г. Финансовая безопасность предприятий: определение минимально необходимого уровня / О. Г. Блажевич // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2010. – № 3 (8). – С. 25-31.

2. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К.: Эльга, 2009. – 776 с.

Yurii Safonov, Doctor of Economic Sciences, professor
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
Viktoriia Borshch, PhD in Economics
Odessa National I. I. Mechnikov University

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS AN INVESTMENT AND INNOVATION TOOL FOR MEDICAL FACILITIES

In recent years the society began to recognize the necessity and the benefit of the close interaction between the private and public sectors, and healthcare is not an exception. We can see the notable examples, which are of great benefit to both parties – private and public.

Nowadays, public-private partnership (PPP) is one of the most promising models for financing successful healthcare innovations. By combining public interest with private-sector research and development, PPP can inject new life into stalled projects and delivered innovative solutions to numerous industries – especially healthcare.

World Bank Institute defines public-private partnership as «a long-term contract between a private party and a government agency, for providing a public asset or service, in which the private party bears significant risk and management responsibility».

If we research the category of «partnership», we can say, it is a joint ownership of a program or proposal by two or more parties to achieve a common goal. Thus, it is a higher level of collaboration.

Today governments spend increasing portions of their budgets on health care, since health spending is growing much faster than inflation. Exacerbated by the global recession and financial crisis, governments face frighteningly gaping deficits. Public health system is usually not able to provide significant investments to its

sustainable development, to deliver healthcare infrastructure, including buildings, large-technology systems, clinical services, and associated non-clinical maintenance and facility-managements services immediately, thus it needs to seek for the different finding sources, among which the private funds are.

PPP in health care is a specific strategy to achieve better community health. Also the policy aim of PPPs is to achieve higher efficiency by bundling investments, infrastructure and medical services delivery, drawing on a business experience and financial resources of private sector. Additionally, it helps public healthcare sector to receive unique resources and capabilities for innovative activities and improving quality of health services. General model of PPP in healthcare is presented in fig. 1.

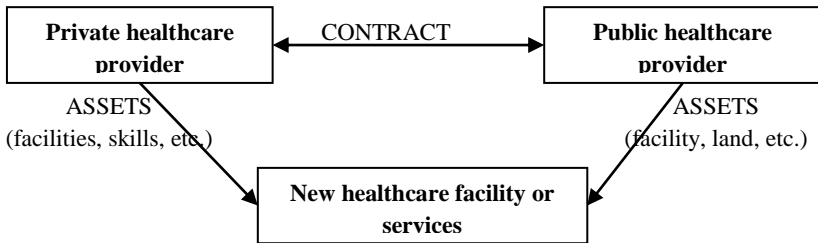


Figure 1. General model of PPP in healthcare

Literature review shows, that the potential benefits from the PPP in health care are: (1) freedom to allow public sector to concentrate on, for example, the provision of clinical services; (2) increased efficiency in project delivery realized by the private sector (Barlow et al., 2013); (3) solution for public-sector capital shortage; (4) value for money (VfM) consideration; (5) introduction of healthcare market efficiency; (6) risk transfer.

But nevertheless, we see that PPP can slow down the process and improvements because of (a) limited contractor capacity in comparison with project size; (b) high capital and transaction costs throughout the project life-cycle; (c) limited integration between clinical services model and infrastructure design and delivery; and (d) limited innovation in new-build healthcare PPPs; (e) limited competition due to a small number of contractors; (f) relationship

management problems; (g) inappropriate risk allocation. The main critic of PPP is that such partnerships are «essentially political symbols and political choices».

Thus, the main challenges of PPP in health care are the following: (a) cost containment; (b) effective use of private resources; (c) logical diversion of public resources; (d) synergy to reduce duplication; (e) resource mobilization.

One of the main instruments for PPP's regulation is risk management. The issue of risk management in PPPs attracts much attention; moreover the questions of risk allocation between partners are urgent. Among other types of risk, which can arise while PPPs, are dysfunctional effects of lengthy and expensive contracts negotiation periods, risk and benefit sharing between partnering organizations and across all PPP's network, quantification at the outset of inter-organizational relations and so on. Also the risk at the PPPs is related to a limited degree of market competition due to a small number of bidders and market entries barriers. Contracting parties could face barriers such as a lack of management and contract negotiation skills, high participation costs, high project values, project risks and demands on management time.

In view of foregoing, we can make a conclusion that private-public partnership can combine the strengths of private organizations, such as innovation, technical knowledge and skills, managerial efficiency and entrepreneurial spirit, and the role of public organizations, including social responsibility and justice, public accountability and local knowledge, to create an enabling environment for delivering high quality healthcare infrastructure and services for the society. Through this partnership public and private sectors can realize benefits such as creation of jobs, educational development, incentives for innovation and competition, and health infrastructure development.

Nowadays, in the modern Ukrainian realities public-private partnership is an efficient alternative to the traditional system – public provision, including outsourcing, performance agreements and management contracts, and privatization, including build-own-operate, divestiture by license, sale and private supply. Ukraine just needs to have a will to implement such worldwide experience and to follow the rules for building successful PPPs.

References:

1. Barlow, J., Roehrich, J. K. & Wright, S. (2013). Europe sees mixed results from public-private partnership for building and managing health care facilities and services. *Health Aff.* Vol. 32 (1). pp. 146-154.
2. Berdnikova, E. F. (2012). Innovative development of healthcare. *Herald of Kazan technological university.* pp. 300-305. Retrieved from : <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-zdravoohraneniya>
2. Dutko, N. G. (2016). European experience of state-private partnership. Retrieved from: academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10dngdpv.pdf
3. Engel, E., Fischer, R. & Galetovic, A. (2008). Public-private partnerships: when and how. Retrieved from: www.econ.uchile.cl/uploads/publicacion/c9b9ea69d84d4c93714c2d3b2d5982a5ca0a67d7.pdf

Т.П. Кальна-Дубінюк, д.е.н., професор,

І.П. Кудінова, к.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування

РОЛЬ ДОРАДНИЦТВА В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дорадництво – рушійна сила ринкової економіки. Сьогодні не можливо бути конкурентоспроможним на ринку не впроваджуючи нові технології. Дорадництво шляхом інформаційно-консультаційної діяльності, сприяє поширенню інновацій в бізнесі для розвитку малого і середнього підприємництва, покращення екології навколишнього середовища, розвитку соціальної сфери, агротуризму, програм для дітей та молоді тощо [1].

Останні роки в Україні активно проводяться реформи, в тому числі, в аграрному секторі. Аграрна реформа в нашій державі передбачає комплексну перебудову та техніко-технологічне переоснащення агропромислового виробництва, розвиток різних організаційно-правових форм господарювання, заснованих на принципах економічної самостійності та приватної власності. Все необхіднішою стає заміна існуючих технологій на екологічно чисті, що гарантують виживання людства та збереження біосфери. Таким чином, очевидно є необхідність поглибленого наукового розгляду вищевказаних процесів з метою локалізації існуючих проблем, а також застосування інформаційно-консультаційних технологій для розробки

науково-обґрунтованих рекомендацій щодо їх вирішення.

Особливого значення набувають інформаційно-консультаційні технології на аграрному ринку, які в спромозі раціонально, ефективно та оперативно донести до сільгоспвиробника нову інформацію, актуальні прогнози та рекомендації. Отже, сільськогосподарська інформаційно-консультаційна діяльність, що поєднує науку і освіту з виробництвом, є необхідною складовою розвитку агровиробництва України [2].

Дорадництво передбачає надання оптимальних рекомендацій, формування яких потребує новітніх технологій. Актуальним стає застосування системного підходу та сучасного економіко-математичного апарату й програмного забезпечення для розробки консультантами необхідних задач.

Питанням розвитку інформаційно-консультаційної діяльності присвячені наукові праці відомих закордонних і вітчизняних вчених – Ван Ден Бена, Стенлі Джонсона, В.М. Кошелева, П.Т. Саблука, М.Ф. Кропивка Т.П. та інших, що наголошують на застосуванні системного підходу до формування інформаційно-консультаційних рекомендацій.

На сучасному етапі розвитку аграрного сектору економіки, особливе місце належить професійним інформаційно-консультаційним формуванням – дорадчим службам, які діють у відповідності до Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» і за підтримки держави надають кваліфіковані консультаційні послуги. Досвід країн ЄС свідчить про ключову роль держави у розвитку дорадництва: держава має не тільки дбати про формальні інститути, зокрема законодавство, а й гарантувати імплементацію правових норм.

В Україні, починаючи з 2018 р., відновилося фінансування дорадчої діяльності – Постанова КМУ від 7 лютого 2018 р. № 106 де указано, що часткова компенсація витрат надається сільськогосподарським дорадчим службам для надання дорадчих послуг за напрямками: агрономія, ветеринарія, зоотехнія, бухгалтерський облік, маркетинг, юридичні консультації (у розмірі 90 % вартості, але не більше ніж 10000 грн). Компенсація виплачується сільськогосподарським дорадчим службам за дорадчі послуги, надані фермерському

господарству, у власності та/або користуванні якого перебуває не більше ніж 500 гектарів земель сільськогосподарського призначення, що має чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній рік до 15 000 000 гривень, сільськогосподарському обслуговуючому кооперативу, до складу якого входить не менше ніж 20 членів, серед яких має бути не менше ніж одне фермерське господарство, а інші - фізичні особи, у власності та користуванні кожної з яких перебуває не більше ніж 100 гектарів земель сільськогосподарського призначення.

Надання дорадчих послуг здійснюється відповідно до договору та оформлюється актом про надання дорадчих послуг.

Для укладання договору про надання дорадчих послуг замовник надає одержувачу підтвердні документи: копію статуту фермерського господарства (для юридичної особи), або копію договору про створення сімейного фермерського господарства (для фермерських господарств, що створені без набуття статусу юридичної особи відповідно до статті 8 Закону України «Про фермерське господарство»), або копію статуту сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу; документи, що підтверджують право власності та/або користування земельною ділянкою (стосовно сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу – для кожного члена кооперативу); копію фінансового документа, що підтверджує наявність чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній рік (для фермерського господарства). Відповідальним за надання недостовірних відомостей є замовник. У разі надання недостовірної інформації замовник сплачує вартість наданих дорадчих послуг у повному обсязі і позбавляється протягом трьох років від дати виявлення такого порушення права на отримання фінансової підтримки.

Для отримання компенсації дорадник (дорадча служба) обирає один із державних банків, що підписав із Мінагрополітики Меморандум про загальні засади співробітництва, і протягом бюджетного року подає йому до 1 листопада заявку для отримання часткової компенсації витрат, пов'язаних з наданням дорадчих послуг, форму якої

затверджено наказом Міністерства аграрної політики та продовольства від 20 березня 2018 року № 149, та копії підтвердних документів: сертифікат на право надання дорадчих послуг; договору про надання дорадчих послуг; акта про надання дорадчих послуг; документа, що підтверджує отримання сплати замовником різниці між вартістю наданих дорадчих послуг і компенсацією.

Кожен із державних банків формує реєстр одержувачів часткової компенсації витрат, пов'язаних з наданням дорадчих послуг, форму якого затверджено наказом Міністерства аграрної політики та продовольства від 20 березня 2018 року № 149, де зазначає інформацію щодо рахунку державного банку, на який спрямовуються бюджетні кошти для виплати компенсації, і щомісяця до 10 числа подає його до Мінагрополітики у паперовому вигляді та на електронних носіях.

Мінагрополітики на підставі наданих державними банками Реєстрів у межах обсягу відкритих бюджетних асигнувань щомісяця до 25 числа перераховує бюджетні кошти державному банку.

Державний банк протягом трьох банківських днів з дати отримання коштів від Мінагрополітики перераховує їх на поточні рахунки одержувачів згідно з сумами, зазначеними у Реєстрі, та протягом двох робочих днів інформує Мінагрополітики про перерахування коштів.

Інформація про перерахування коштів на виплату компенсації протягом трьох робочих днів розміщується на офіційному веб-сайті Мінагрополітики.

У разі встановлення контролюючими органами фактів порушення вимог цього Порядку одержувач повертає отримані бюджетні кошти.

Сьогодні основними напрямками розвитку дорадництва в Україні є: реалізація норм Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність»; реалізація рішень про створення державної системи дорадництв; підготовка кадрів для сільськогосподарського дорадництва; зміцнення матеріальної бази сільськогосподарських дорадчих служб; розвиток системи дорадництва поза межами сільського господарства; участь дорадчих служб у міжнародних

організаціях; забезпечення захисту прав та інтересів споживачів дорадчих послуг; стимулювання розвитку комерційного дорадництва; організацію дорадництва у місцевих органах влади та в об'єднаних територіальних громадах (ОТГ); установи аграрної науки та освіти та дорадництво; професійне саморегулювання у дорадництві; формування коаліцій та партнерства зацікавлених у дорадництві сторін.

У 2019 році буде продовжуватись фінансування дорадчої діяльності в Україні за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від ЄС у рамках виконання Угоди про фінансування Програми підтримки секторальної політики – Підтримка регіональної політики України. Постановою Кабінету Міністрів України від 7 жовтня 2015 р. № 821 схвалено п'ять програм регіонального розвитку: «Інвестиційна економіка та інновації»; «Сільський розвиток»; «Розвиток людського потенціалу»; «Розвиток туризму» та «Загальноукраїнська солідарність» які є основними на сьогодні.

Отже, роль дорадництва у сучасному розвитку українського підприємства є безперечною.

Список використаних джерел:

1. Кальна-Дубінюк Т. П. Перспективи розвитку підприємництва на селі та роль консалтинга в цьому / Т. П. Кальна-Дубінюк // Формування ринкових відносин. – 2014. – № 2.

2. Кальна-Дубінюк Т. П. Сучасні інформаційно-консультаційні технології в дорадництві / Т. П. Кальна-Дубінюк, К. Г. Рогоза, В. В. Самсонова, І. П. Кудінова, М. В. Бесчастна, М. М. Гнідан, Ю. В. Дубінюк, С. І. Данилюк, О. І. Бас // Монографія. – Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2017. – 216 с.

І. О. Крюкова, д. е. н., доцент

Одеський державний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Сільські території традиційно займали особливе місце у формуванні демографічного, соціально-економічного, ресурсно-виробничого і екологічного потенціалу України. Винятковою є роль аграрного сектору та сільських територій у вирішенні проблеми забезпечення продовольчої безпеки країни та

нарощуванні експортного потенціалу. Вказані фактори створюють всі передумови до сприйняття аграрного сектору національної економіки та сільських територій як головного стратегічного пріоритету державної політики розвитку національного господарства. Разом з тим, внаслідок дії сукупності ризиків і загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, сьогодні актуальним постає питання забезпечення належного рівня соціально-економічної безпеки сільських територій та управління їх розвитком [1].

В науковій економічній літературі категорії «економічна» та «соціальна» безпека одержали досить широке визначення. Існують методичні підходи, згідно до яких соціальна безпека досліджується в контексті архітектурної декомпозиції економічної безпеки на різних рівнях господарського управління [2]. Більшість науковців цієї категорії характеризують через призму соціально-економічного розвитку сільських територій [1, 3].

Зміст категорії «соціально-економічна безпека» відносно до сільських територій можна трактувати як здатність конкретної аграрної території створювати умови для забезпечення сталого економічного розвитку та спроможність ефективно протидіяти фактичним та потенційним ризикам зниження рівня якості життя сільського населення.

Основними ризиками, які становлять загрозу соціально-економічній безпеці сільських територій в сучасних умовах, є: 1) низький рівень якості життя та соціальної захищеності населення сільських територій; 2) загрозливі тенденції посилення міграційних процесів, зокрема, молоді; 3) традиційно найнижчий рівень оплати праці серед всіх видів економічної діяльності; 4) незавершеність аграрної реформи, зокрема, невирішеність питання формування прозорого ринку земельного капіталу; 5) відсутність механізмів раціонального землекористування та екологічної захищеності земель сільськогосподарського призначення; 6) низький рівень інноваційної активності та соціальної відповідальності бізнес-суб'єктів сільських територій; 7) скорочення обсягів фінансового забезпечення програм державної підтримки аграрного бізнесу та розвитку сільських територій; 8) низька

ступінь диверсифікації національної аграрної економіки.

Склад основних елементів соціально-економічної безпеки сільських територій слід виділити в розрізі двох її основних площин: соціальної та економічної (рис. 1).

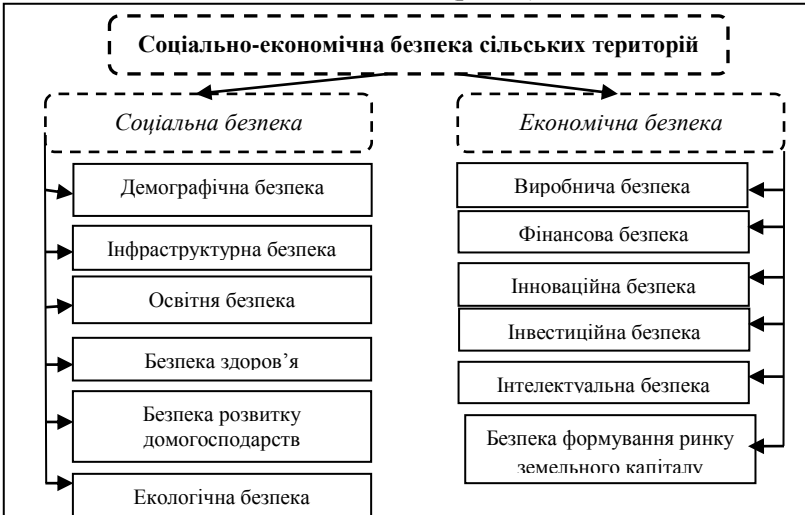


Рис. 1. Складові соціально-економічної безпеки сільських територій

Механізм управління соціально-економічною безпекою сільських територій має формуватись з урахуванням принципу системності та включати: 1) підсистему забезпечення управління (ресурсного, інформаційно-технічного, нормативно-методичного, обліково-аналітичного тощо); 2) підсистему планування (обсягів і напрямів фінансових потоків, системи заходів забезпечення соціально-економічної безпеки, розробка стратегій, проектів і завдань підвищення рівня соціально-економічної безпеки сільських територій); 3) підсистему управління соціально-економічною безпекою (діагностика рівня соціально-економічної безпеки, обґрунтування та використання форм і методів впливу на об'єкти безпеки); 4) підсистему мотивації і контролінгу (оцінка результатів нейтралізації ризиків і загроз, корегування дій, підвищення фактичного рівня безпеки сільських територій).

Система управління забезпеченням соціально-економічної

безпеки сільських територій має стати пріоритетом сучасного аграрного менеджменту, ґрунтуватись на об'єктивних принципах, які постають домінуючими при обґрунтуванні стратегії розвитку сільського господарства України, враховувати специфічні особливості галузей і територій та відповідати сучасним реаліям господарської практики. Головне завдання управління соціально-економічною безпекою сільських територій – забезпечення продовольчої безпеки країни, підвищення рівня конкурентоспроможності аграрного національного сектору рівня якості життя населення сільських територій України.

Список використаних джерел:

1. Антошкін В.К. Управління соціально-економічною безпекою суб'єктів аграрного бізнесу: механізми та інструменти: монографія. Харків: ХНТУСГ, 2018. 356с.
2. Павлов О.І. Сільські території України: функціонально-управлінська модель: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 215с.
3. Шабінський О.В. Управління економічною безпекою аграрних підприємств: теорія, методологія, практика монографія. Харків: ХНТУСГ, 2015. 385с.

П.П. Микитюк, д.е.н., професор

Тернопільський національний економічний університет

МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

Виділяють прямі та непрямі методи державного стимулювання інноваційної діяльності за кордоном. Прямі методи застосовують переважно в адміністративно-відомчій і програмно-цільовій формах, наприклад, використання загальних систем субсидування пільгового оподаткування НДДКР, розвиток венчурного капіталу й фондових ринків. У країнах Західної Європи, на відміну від США, набули великого поширення низьковідсоткові позики як засіб стимулювання ІД у промисловості. Лібералізація фінансових ринків у 1990-х рр. дала змогу залучити нетрадиційні джерела фінансування: інституційні (пенсійні фонди) та приватні (інвестори), в результаті чого значно зріс обсяг венчурного фінансування.

Непрямі методи застосовуються через сферу освіти,

підготовки професійних кадрів і формування управлінських консультативних служб за допомогою підвищення мобільності робочої сили та створення науково-технічної інфраструктури.

У світовій практиці використовуються такі види податкових пільг, які допомагають стимулювати інноваційну діяльність:

1. Надання дослідницького й інноваційного податкового кредиту (відтермінування податкових платежів).

2. Зменшення податку на приріст інноваційних витрат.

3. Надання «податкових канікул» протягом кількох років на прибуток, отриманий від реалізації інноваційних проектів.

4. Надання податкових знижок як доповнення до амортизаційних відрахувань у вигляді звільнення від оподаткування частини прибутку, що реінвестується в технологічне устаткування.

5. Формування податкових зон з особливим пільговим режимом у межах технопарків, технополісів і науково-промислових зон.

6. Створення інноваційних та наукових фондів, сформованих за рахунок відрахування з фонду заробітної плати і прибутку компаній, які звільняються від податку на прибуток.

7. Надання пільг залежно від пріоритетності реалізовуваних проектів.

8. Надання податкових пільги для приватних підприємств, які сприяють реалізації державних науково-технічних інноваційних програм.

9. Звільнення від податку на прибуток підприємств у сфері новітніх галузей промисловості (2-3 роки з моменту їхнього створення).

10. Пільгове оподаткування дивідендів юридичних та фізичних осіб, отриманих за акціями інноваційних організацій.

11. Зниження ставок податку на прибуток, спрямованих на замовні й сумісні НДДКР.

12. Надання пільг залежно від пріоритетності проекту.

13. Пільгове оподаткування прибутку, отримане в результаті використання патентів, ліцензій та інших нематеріальних активів, які входять до складу інтелектуальної власності.

14. Зменшення оподаткованого прибутку на суму вартості приладів і обладнання, які передаються ВНЗ, НДІ й іншим

інноваційним організаціям.

15. Відрахування з оподаткованого прибутку внесків до благодійних фондів, діяльність яких пов'язана з фінансуванням інновацій.

16. Зарахування частини прибутку інноваційної організації на спеціальні рахунки з подальшим пільговим оподаткуванням у разі використання на інноваційні цілі та ін. [1].

Відповідно до проведених досліджень, застосовані у США, Канаді й Австралії податкові заходи дали стимулюючий ефект, у результаті дій якого підприємства відреагували на зменшення ціни НДДКР збільшенням витрат на них [2].

У розвинених країнах велика частина фундаментальних наукових досліджень фінансується через державні або приватні підприємства.

Останнім часом в розвинених країнах стали широко використовуватися такі методи: нормативні обмежувачі, визначення термінів експлуатації обладнання і технологій, які можуть встановлюватися не тільки для виробників, а й для споживачів. Ці методи прийнято вважати частиною амортизаційної політики.

У Великобританії, Німеччині, Італії, Канаді, США та Японії підприємства, діяльність яких дає прибуток, мають право не сплачувати податок зі 100% витрат на НДДКР, в Австрії – зі 105%, в Австралії й Данії – зі 125% (за даними Організації економічного співробітництва і розвитку). В розвинених зарубіжних країнах набув поширення готівковий кредит, за допомогою якого підприємствам зменшується вже нарахований податок на прибуток на суму, що становить певний відсоток витрат на НДДКР. У середньому сума цієї пільги становить 20% від суми приросту витрат на НДДКР у США, Японії й Канаді та служить істотним джерелом збільшення прибутку підприємств.

У багатьох країнах регіональні органи влади велику роль у створенні й підтримці технопаркових структур (технополісів, парків, інноваційних центрів, інкубаторів тощо). Досвід Німеччини, Австрії та Швейцарії показує, що уряд штатів (земель) фінансує розвиток інфраструктури технопарків і субсидує відповідні проекти. Технопарки функціонують у загальному полі зонтичних структур – бізнес-інкубаторів,

інноваційних центрів, інжиніринг-центрів та ін. і обслуговують підприємств, вчених, розробників, інженерів з метою забезпечення швидкого й прямого впровадження розробок та бізнес-планів. Специфічною рисою технопарків є здійснення наукових, конструкторських і технологічних розробок, пов'язаних з високими технологіями. Технопаркові структури фінансуються по-різному: повністю за рахунок державних коштів (наприклад, у Бельгії так діє «Лоувейн-ла-Ньюве»), або за рахунок змішаних джерел. В європейських країнах переважає дотаційна підтримка технопарків, а у США – комерційна підтримка, що передбачає відтермінування платежів з відсотками на 2-3 роки за надані послуги з ризиком їхнього неотримання.

Один з найважливіших механізмів функціонування національних інноваційних систем у розвинених країнах – венчурне (ризикове) фінансування, основна особливість якого полягає у скороченні до мінімальних термінів розгляду питання фінансування та впровадження проектів. Від отримання технічної пропозиції до початку фінансування в середньому минає не більше 2 місяці (для експертної оцінки, аналізу всіх факторів і складання прогнозу щодо перспективності ідеї).

Як правило, 98% із загального числа запитів малих наукомістких підприємств та індивідуальних винахідників відкидають інвестори венчурного капіталу, якими можуть бути банки, пенсійні, приватні, громадські венчурні фонди, інвестиційні й страхові компанії, особисті збереження населення і кошти великих корпорацій. Від успішності функціонування венчурного механізму багато в чому залежить швидкість комерціалізації нових перспективних наукових ідей та технологічних розробок, а отже – конкурентоспроможність національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Микитюк П. П. Аналіз ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств: теорія і практика : дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Петро Петрович Микитюк. – Тернопіль, 2011. – 547 с.
2. Микитюк П. П. Аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств : моногр. / П. П. Микитюк. – Тернопіль : ТзОВ «Терно-граф», 2009. – 304 с.

Andrii Mykhailov, Dr. in Economics, Professor
Sumy National Agrarian University,
Li Ting Ting, master student
Sumy National Agrarian University
Henan Institute of Science and Technology, Henan, China

RESEARCH ON PROBLEMS AND COUNTERMEASURES OF CHINESE ENTERPRISES' FOREIGN INVESTMENT MANAGEMENT

Under the conditions of global market economy, enterprises can also expand their own business operations by participating in or controlling the business operations of other countries, in order to achieve obtaining investment benefits. However, there are many unavoidable problems in investment management, which seriously affect the quality and effectiveness of investment and cause many unnecessary losses. The article analyzes the issues related to the foreign investment management of Chinese enterprises in depth, and puts forward corresponding suggestions for the problems of enterprise management in the process of Chinese enterprises' foreign investment [1].

1. Problems in the management of Chinese enterprises' foreign investment

1.1 Investment research is not sufficient and the investment direction is unreasonable. Objective and sufficient investigation and research to determine a reasonable investment direction is an important prerequisite for realizing the purpose of investment. Unreasonable or even unclear investment directions are common problems in corporate foreign investment. Many companies do not conduct research or research at all, they are based on the subjective judgment of policy makers, and they do not have a sound investment policy and investment management system. It will create a huge loss of hidden dangers for enterprises.

1.2 The decision-making process is not standardized. The decision-making process of an enterprise is a serious economic decision-making behavior. Only by ensuring the normativeness of its process can the scientific and democratic decision-making be realized, thus effectively preventing mistakes in decision-making.

However, many business operators still advocate the idea of dictatorship, and circumvent the prescribed procedures and necessary supervision in enterprise management to conduct self-determination.

1.3 The investment benefits are not satisfactory. Whether the success of a company's foreign investment is important or not is whether it has realized the expected investment income. Whether the investor's rights and interests are their own net assets has increased or not, and whether they have played an active role in the overall development of the company. However, in many cases, because the enterprise is not accurate in grasping the market environment and its own capabilities, and does not form its own market survival and competitiveness, it will make the investment income of the enterprise unsatisfactory. The lack of scientific expansion will also lead to the loss of income.

2. To propose the following suggestions for the problems existing in China's foreign investment management

2.1 Develop a foreign investment strategy that is suitable for the company. In the face of the global market environment, foreign investment operations are more challenging than local own operations. If Chinese enterprises want to succeed in the global economic environment, they must not only do a good job in corporate management, but also do a good job in capital operation. The investment strategy should be adapted to the characteristics of the company and conform to the national industrial policy and relevant regulations. The scale of investment must be in line with the control scope of the enterprise, including capital capability, management control capability, and risk solvency.

2.2 Scientific and democratic made investment decisions. Management is the decision-making, the quality of decision-making comes directly to the effect of investment, and successful decision-making comes from the scientific, democratic and compliance procedures of decision-making. The enterprise investment department shall strengthen its functions, fully evaluate and grasp the income and risks of investment projects, and propose alternatives; decision makers should make serious and cautious decision-making, and listen to experts and the opinions of the majority of employees in the decision-making process[2].

2.3 Improve investment quality and efficiency. As the main body

of decision-making and implementation of foreign investment, enterprises are the key to China's optimization of foreign investment structure and improvement of investment quality. Chinese enterprises "going out" should pay more attention to the adjustment of investment structure, climb to the upstream of the global value chain, and improve the quality and level of "going out". On the one hand, Chinese enterprises should learn from developed countries and enhance their investment capabilities; on the other hand, they should cooperate with developed countries to develop third-party markets and achieve mutual benefits and win-win results [3].

With the sustained and rapid economic growth, the Chinese economy has become an important engine of the world, providing a very good opportunity for Chinese enterprises to invest abroad. Chinese enterprises should make full use of their development advantages and adaptability to foreign investment, effectively integrate production factors. The integration of resources in a broad space enhances our competitive advantage and more actively participates in the competition in the international market [3].

Reference

1. Zhang Yingjie, Countermeasures and Suggestions for Strengthening Foreign Investment Management, China Collective Economy, No. 19, 2015 <https://wenku.baidu.com/view/e94a1f4f580102020740be1e650e52ea5518cea7.html>

2. Zheng Shaozu, problems in the management of foreign investment of state-owned enterprises and suggestions for improvement, 2011-03-11 <https://wenku.baidu.com/view/60c3534669eae009581becd4.html?from=search>

3. Wang Huiyao, improving the quality and efficiency of China's foreign investment, 2018-11-11 <https://wenku.baidu.com/view/97472cf9cd22bcd126fff705cc17552706225e72.html?from=search>

Л.І. Михайлова, д.е.н., професор,
Т.М. Вітюк, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Сумський національний аграрний університет

ГАЛУЗЕВІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В МЕДИЧНИХ УСТАНОВАХ

Вітчизняна медична галузь переживає нелегкий перебіг трансформацій, що супроводжується кардинальними змінами виконання практично всіх функцій системи охорони здоров'я. Визначальним чинником успішного проведення окремих

складових реформування медичної галузі є запровадження дієвого механізму управління цією системою, забезпечення її відповідними ресурсами, фінансування та надання вироблених цією системою послуг.

Загальновідомо, що існуюча вітчизняна система охорони здоров'я побудована на основі моделі управління, яка відома у світі як модель Семашка. Відповідно до цього, більшість медичних установ є бюджетними, що знаходяться у власності держави або територіальних громад. За таких умов кошториси цих закладів затверджуються тими ж органами влади, в підпорядкуванні та власності яких вони функціонують. Таке становище певним чином створює конфлікт інтересу саме для розпорядника коштів, органу влади. З одного боку, він виступає замовником медичної послуги (від імені громади), а з іншого – виробник, надавач цієї послуги. Така інсинуація провокує суперечливість інтересів суб'єктів господарювання в медичній галузі, оскільки закладам охорони здоров'я не завжди вигідно надавати саме ті послуги, саме такої якості і саме таким чином, як це потрібно або зручно пацієнту. За таких умов і владні органи (державна, місцева влада) не зацікавлені ні фінансово, ні інституційно діяти виключно в інтересах громади, а не в інтересах конкретних постачальників послуг – медичних установ [1]. Проте розв'язання цих проблем можливе за умови вдосконалення системи менеджменту та адміністрування як в медичних установах, так і в галузі охорони здоров'я в цілому.

Спробуємо на прикладі діяльності окремого медичного закладу оцінити передумови ефективного управління в умовах реформування медичної галузі. Сумський обласний спеціалізований диспансер радіаційного захисту населення (далі СОСДРЗН) є спеціалізованим медичним лікувально – профілактичним закладом, призначеним для обстеження, лікування, соціально-психологічної реабілітації осіб, постраждалих внаслідок чорнобильської катастрофи, що створений у 1991 році на базі Сумської обласної лікарні № 2. Організація такого спеціалізованого лікувального закладу була викликана низкою передумов: по-перше, погіршенням стану здоров'я постраждалих внаслідок ліквідації аварії, що до 1990 р. стало очевидним фактором; по-друге, через відсутність в області

спеціалізованого центру, спроможного не тільки аналізувати стан здоров'я потерпілих внаслідок аварії на ЧАЕС, але й мати фахівців, спеціально підготовлених з питань радіаційної медицини.

Слід вказати і на те, що на момент загострення вищезгаданої проблеми обласна лікарня, на базі якої в той час перебували під медичним наглядом чорнобильці, була неспроможна в повній мірі виконувати цю функцію. Таким чином, СОСДРЗН став опікуватися обслуговуванням тільки дорослого населення, що проживає на території Сумської області та в м. Суми, надаючи консультативну та лікувально – діагностичну допомогу постраждалим внаслідок аварії на ЧАЕС. Обслуговування дітей здійснює спеціалізоване відділення, що створене на базі обласної дитячої лікарні.

Об'єкт дослідження має дієву систему управління, що забезпечує диспансеру станом на 01.01.18 р обслуговувати 10251 осіб., що потерпіли внаслідок аварії на ЧАЕС, та які мешкають на території області. Диспансер також надає допомогу ветеранам війни та іншим категоріям населення. Всього по місту Суми на обліку в диспансері знаходиться 3291 осіб, з яких потерпілих внаслідок аварії на ЧАЕС – 2209 осіб, що становить 67,1 % від прикріпленого контингенту. В складі диспансеру функціонує поліклінічне відділення на 90 відвідувань за зміну з денним стаціонаром на 10 ліжок та стаціонар на 150 ліжок. Амбулаторний прийом ведеться за 21 спеціальністю [2].

Організаційна структура медичного закладу є чітко вибудованою, а також відповідною структурі управління. Організаційна структура, окрім поліклініки, включає чотири основних лікувальних відділення (терапевтичне, неврологічне, хірургічне та кардіологічне); допоміжні відділення (клініко – біохімічна лабораторія, відділення: променевої діагностики, фізіотерапевтичне, функціональної діагностики) та обслуговуючі підрозділи. Слід зазначити, що клініко – діагностичні відділення укомплектовані сучасним лікувальним та діагностичним обладнанням, фахівцями відповідного профілю, що дозволяє проводити обстеження, діагностику та лікування хворих на сучасному рівні.

Практика свідчить, що система управління, яка склалася в КЗ СОСДРЗН, забезпечує лікувальному закладу упродовж тривалого часу перебувати в статусі одного із кращих серед лікувальних закладів України такого профілю.

Основними передумовами, що забезпечують ефективне управління та адміністрування в медичному закладі КЗ СОСДРЗН, є, насамперед, наступні: відповідність структури управління організаційному устрою; чітке розмежування функцій управління разом з делегуванням повноважень; застосування сукупності методів та сучасних технологій управління разом з інформаційним забезпеченням прийняття рішень; інтегрований стиль управління головного лікаря разом з індивідуальним підходом до кожної особистості, суворе управлінська дисципліна разом із сприятливим соціально-психологічним кліматом, спрямованим на забезпечення потреб пацієнтів, що в сукупності забезпечують досягнення мети - поліпшення якості надання медичної допомоги населенню.

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 листопада 2016 р. № 1013-р. Електронний ресурс. Режим доступу: www.kmu.gov.ua/ua/npas/249626689
2. Сумський обласний спеціалізований диспансер радіаційного захисту населення. <http://www.sosdrzn.esy.es/index.php/pro-dispanser>

S. Plotnytska, Doctor of Economics, Associate Professor
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

INTERNATIONAL BRANDING STRATEGIES

In globalization world, the Ukrainian alcohol companies' interest in promoting their brands to world markets have been increased considerably [1]. It was facilitated by a wide range of different factors. The markets are becoming more similar, because of the global communications development and the activities of multinational corporations (MNCs) [2]. Some researchers insist that all markets, without exception, have the same segments and consumer loyalty to international brands is increasing [3]. But despite of business globalization Jean-Noel Kapfere (2012) noted

that national features has not disappeared anywhere and continues to keep in many product segments [4].

The purpose of our research is to analyze international branding strategies of Ukrainian alcoholic beverages companies.

In general, a competent choice of international branding policy allows to predict the development of international brands of alcoholic beverages companies in the long term, accelerates the entry of goods into new foreign markets, helps to minimize the time and costs of promotion. Properly built international brand strategy gives the opportunity to clearly and transparently formulate the concept and offer of the product, which, in turn, helps to choose the best brand management system in each foreign (country) market.

The key task of managing an international brand should be increasing its capitalization. An international brand equity can be influenced by factors such as the emergence of major new goods; changes in the top management of companies; activities of competitors; problems with antitrust laws etc.

However, choosing the optimal strategy for international branding may set some difficulties, since there is no standard scientific and methodological tools for evaluating the strategy effectiveness.

In accordance with the standardization criteria, we have identified the following strategies for international branding:

- applying a global standard, that imply to create a single global brand; this strategy in some forms has been successfully used by well-known MNCs, such as Coca-Cola and McDonald's;
- applying a partial standardization; in this case the basic values and the visual appearance of the brand remain unchanged, however, companies retain the ability to change some elements of the international brand in order to take into account the features of particular country or particular consumer behavior;
- adaptation strategy that is most suitable for product categories with developed local traditions. This type of international branding implies an optimal adaptation of global plans to each region and their implementation, taking into account local peculiarities.

As our research shows that alcoholic beverages preferences of foreign consumers, particularly the Eastern Europeans ones, are not very different from the preferences of the Ukrainian consumers, the

rejection of the product adaptation can significantly reduce the costs of companies and thus facilitate the process of internationalization of the brand. So for Ukrainian alcoholic beverages companies it be recommended to adopt common global trends and focus on them.

However, it should be noted that creating an international brand is associated with a range of restrictions. Firstly, the local programs may be more effective than adapting and importing their global options [3]. Secondly, some companies could not find the optimal strategy to support an international brand, due to lack of human resources, creativity, information and etc. We also believe that the return of the international brand will be low in the following cases: when there are serious gap in market shares; there is a different brand image; strong market leaders with a similar identity; deep differentiation of consumer motivation; differentiation of consumer response to symbolism and advertising; wrong vector of international branding strategy.

Our research have also showed that the market of brands in Ukraine is actively being formed, the majority of domestic brands are still quite young (the most famous of them is not even twenty years old). Under these conditions, it should be recommended to analyze the supporting brand strategy because supporting some well-known brand provides the offer with trust and content.

Results showed that for the effective functioning of communication at the international level and the creation of an international brand, a manufacturing company must take into account both the local characteristics of various countries and global changes occurring in the global market. Only by finding the optimal balance of all elements, they will be able create an effective program to promote an international brand.

This research contributes to the existing knowledge about international branding strategies. We provide the brand managers of Ukrainian alcoholic beverages companies the information that the best way to become successful in our current situation is to develop the international brand using special branding strategies with take into consideration the discussed above restricts.

References:

1.Moroz, O.V. (2014), Potential and prospects of branding in the domestic competitive environment / O. V. Moroz, S.S. Volovdyuk // Business Inform. –N12. -

Kharkiv. –P. 479-484.

2. Geoffrey, J. (2014), Firms and Global Capitalism, in Larry Neal and Jeffrey G. Williamson, eds, *The Cambridge History of Capitalism*, vol 2 Cambridge: Cambridge University Press: 169-200.

3. Zak, S. (2012), *International Marketing: Theory, Practices and New Trends*. Prague economic papers, 2, 251-254.

4. Kapferer, J. N. (2012), *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking* / J.-K. Kapferer –London: Kogan Page.

Olena Slavkova, Dr. in Economics, Professor
Sumy National Agrarian University,
Qiu Hongzhou, Zhang Rui, PhD student's
Sumy National Agrarian University,
Henan Institute of Science and Technology, Henan, China

THE ROLE OF LOGISTICS MANAGEMENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

Modern logistics is the source for enterprises to reduce production costs, improve core competitiveness and increase economic benefits. If an enterprise wants to be invincible in the market competition, it should focus on the cultivation and development of core competitiveness, make scientific planning for the logistics system of the whole process of production, optimize the allocation of enterprise resources, ensure the systematization and rationality of enterprise logistics, and keep the enterprise's agile response ability. At present, both the government and enterprises have realized the importance of strengthening logistics management to improve the economic benefits of enterprises. Local governments, relevant departments and industries have successively carried out urban logistics planning, enterprise logistics management pilot work, and logistics is considered as a new economic growth point [1].

1. Current logistics operation status of agricultural enterprises in China

(1) From a macro perspective, the development of modern agricultural logistics industry in China is still in its infancy. Lack of adequate understanding and attention to the role and status of logistics in economic development and enterprises; Logistics

standardization and standardization construction, discipline construction seriously lags behind; The construction of laws and regulations of logistics is relatively backward; Affected by the planned economic system for a long time, there is no overall planning for infrastructure construction and information network construction to support the development of logistics, and no unified and open logistics market has been formed. The coordination mechanism of the logistics industry is in a decentralized state. In recent years, although some logistics associations or similar industry organizations have been established in the circulation field of China, the effect is not good. As the industry management is decentralized and weak, the rapid and healthy development of China's logistics industry is affected to a large extent [2].

(2) From the micro environment, the logistics management and operation of agricultural enterprises is not optimistic. At present, the logistics activities of most agricultural enterprises in China are mainly undertaken by the enterprises themselves, resulting in the dispersion of logistics resources, shortage of funds, overstock of products, large occupation of inventory funds, low utilization rate of equipment and low level of production management. Due to the cross-function and cross-department setup of logistics activities, and the independent operation of each department, the lack of accounting of logistics costs and logistics financial analysis, the operation efficiency of the whole system is very low. Secondly, the internal information system of enterprises is not perfect, the information transmission tools between enterprises are backward, and logistics is difficult to be unimpeded. At the same time, some domestic enterprises with certain competitiveness, regardless of the enterprise logistics management ability, do not hesitate to spend a huge sum of money in the establishment of their own logistics subsidiaries in China, not to the logistics by a third party with comparative advantages, only rely on their own strength and extensive logistics operation to participate in domestic and international competition [1].

2. Significance of strengthening logistics management in agricultural enterprises

Modern logistics refers to the comprehensive logistics activity mode formed by integrating the whole procurement, transportation,

packaging, loading and unloading, handling, warehousing, circulation processing, distribution, logistics information processing and other functions on the basis of modern information technology. Through integrated management, procurement, transportation, warehousing, distribution and other services are arranged as a whole, and unified control of the supply chain is realized through the integration of organizational Settings. therefore, strengthening logistics management and planning and reconstruction of logistics system in agricultural enterprises are of great significance to strengthening enterprise competitiveness and improving economic benefits [3].

(1)Agricultural enterprises can reduce inventory overstock, reduce total cost and increase profits by strengthening logistics management and reengineering logistics system.

(2)Agricultural enterprises should strengthen modern logistics management, so as to achieve no profit and effectively improve competitiveness without occupying working capital.

(3)Agricultural enterprises can effectively reduce operational risks by strengthening modern logistics management [4].

In theory, the establishment of agricultural logistics system is mainly reflected in the establishment of logistics industry in rural areas. Due to the large land area of our country, the relationship between economic development and logistics becomes closer, and logistics industry becomes more important in our country. By establishing the logistics system suitable for the rural economy and agricultural production in China, or reorganizing the resources of the independent logistics enterprises existing in China's rural areas, the development of agriculture-supporting enterprises will be promoted to a large extent.

References:

1. Wei Jigang, Zheng Zhijun: fundamentals of enterprise logistics management [M], Haitian publishing house, 2004.

2. Cai shuqin: logistics information system [M], China materials publishing house, 2003.

3. S. Kot and B. Ślusarczyk, "Aspects of Logistics in Biomass Supply for Energy Production", Applied Mechanics and Materials, Vol. 309, pp. 206-212, 2013

4. Bowersox D.J., Closs D.J. Cooper M.B.: Supply Chain Logistics Management. McGraw. Hill/Irwin, 2nd ed., New York 2007.

Д.В. Солоха, д.е.н., професор
Донецький державний університет управління,
О.В. Белякова, к.е.н., доцент
Азовський морський інститут
Національного університету «Одеська морська академія»

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Розвиток соціально-економічних систем визначається, насамперед, застосуванням прогресивних форм господарювання, що забезпечують ефективне управління потенціалом відповідно до конкретних потреб виробництва.

Для здійснення ефективного управління необхідна різноманітна статистична інформація, що відбиває усі особливості розвитку потенціалу соціально-економічної системи.

Підвищення якості управління потенціалом соціально-економічної системи є головною умовою якісного функціонування системи та досягнення синергетичного ефекту.

Результативність синергетичного ефекту залежить від структури, надійності та вірогідності інформації. У випадку неймовірності інформації розвиток потенціалу приведе до різноманітних, суперечливих вимог щодо управління, і це стане причиною нераціонального використання ресурсів соціально-економічних систем та ставить під загрозу отримання результату.

Крім синергетичного ефекту інформаційні ресурси забезпечують надійність функціонування потенціалу соціально-економічної системи та його гнучкість відносно зовнішнього середовища.

Таким чином, ефективне управління інноваційним потенціалом соціально-економічних систем здійснюється за допомогою інформаційного забезпечення, що сприяє отриманню ефекту синергізму з урахуванням наступних особливостей:

- комплексності використання ресурсів;
- взаємодоповнюваності ресурсів;
- взаємозамінності ресурсів.

Поняття комплексності використання ресурсів означає багатоцільову переробку і забезпечує максимальне використання їх споживчих властивостей, забезпечуючи сировиною різноманітні технологічні процеси. Властивість комплексності особливо актуальні в умовах сучасних вимог до виробництва, коли на порядок денний постало завдання переходу до інноваційної моделі господарювання і впровадженню ресурсозберігаючих технологій. Наприклад, підвищення комплексності використання ресурсів дає можливість відносно зменшити обсяги видобутку руди за рахунок підвищення глибини переробки і витягу супутніх корисних елементів.

Взаємодоповнюваність ресурсів виражається в необхідності дотримання визначених об'ємних пропорцій конкретних видів ресурсів при даній технології виробництва і сформованому типі споживання. Найбільш характерна взаємодоповнюваність для виробничих матеріальних ресурсів, але вона виявляється й у структурі робочої сили, де може позначитися нестачею працівників визначеної кваліфікації і спеціальності.

Взаємозамінність ресурсів пов'язана з їхньою поліфункціональністю і припускає можливість заміщення в технологічному процесі одного ресурсу іншим, практично не впливаючи на обсяг і якість кінцевої продукції, тобто той самий ресурс може бути використаний для задоволення різних функціональних потреб і кожна потреба може бути забезпечена різними наборами ресурсів.

Існуюча обмеженість ресурсів соціально-економічних систем не є нездоланною перешкодою в реалізації принципу їхньої взаємозамінності. Скоріше навпаки, можливість заміщення ресурсів розширює межі подальшого розвитку потенціалу соціально-економічної системи. Констатує той факт, що обмеженість ресурсів у даний момент не суперечить об'єктивній можливості їхнього збільшення в майбутньому або розширення взаємозамінності ресурсів при задоволенні тих чи інших потреб [1].

Послідовності в вирішенні завдань розвитку соціально-економічної системи можна досягти при розгляданні конкретизованого функціонального зв'язку впливу взаємозамінних ресурсів на створюваний ефект, що розглянемо на прикладі трудового потенціалу.

Абсолютна взаємозамінність, у порівнянні з відносною, має більш вузькі межі практичного застосування в оцінці. Обумовлена співвідношенням виробничих фондів до чисельності промислово-виробничого персоналу, абсолютна взаємозамінність ресурсів не відбиває особливості використання ресурсів і специфіки трудових відносин у підвищенні ефективності виробництва.

Засоби виробництва різної якості, так само як робоча сила різної кваліфікації, абсолютно замінні лише в межах однорідних груп, тобто один верстат замінюють іншим, більш виробничим, стара технологія замінюється новою, більш прогресивною, робітник низької кваліфікації замінюється робітником більш високої кваліфікації і т.д.

Отже, принцип абсолютної взаємозамінності ресурсів застосовується в тому випадку, коли вихідні дані виражені в натуральних, а не у вартісних показниках. Несумісність показників є головними методичними труднощами застосування прямого методу розрахунку взаємозамінності ресурсів.

На нашу думку, вирішення проблеми варто шукати у вмілому сполученні вартісних і натуральних показників оцінки, створюючи надійний механізм впливу на соціально-економічні системи з метою підвищення ефективності використання ресурсів виробництва.

Багатогалузевий характер економіки свідчить про необхідність використання відносної взаємозамінності основних видів виробничих ресурсів з метою найбільш ефективного управління ними в межах підприємства, галузі, регіону.

Список використаних джерел:

1. Методологічні основи управління сталим інноваційним розвитком потенціалу соціально-економічних систем регіону: монографія / [Д. В. Солоха, М. В. Бандура, М. В. Савченко, В. В. Морєва. – Донецьк – «Ноулідж», 2011. – 431 с.

КОРПОРАЦІЇ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Корпоратизація економіки значною мірою формує вектор економічного розвитку України протягом останніх трьох десятиліть. Формування великих корпорацій, що ґрунтуються на концентрації капіталу, залученні значних інвестицій та впровадженні сучасних технологій, є закономірним економічним процесом. Концентрація капіталу на глобальній фазі розвитку світової економіки обумовила виникнення великих транснаціональних об'єднань, які посідають особливе місце серед глобальних форм монополізації капіталу. На основі цього можна зробити висновок про глибинну трансформацію соціально-економічних підвалин світобудови, оскільки світова економіка переходить до олігопольної моделі ринку, де економічні відносини встановлюються на основі монополізації і розподілу ринків між великими транснаціональними корпораціями й неформальною участю держави у цих процесах. При цьому відбувається формування та розвиток великих міжнародних структур, що отримують економічну владу, опосередкований вплив корпорацій на соціально-економічний розвиток, отримання політичної влади над національною економікою та світовим співтовариством у цілому, котра знаходить відображення у системі політичного та економічного управління на національному та міжнародному рівнях [1].

Активний розвиток великого капіталу в Україні виступає важливим чинником забезпечення стабільності розвитку національної економіки. Проникнення капіталу корпорацій у стратегічні та інфраструктурні галузі стає необхідною умовою забезпечення сталого економічного зростання. Великі корпорації протягом останніх років поживали політику зростання рівня власної прозорості та відкритості, поступово сприяючи проникненню в українське підприємницьке середовище цивілізованих прийомів провадження діяльності. Разом з тим українські корпорації традиційного типу ще

продовжують використовувати різні типи рентиорієнтованої поведінки, не розробляючи при цьому стратегії інноваційного розвитку. Однак вони змушені будуть подолати шлях, пов'язаний з власною трансформацією в активних суб'єктів упровадження інновацій.

Суб'єкти великого підприємництва формують базис у низці сфер та видів економічної діяльності. Йдеться про ті сектори, в яких домінують транснаціональні корпорації і де великі компанії об'єктивно виступають важливою передумовою просування наших товарів на нові ринки збуту. Досвід цілого ряду країн, які протягом останніх десятиліть здійснили економічний прорив, доводить, що складовою цього було вдале залучення до виконання таких завдань великих підприємств. У багатьох країнах держава проводила активну політику стимулювання появи «національних чемпіонів» [2, с. 20-27].

Урядові інституції виходили з того, що саме великі корпорації спроможні акумулювати необхідний ресурсний потенціал і здобути можливості для генерування високотехнологічних нововведень. Якраз корпорації спроможні під час реалізувати довгострокові інноваційні проекти, оскільки вони можуть інвестувати за рахунок акумулювання ресурсів та доходів від інших напрямів своєї діяльності, тоді як мале підприємство об'єктивно змушене відмовлятися від проектів, реалізація котрих вимагає значного обсягу інвестиційних ресурсів. В Україні необхідне створення сприятливого середовища для формування на базі великого національного капіталу потужних вітчизняних корпорацій, котрі спроможні витримувати глобальну конкуренцію.

Держава повинна стимулювати не тільки динамічний розвиток малого підприємництва, а й сприяти формуванню великих корпорацій, які покликані створювати конкурентноспроможні товари, забезпечувати раціональне співвідношення спеціалізації та універсалізації національного виробництва, що є необхідною для їх конкурентноспроможності на світовому ринку. Вчені звертають увагу на те, що формування і розвиток потужних корпорацій щоразу відбувалося за участю держави. Аналіз еволюції багатьох компаній зі сфери високих технологій дає змогу дійти висновку

про те, що на їх формування було спрямовано десятиліття зусиль державних інституцій. На сучасному етапі такі компанії є тими «концентраторами», які об'єднують довкола себе мережу фірм малого підприємництва [3, с. 6-10; 4].

У національній економіці існує суперечність між захистом конкуренції та іншими завданнями державної економічної політики, оскільки державні органи, реалізуючи певні рішення, можуть обмежувати чи навіть спотворювати конкуренцію. Йдеться про фактори, які обумовлюють інтенсивність конкуренції та можливості суб'єктів ринку конкурувати між собою на ринку. Водночас монополістична практика, що притаманна діяльності великих корпорацій, є досить суперечливою і становить складну проблему як у теоретичному аспекті, так і у практичному вимірі. Через це доволі часто важко чітко розмежувати позитивні результати та негативні наслідки діяльності великих корпорацій, а також визначити межу, за якою їхні величезні масштаби створюють загрози для ринку і добробуту суспільства. За сучасних умов метою конкуренції є не отримання максимальної ринкової влади в окремих галузях, а максимізація загальної влади в усіх галузях і сферах діяльності, в яких функціонують контрольовані корпорацією активи [4].

Актуальним питанням є активізація процесів зниження рівня тінізації великого українського капіталу. Питання полягає у тому, чи активно трансформуватиметься український великий капітал у напрямі участі у процесах державотворення й яких саме змін зазнає державна політика у напрямі сприяння розвитку такого капіталу. Необхідною є дієва система державного регулювання розвитку корпоративного капіталу, яка забезпечить підґрунтя для нейтралізації його негативних характеристик і відкриє простір для реалізації позитивного потенціалу.

В Україні існують галузі, де лише декілька підприємств становлять основу їх функціонування. Йдеться перш за все енергетичне, залізничне машинобудування, електротехнічну та авіаційну промисловість тощо, оскільки якраз у них і зосереджено найбільш конкурентоспроможні національні підприємства. Досвід багатьох країн світу переконує, що наявність у країні навіть одного виробника певної продукції не

може одразу слугувати приводом для активної антимонопольної політики держави. За умов відкритої економіки та присутності на українському ринку іноземних виробників функціонування в економіці лише одного національного виробника не повинно трактуватися як прояв монополізму [3, с. 10-14].

У процесі організаційної трансформації корпорацій відбувається утворення цілісного інституціонального простору, складовими якого стають різні види інститутів. Правила і норми корпоративної реструктуризації визначаються інституційним контекстом, пов'язаним зі спрямованістю економічної політики держави на вирішення завдань активного формування середовища, у межах якого відбуватимуться утворення, функціонування та розвиток корпорацій.

Список використаних джерел:

1. Білорус О.Г. Проблеми глобального управління в умовах світової фінансової цивілізації / О.Г. Білорус // Фінанси України. – 2019. – №1. – С. 10.
2. Лагутін В.Д. Стабільність суспільного розвитку: досвід міждисциплінарного дослідження / В.Д. Лагутін // Економічна теорія. – 2017. – № 1. – С. 19-33
3. Романенко В. Конкурентна політика та конкурентоспроможність національної економіки / В. Романенко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – №3. – С. 5-16
4. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: монографія / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, А.Г. Герасименко та ін.; за ред. В.Д. Лагутіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 432 с.

Oke Opoulava Adededzhi, Ph.D. in Economics
Webster University, The United States of America

**INFORMATION-ANALYTICAL SUPPORT AS A
MANAGEMENT TOOL FACILITATING SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN AND FOOD SECTOR
ENTERPRISES**

In the market economy, under the conditions of complete economic independence and responsibility of enterprises, there is a need for a systematic analysis of their economic and financial activity. the purpose of this analysis is not only to determine the current financial situation of the enterprise, the degree of its abilities,

but also to work out the measures aimed at the continuous improvement of the financial state of the enterprise. the most important tasks of the analysis of the economic and financial activity are: determination of the real economic state of the enterprise, study of its integral parts and their functions, comparing them to the recognized analogues or basic characteristics, detection of the changes in the financial stability in terms of the spatial-temporal dimension; diagnosis of the main factors that caused changes in the financial activity of the enterprise; prognostication of the main improvement trends in the future. in this case, establishing the information and analytical support of the management of an enterprise becomes extremely important.

sustainable development of the enterprise depends mostly on the ability of its management to make optimal decisions and, for this purpose, it needs an effective information basis. the accounting and analytical support of the sustainable development of the company involve the realization of such functions as accounting, analysis and audit. they are closely interconnected and form the information-analytical system which provides the enterprise management with the required scientific information important for making effective managerial decisions.

modern conditions of functioning of enterprises within the framework of the concept of sustainable development stipulate an increase in the role of information support. therefore, in the context of this study, information-analytical support is considered as an instrument that determines the effectiveness of the management process as a whole and the sustainable development of enterprises in the agro-food sector, in particular.

structurally, information and analytical support consists of many components (economic, statistical, social, environmental, etc.) that together ensure the implementation of management processes and form the basis for the adoption of correct and timely management decisions.

many researchers offered their definitions of the concept of information and analytical support. however, under the conditions of progressing economic transformations in the modern globalized world, this phenomenon remains to be a hotly debated issue. modern management experts define it as "the process of meeting the needs of

the users of information necessary for the study and adoption of strategic decisions"[2].

taking into account the multivector nature of the information-analytical support of management processes in the context of sustainable development of agrarian enterprises, experts point out the existence of a coherent connection between its components (information-analytical process itself, structure, activity and final product) [1].

in accordance with its semantics, the system of the informational and analytical support presupposes the existence of two components - informational and analytical [3; 4; 5]. the first of them contains the planning, regulatory, accounting, reference, technological and reporting-statistical information, while the second one focuses on the results of the strategic, financial-economic, comparative-economic, operational and attributive analysis.

as regards the analytical component of the information-analytical support of sustainable development of the agro-industrial complex processing enterprises, the process of its realization allows the use of a whole set of techniques and methods. thus, the identification and evaluation of the potential for improving the enterprise management system depend greatly on and is possible only due to the analysis of the indicators and regulators, which will significantly influence the economic reasonableness of the potential managerial decisions at the enterprise.

the impact on the objects of the processing enterprise results management is realized through the regulator support of the optimal functioning of socio-economic processes and specific indicators, taking into account existing methodological approaches [3; 4; 5]. it is through a definite set of the indicators that you can assess the current state and the effectiveness of the enterprise management system aimed at its sustainable development.

Список використаних джерел:

1. Дурдинець В.В. Системна інформатизація законотворчої та правоохоронної діяльності : [монограф.] / кер. авт. кол. М.Я. Швець; за ред. В.В. Дурдинця та ін. – Київ : Навч. кн., 2005. – 639 с.
2. Макаρχук О. Г. Информационно-аналитическое обеспечение стратегического управления сельскохозяйственным предприятием / О.Г. Макаρχук // Науковий вісник НУБіП України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес № 181. – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://studbooks.net/54070/menedzhment>.

3. Пархоменко О.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень в системі науково-технічної інформації : дис. ... канд. екон. наук : 08.02.02 / Пархоменко Олександр Володимирович. – Київ, 2006. – 211 с.

4. Пушак Я.Я. Регіональні особливості формування інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку підприємництва : дис. ... канд. екон. наук : 08.10.01 / Пушак Ярослав Ярославович. – Львів, 2001. – 183 с.

5. Телешун С.О. Практичні елементи інформаційно-аналітичної роботи : метод. реком. / уклад. : С.О. Телешун, О.Р. Титаренко, І.В. Рейтерович, С.І. Вировий ; за заг. ред. д-ра політ. наук С.О. Телешуна. – Київ : Вид-во НАДУ, 2007. – 60 с.

Т.А. Власенко, к.е.н., ст. викладач

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В закордонній методології дослідженням організаційних змін та особливостями реалізації стратегічних змін займаються на протязі останніх 50-ти років, натомість на вітчизняному науковому просторі ці дослідження розпочалися лише з 90-х років. Аналіз літературних джерел дозволяє стверджувати, що існуючі визначення стратегічних змін є досить різнонаправленими. На основі проведеного узагальнення визначення «стратегічні зміни», дослідження сутності поняття «стратегія» й «зміни» запропонуємо розуміння концептуальних положень стратегічних змін на промисловому підприємстві.

По-перше, 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.

По-друге, 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.

По-третє, специфічність стратегічних змін пов'язана ще й з

подоланням розриву між планування 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.

По-четверте, 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.

Таким чином, в результаті стратегічних змін підприємства повинно сформувати належну ефективну конфігурацію організаційної структури та культури, 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.

Враховуючи проаналізований стан підприємств сільськогосподарського машинобудування в Україні головним завданням стратегічних змін на них є підвищення рівня конкурентоспроможності продукції для забезпечення зростання долі ринку, збільшення присутності на цьому ринку вітчизняних виробників шляхом скорочення частки імпортерів. Основними шляхами досягнення цих цілей є підвищення якості продукції разом з покращенням її обслуговування та ремонтом, що вимагає від підприємств вдосконалення технологій, процесів, організаційних структур та підвищення рівня кваліфікації кадрів.

Список використаних джерел:

1. Красноруцький О. О., Власенко Т. А., Гринь Є. Л. Науково-теоретичне обґрунтування сутності стратегічних змін на підприємстві. Економічний вісник університету. Переяслав–Хмельницький. 2018. Випуск № 38. С. 53–63.

О.Г. Головка, к.е.н., доцент,
А.М. Плетюхов, здобувач вищої освіти
*Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

На сьогодні, в сучасних компаніях, ризик-менеджмент є одним із основних джерел конкурентних переваг на ринку. Але управління ризиками повинно бути ефективним та сприяти, як захисту компанії від можливих фінансових збитків, так і підтримувати її ділову репутацію.

Зі сторони страхової компанії управління ризиками зазвичай розглядається в двох аспектах. В першому випадку, ризики є об'єктами страхування, вони виникають у діяльності інших компаній. В свою чергу, страхова компанія виступає суб'єктом господарювання і повинна ефективно управляти власними ризиками для підтримки стабільності своєї діяльності.

Сьогодні існує перевірена система управління ризиками, а саме шляхом страхування, традиційними ризиками компаній. В той же час є необхідність формування та створення ефективної системи для управління відносно новими ризиками. Ці ризики виникли через використання перш за все інформаційних технологій, людського капіталу, через кліматичні та інші зміни в навколишньому середовищі та іншими ризиками, які не контролюються безпосередньо компанією. Управління цими ризиками – це великий потенціал та простір для роботи як ризик-менеджерів, так і страхових компаній вцілому [1].

Існує велика кількість факторів, які впливають на діяльність самих страхових компаній, вони мають як додаткові можливості, так і загрози. Для ефективного управління ризиками, враховуючи швидку зміну внутрішнього та

зовнішнього середовищ діяльності компанії, необхідно постійно досліджувати, аналізувати та відстежувати ці зміни.

За результатами опитування, проведеного Munich Reinsurance America Inc. серед 40 керівників страхових компаній у США, 85 % респондентів назвали слабкі економічні умови основним негативним фактором. Другою за значенням проблемою є низькі процентні ставки і дохід на капітал, що відзначили 41 % опитуваних. Вагомим фактором є також негативний вплив рестриктивної державної політики, який визначили 23 % респондентів [2].

Фінансова криза і спади в економіці змусили страхові компанії почати переглядати та реформувати свої системи оцінки, аналізу та управління ризиками. Проте деякі страхові компанії продовжують розглядати управління ризиками своєї діяльності, як необхідність відповідати певним нормативам. Інші ж компанії почали активно використовувати ризик-менеджмент як можливість вдосконалення своєї діяльності на всіх етапах формування вартості страхових послуг. Залучення ризик-менеджменту до процесу прийняття рішень сприяє оптимізації маркетингової, цінової та інвестиційної політики, критеріїв андеррайтингу, політики перестраховування та управління капіталом.

Найбільш надійними є ті страхові компанії, які здійснюють ефективне управління ризиками, тобто з більшою вірогідністю, в разі настання непередбачених подій в майбутньому, зможуть виконувати свої зобов'язання перед страхувальниками. Саме через це більшість рейтингових агентств звертають особливу увагу на програми управління ризиками при оцінці страхових компаній [3].

Використання складних технологій та моделювання при управлінні ризиками дає можливість страховій компанії використовувати більш гнучку цінову політику. Капітал страхової компанії використовується нею для покриття непередбачених витрат, тому вартість капіталу можна розглядати як функцію зміни витрат (збитковості). Таким чином, страхова компанія може запропонувати нижчу вартість послуг страхувальникам з відносно стабільним рівнем виникнення витрат. Навпаки, страхувальники з надмірними коливаннями

збитковості отримують вищу вартість послуг і меншу корисність.

Список використаних джерел:

1. Шірінян Л.В. Страховий менеджмент [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів спеціальності «Фінанси і кредит» денної та заочної форм навчання / Л. В. Шірінян. – К.: НУХТ, 2014 – Режим доступу: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/48.36.pdf>

2.Кравчук Г. В. Ризик-менеджмент, як складова формування конкурентних переваг страхової компанії / Г. В. Кравчук, О. М. Пахненко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України / Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2009. – Т. 2.

3.Приказюк Н. В. Теоретичне упорядкування методів та інструментів фінансового ризик-менеджменту страхових компаній / Н. В. Приказюк, Л. О. Білокін // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О.В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017 – Том 27– № 1.

К.О. Горова, к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ АУТСОРСИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

В сьогоденнішніх умовах господарювання найбільших конкурентних переваг досягають підприємства, що впроваджують інновації, в тому числі й організаційні, у свою діяльність. Необхідність зниження витрат та підвищення якості виконання окремих бізнес-процесів сприяло розповсюдженню такої форми організації бізнесу, як аутсорсинг. Аутсорсинг - це сучасна форма організації бізнесу, що сприяє глобалізації світової економіки та створенню потужних віртуальних організацій навколо головного підприємства, що володіє торгівельною маркою або брендом та надає усі інші бізнес-процеси, включаючи виробництво, стороннім виконавцям, що зацікавлені в успіху спільної справи нарівні з замовником, на довгостроковій, платній основі з метою забезпечення ефективності діяльності, підвищення конкурентоспроможності та стійкості підприємства, а також його гнучкості відповідно до

поточних зовнішніх умов [1].

Зростання популярності передачі бізнес-процесів на аутсорсинг викликає необхідність вдосконалення підходів до оцінки його ефективності. Ця проблема знайшла відображення в ряді досліджень, проведених українськими вченими. Петрова І.Л. та Бухаров В.В. оцінюють ефективність придбання результатів виконання окремих функцій аутсорсером за допомогою співвідношення витрат на власне виробництво та витрат на таке придбання [2]. Фролова В.Ю. та Фролова Г.І. пропонують обчислювати ефективність аутсорсингу як відношення суми економії витрат та інших переваг, що має отримати підприємство від передання бізнес-процесу в аутсорсинг, до суми витрат, що супроводжують самостійне використання бізнес-процесу [3]. Брінь П.В. та Прохоренко О.В. при оцінці ефекту від аутсорсингу враховують витрати і доходи від виконання процесу за умови передачі його зовнішньому контрагентові, а також вартість грошей у часі. Крім витрат на оплату послуг аутсорсера вчені беруть до уваги витрати на пошук інформації, проведення переговорів і укладання угоди, на адаптацію до зміни бізнес-системи, на підтримку договірних відносин [4]. Таким чином, можна визначити, що дослідники при оцінці ефективності залучення аутсорсингу найбільшу увагу приділяють економії витрат. Але такий підхід не враховує інших переваг аутсорсингу.

На наш погляд оцінку ефективності залучення аутсорсингу у діяльність підприємства слід проводити за такими критеріями:

1. Економічна ефективність. Аутсорсинг розглядається як засіб оптимізації витрат підприємства за рахунок скорочення непрофільних підрозділів або передання окремих бізнес-процесів іншим організаціям. Економічна ефективність від впровадження аутсорсингу має враховувати різницю між витратами організації на виконання певного бізнес-процесу та вартістю виконання цього бізнес-процесу сторонньою організацією.

2. Організаційна ефективність. Впровадження аутсорсингу може супроводжуватися реорганізацією підприємства. Ефективність від впровадження аутсорсингу в цьому випадку можна визначити на основі економії підприємства в результаті

скорочень та об'єднань підрозділів, а також на основі скорочення часу й ресурсів при виконанні господарських рішень за рахунок оптимізації структури організації.

3. Функціональність. Аутсорсинг за рахунок передачі окремих функцій або бізнес-процесів підприємства зовнішнім виконавцям на довгостроковій, платній основі дозволяє організації зосередитися на виконанні та вдосконаленні своїх ключових компетенцій. Оцінка ефективності має враховувати скорочення кількості виконуваних функцій підприємством, розвиток ключових компетенцій підприємством, вдосконалення виконання непрофільних функцій за рахунок передачі їх професіоналам.

4. Ресурсна ефективність. Аутсорсинг передбачає використання трудових, матеріальних, інтелектуальних, технічних ресурсів сторонньої організації. Відповідно, ефективність в цьому випадку має відображатися економією витрат завдяки залученню сторонніх ресурсів порівняно з їх купівлею.

5. Мобільність. Аутсорсинг представляє собою спосіб забезпечення гнучкості та мобільності діяльності підприємства та його зовнішніх взаємозв'язків. Оцінка ефективності має відображати здатність підприємства до швидкої зміни способу виконання окремих бізнес-процесів без залучення значних інвестицій.

Оцінка ефективності залучення аутсорсингу у діяльність підприємства за переліченими вище критеріями дозволить охопити всебічні аспекти його використання та зробити висновки щодо доцільності його застосування.

Список використаних джерел:

1. Горова К.О. Визначення поняття аутсорсингу в сучасних умовах глобалізації та віртуалізації економіки / К.О. Горова // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : зб. наук. праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – 2014. – №2 (7), Т. 2. – С. 63-70.

2. Петрова І.Л. Ефективність застосування аутсорсингу та аутстафінгу для великих підприємств / І.Л. Петрова, В.В. Бухаров // Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка. – 2014. – Вип. 37. – С. 163-170.

3. Фролова В.Ю. Ефективність використання аутсорсингу бізнес-процесів на підприємстві / В.Ю. Фролова, Г.І. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2015. – № 3. – С. 60-63.

4. Брінь П.В. Комплексний підхід до прийняття рішення щодо

впровадження аутсорсингу на підприємстві [Електронний ресурс] / П.В. Брінь, О.В. Прохоренко // Економіка та держава. – 2016. – № 8. – С. 48-53.

О.В. Дорофєєв, к.е.н., доцент,
О.В. Рой, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ: ПОЄДНАННЯ ЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ Й ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ

Удосконалення структури управління передбачає: відповідність цілям, що стоять перед організацією; співвідношення керівної й керованої підсистем; доведення складності управляючої системи до складності системи, якою управляють; досягнення оптимального співвідношення централізації функцій управління: підвищення ролі децентралізованого розв'язання питань; надання повної оперативно-господарської самостійності трудовим колективам і створення умов для самоуправління; відповідність форм прямого і зворотного зв'язку у системі управління характеру взаємовідносин між її підсистемами; створення мінімально необхідної кількості ступенів управління; додержання норм управління; доведення до мінімуму чисельності апарату управління; чітке розмежування функцій і додержання принципу спеціалізації, регламентації прав прийняття рішень окремими керівниками; забезпечення на всіх рівнях єдиноначальності і суворої відповідальності за доручену справу; забезпечення організаційної стійкості і надійності управляючої системи; досягнення потрібної гнучкості структури управління та її орієнтації на постійне вдосконалення залежно від зміни виробничої структури, організаційної побудови підприємства, нових функцій управління або зміни обсягу існуючих функцій [2].

При проектуванні систем управління складним завданням є правильне поєднання централізації й децентралізації функцій управління. Ранні теоретики менеджменту висловлювали думку

про залежність рівня централізації від ситуації. Їхньою метою було оптимальне та ефективне використання робочої сили. Традиційні організації структурувалися у пірамідальній формі, де влада і повноваження зосереджувались біля верхівки. За такої структури централізовані рішення традиційно мали найбільшу вагу, однак сьгоднішні організації стали складнішими й чутливішими до динамічних змін у зовнішньому середовищі. На думку багатьох менеджерів, рішення як такі мають вироблятися особами, які перебувають найближче до проблем, незалежно від їхнього рівня в організації [4].

Досвід показує, що чим вище концентрація виробництва і централізація управління, тим складніша структура управління. Рівень централізації й децентралізації управління визначають за розміром виробництва, його спеціалізацією, складністю, розосередженістю та кількістю населених пунктів, кількістю ланок і ступенів керівної підсистеми, периферійністю системи управління, кваліфікацією керівників і спеціалістів сільського господарства і забезпеченістю засобами оргтехніки.

За останні тридцять років спостерігається тенденція до більшої децентралізації, що опосередковано збільшує витрати на апарат управління. Проте не можна допустити і надмірної централізації, за якої обмежуються дії керівників і спеціалістів підрозділів, знижується їх ініціатива у виявленні і реалізації резервів виробництва. При цьому організація управління стає громіздкою, що знижує оперативність апарату управління, створює умови для прояву бюрократизму тощо.

Тому при проектуванні організаційних систем слід створювати структурні умови, які сприяли б децентралізованому розв'язанню багатьох питань (на нижчих рівнях). Зокрема, потрібно передбачити, щоб при проектуванні структур управління підприємств, і особливо об'єднань, по можливості розмежовувати стратегічні й координаційні функції та оперативну діяльність управлінських працівників, вивільняти працівників вищої ланки від розв'язання дрібних питань. Крім того, децентралізація управління зумовлена диверсифікацією виробництва, тобто успішним розвитком поряд з основним виробництвом виробничої та соціальної інфраструктур [3].

Й. С. Завадський пропонує використати для проектування

орієнтовних меж централізації таке степеневе рівняння регресії:
$$y = 1,887x_1^{-0,072} \times x_2^{0,041} \times x_3^{-0,039} \times x_4^{-0,080} \times x_5^{-0,041} \times x_6^{0,031} \times x_7^{-0,045}$$
,
де x_1 – площа сільськогосподарських угідь, га; x_2 – чисельність працюючих, осіб; x_3 – чисельність апарату управління, осіб; x_4 – кількість структурних підрозділів; x_5 – вартість основних виробничих фондів, тис. грн; x_6 – виробництво валової продукції, тис. грн; x_7 – чисельність працівників, безпосередньо підлеглих керівнику, осіб [1].

Розрахункові коефіцієнти централізації для певного підприємства визначають, підставивши числові значення факторів в емпіричну формулу. Її дістають за допомогою кореляційного аналізу достатньої сукупності господарств з аналогічними умовами виробництва і прогресивними структурами управління.

Нинішні менеджери часто обирають такий ступінь централізації або децентралізації, що дає їм змогу якнайкраще реалізувати свої рішення та досягти цілей організації. Однак те, що спрацьовує в одній організації, не обов'язково дає користь в іншій. Отож менеджери мусять визначати ступінь децентралізації для кожної організації та її робочих підрозділів.

Список використаних джерел:

1. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК / Й.С. Завадський. – К.: Вища шк., 1992. – 367 с.
2. Менеджмент : [Навч. посіб.] / За ред. С.І. Михайлова. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.
3. Монастирський Г.Л. Теорія організації : [навч. посіб.] / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
4. Рульєв В.А. Менеджмент : [Навч. посіб.] / В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

М.В. Коваленко, к.е.н., доцент,
К.А. Дейнеко, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Проблема управління ефективністю діяльності суб'єктів господарювання є однією з центральних в економічній науці та пов'язана з низкою важливих проблем та наукових завдань. З огляду на це, виникає потреба в розробці сучасних концепцій

щодо формування ефективної системи управління ефективністю діяльності суб'єктів господарювання.

Від так, управління – це сукупність прийомів, форм і методів цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою досягнення конкретних цілей [1, с. 104]. А ефективність – це співвідношення результату або ефекту будь-якої діяльності і витрат, пов'язаних з її виконанням. Причому це може бути як співвідношення результату і витрат, так і співвідношення результатів діяльності [2, с. 107].

Тому для формування ефективної системи управління ефективністю діяльності суб'єктів господарювання доцільно застосовувати концепцію управління ефективністю (Performance Management, РМ).

Концепція РМ поєднує процеси управління підприємством, методологію оцінювання її ефективності, набір показників ефективності, технологічні рішення і системи підтримки процесів.

Система Performance Management – один із способів підвищення ефективності роботи кожного працівника і, в кінцевому результаті, – підвищення продуктивності праці. Тому, РМ – це підхід до управління, спрямований на підвищення ефективності управління компанією та реалізації її стратегії.

З огляду на це, система Performance Management спрямована на:

- покращення здатності підприємства оцінювати можливості щодо подальшого розвитку;
- моделювати фактори, що впливають на досягнення поставлених цілей;
- здійснювати моніторинг показників ефективності та визначати їх відхилення від запланованих;
- складати звітність, яка допомагає приймати економічно обгрунтовані стратегічні рішення [3, с. 27].

Дана система управління ефективністю діяльності підприємства заснована на таких основних підходах:

- перший підхід стосується комплексного управління якістю і пов'язаний з управлінськими діями щодо діяльності працівників «знизу вгору».
- другий підхід – це управління за цілями, що пов'язані із

чітким формулюванням завдань підприємства, орієнтованих не на слабкі, а на сильні сторони діяльності кожного працівника і підприємства в цілому та вимагає визначення чітких параметрів оцінювання якості та індивідуальної роботи кожного працівника [4, с. 29].

Отже, система Performance Management спрямована на поліпшення здатності підприємства оцінювати свій стан і управляти ефективністю діяльності на всіх рівнях у рамках загального інтегрованого середовища управління, враховуючи чинник мотивації працівників.

Список використаних джерел:

1. Керанчук Т.Л. Концепція вартісно-орієнтованого управління підприємством та можливості її адаптації в Україні / Т.Л. Керанчук // Фінанси України. – 2011. – № 7. – С. 104-114.
2. Зеленський М.В. Методичні підходи до оцінювання ефективності аутсорсингу логістичних функцій промислового підприємства / М.В. Зеленський // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – №35. – С. 97-107.
3. Духонин Е.Ю. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management/ Е.Ю. Духонин, Д.В. Исаев, Е.Л. Мостовой и др.; Под ред. Г. В. Генса. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
4. Zaffron S., Logan D. Performance Management: The Three Laws of Performance: Rewriting the Future of Your Organization and Your Life / Steve Zaffron. – Jossey-Bass, 2011. – 256 p

І.М. Корнило, к.е.н., доцент

Одеська державна академія будівництва та архітектури

СИСТЕМНО-СИНЕРГЕТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Проблема управління розвитком будівельних підприємств як нелінійними динамічними об'єктами, які функціонують в умовах невизначеності та знаходяться під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища, що є ключовою в сучасній теорії управління підприємствами. Виникає необхідність управління їх розвитком на основі системно - синергетичного підходу, який є новим напрямом для вирішення широкого кола завдань, які стосуються, головним чином,

управління та моделювання складних економічних систем зі складними внутрісистемними зв'язками [1].

Можливість забезпечення синергетичного ефекту залежить від співвідношення між внутрішніми можливостями підприємства, його структурою, стратегією, цілями і умовами зовнішнього середовища. Разом з тим, вплив синергії відображається у фінансових, маркетингових та інших результатах діяльності будівельного підприємства. Для реалізації запропонованого підходу розроблено спосіб оцінки наявності явища синергізму за допомогою показника – коефіцієнта синергетичної дії:

$$K_{cd} = \frac{E_{ce} - E_{ce}^o}{B_{ce} - B_{ce}^o}, \quad (1)$$

де B_{ce} – вартісна оцінка витрат на досягнення синергетичного ефекту;

E_{ce} – загальна економічна оцінка синергетичного ефекту

B_{ce}^o , E_{ce}^o – значення B_{ce} и E_{ce} в точці, яка відповідає сталому режиму роботи об'єкта.

Якщо $K_{cd} = 0$, то синергізм в системі відсутній, якщо в системі має місце позитивний синергетичний ефект, то $K_{cd} > 0$, якщо $K_{cd} < 0$, то в системі спостерігається антисинергізм.

Цей показник піддається виміру в реальному часі, що дозволяє оцінювати синергетичний ефект і використовувати цю інформацію для управління розвитком будівельних підприємств.

З урахуванням перспективних напрямів науково-технічного розвитку будівельної галузі вдосконалена парадигма синергічного розвитку будівельних підприємств, яка, на відміну від парадигм ринкової, вартісної і внутрішньо ресурсної орієнтації, має організаційно - економічний механізм, у складі якого є підсистема обігового зв'язку, а також комплекс засобів, що забезпечують реалізацію напряму будівельного підприємства.

У будь-якій системі, і економічної зокрема, від ефективності управлінських рішень залежить ефективність її функціонування. Для цього необхідно визначити критерії ефективності [2]:

$$E_{EP} = E_{II} + E_{TA} + E_{K3} + E_{OY} - I, \quad (2)$$

де E_{EP} – економічна ефективність управлінських рішень щодо формування економічної політики організації;

E_{II} – економічна ефективність управлінських рішень з формування інноваційно-інвестиційної політики організації;

E_{TA} – економічна ефективність управлінських рішень з формування товарно-асортиментної політики організації;

E_{K3} – економічна ефективність управлінських рішень з формування комунікаційно-збутової політики організації;

E_{OY} – економічна ефективність управлінських рішень щодо формування організаційно-управлінських інновацій;

I – інвестиції на здійснення прийнятих рішень.

При обґрунтуванні і виборі показників економічної ефективності управлінських рішень, необхідно враховувати наступні принципи:

- ✓ відображення в узагальненому вигляді управлінських ресурсів;
- ✓ використання системи (фірми) на відповідному цілям рівні;
- ✓ передбачення виникаючих ризиків при обчисленні вигод.

Висновок: розробка системно-синергетичних основ управління розвитком будівельних підприємств особливо важлива при переході до нових форм управління об'єктами економічної і соціальної діяльності в умовах глобальної фінансової кризи.

Список використаних джерел:

1. Кузнецов Б.Л. Теория синергетического рынка / Б.Л. Кузнецов, С.Б.Кузнецова. – Набережные Челны: Изд. КамПИ, 2006. – 70 с.
2. Фадеева І.Г. Системно-синергічні засади управління розвитком нафтогазових підприємств корпоративної структури: [монографія] / І.Г. Фадеева. – ІФНТУНГ, Івано-Франківськ: ПП Кузів Б., 2012. – 459с.

І.П. Потапюк, к.е.н., доцент,
Д.С. Дюкарев, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

АУТСОРСИНГ ЯК НОВИЙ ПІДХІД ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сьогодні очевидно, що утримання позицій підприємства на ринку та підвищення конкурентоспроможності залежить від ефективного управління трудовими ресурсами, що в свою чергу є двигуном розвитку ринку аутсорсингу.

Аутсорсингові компанії надають послуги щодо підготовки та навчання персоналу для залучення їх в підприємства з метою виконання частини одного або декількох процесів. Цей процес реалізації менеджменту отримав назву «аутстафінг» (outstaffing, від staff – кадри, штат службовців).

Аутстафінг як окремий розділ поняття аутсорсингу займається лише вирішенням питань чи проблем з кадрового забезпечення в організаціях та підприємствах. Компанії, що надають такі послуги, заздалегідь вивчають усі аспекти структурних підрозділів підприємства, в які необхідно залучити трудові ресурси з метою пошуку ефективних рішень поставлених завдань.

Варто зазначити, що аутсорсери не тільки займаються підготовкою нових кадрів з метою аутстафінгу, а й працевлаштуванням звільнених працівників клієнта, що безумовно призвело до розвитку HR-консалтингу, а саме його виду – аутплейсменту.

Аутплейсмент (від англ. outplacement) – термін в менеджменті та управлінні персоналом, пов'язаний з діяльністю роботодавця з працевлаштування звільнених співробітників.

Аутплейсмент може включати:

консультації з працевлаштування працівників, які попали під скорочення за рахунок колишнього роботодавця;

послуги консультування та просування на ринок праці персоналу, який попадає під скорочення;

послуги з організації процесу звільнення співробітників найбільш «безболісним» способом [1].

На сьогоднішній день попит на аутстафінг зростає, оскільки організаціям все частіше стає не вигідно займатися кадровими питаннями. Це займає дуже багато часу, який затрачається на адаптацію, навчання нових співробітників та їх утримання. Особливо це стосується досвідченого персоналу. Співпрацюючи з аутсорсинговою компанією, підприємство майже повністю звільняє себе від таких аспектів, оскільки юридично персонал не працює в організації. А це означає, що разом з тим, звільняє себе від сплати за співробітників прибуткового та соціального податку, не сплачує заробітну плату, що в свою чергу впливає на годинно-затрати бухгалтерського обліку, а в деяких випадках, і на фінансові затрати шляхом зменшення штату відділів бухгалтерії та відділу кадрів.

Організація-клієнт лише раз на місяць платить агентству-провайдеру за послуги, наприклад, секретарів на телефоні або технічних працівників. При цьому організація може відносити ці послуги до виробничих витрат.

Існує ще одна перевага. Якщо людину беруть на тимчасовий договір, а вона працює довго, то, звернувшись до суду, вона може довести постійний характер своєї роботи. І суд може зобов'язати організацію взяти співробітника в штат. Однак, у разі застосування аутсорсингу, це зробити неможливо. Усі можливі послуги з розрахунком зарплати, сплатою податків і соціальних зборів, проблеми з лікарняними і відпустками, судові розгляди з персоналом агентства беруть на себе [2, с. 95].

Також позитивним є те, що компанія-клієнт має можливість залучати декілька аутсорсингових компаній в рамках одного проекту, що є сприятливою умовою для підвищення продуктивності виробництва, оскільки в такому випадку з'являється конкурентне середовище.

Отже, аутсорсингові компанії, що надають послуги аутстафінгу, здатні вирішити питання, що стосуються із збереженням «старих» працівників шляхом укладання договірних відносин між аутсорсером та компанією-клієнтом на надання послуг. У разі підписання такого договору аутсорсеру делегуються повноваження з питань підбору персоналу. Якщо необхідно, то клієнтом звільняється «старий» штат і приймається як новий в компанію, яка надає послуги на

постійну роботу.

У кінцевому результаті досвідчені працівники залишаються на тих самих робочих місцях, але вже мають більше можливостей для кар'єрного росту. Клієнт знімає з себе повну юридичну відповідальність за найманих працівників, оскільки вона переходить до компанії-аутсорсера.

Список використаних джерел:

1. Аутплейсмент [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://powerpact.com.ua/staticpages/outplacement>.
2. Аутсорсинг и аутстафтинг : высокие технологии менеджмента: [учеб. пособие]. 2-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2009. – 320 с

В.М. Собчишин, к.е.н.

Полтавська державна аграрна академія

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Важливість дослідження прибутку підприємств, зокрема і сільськогосподарських, обумовлена тим, що він виступає основним внутрішнім джерелом фінансування та запорукою реалізації головної мети діяльності суб'єктів господарювання – максимізації доходів власників (так звана концепція Shareholder-Value). Однак, якщо теоретичні й практичні основи формування і використання прибутку підприємств на сьогодні опрацьовані досить детально, то методичні засади управління ним залишаються не достатньо вивченими. Зазначене пояснює актуальність означеного питання та потребує подальших досліджень у цьому напрямі.

Основними інструментами управління прибутком на підприємстві є методика аналізу співвідношень «витрати – обсяг – прибуток» та операційний важіль (леверидж).

Як відомо [1, с. 113-116], методика аналізу співвідношень «витрати – обсяг – прибуток» дає змогу:

- здійснювати оптимізацію пропорцій між змінними і постійними витратами, ціною й обсягами реалізації товару;
- мінімізувати підприємницький ризик;
- оцінювати та прогнозувати фінансові результати;
- обґрунтовувати рекомендації з покращання діяльності підприємства.

Проблемою графічної інтерпретації точки безбитковості й зони фінансової міцності в цілому по операційній діяльності підприємства є неможливість розрахунку порогової кількості за всією номенклатурою товарів, що ним реалізуються. В такому випадку графік безбитковості операційної діяльності підприємства відобразатиме лише грошове вираження порогу рентабельності. Проте рішення у сфері управління прибутком підприємства, з нашого погляду, мають прийматися за окремими видами товарів.

Сила впливу операційного важеля (левериджу) розраховується за формулою (1) і показує, у скільки разів змінюється прибуток залежно від зміни виручки на один

$$\text{відсоток: } \text{OB}_{\text{CB}} = \frac{\text{BM}}{\text{П}}, \quad (1)$$

де OB_{CB} – сила впливу операційного важеля (левериджу), разів;

BM – валова маржа, грн;

П – прибуток, грн [2, с. 68].

За очікуваного зростання виручки від реалізації товару підприємству краще мати якомога більший операційний важіль, і навпаки, якщо прогнозується її зниження в плановому періоді, то менший.

Застосування на практиці формули (1) дало змогу дійти висновку про певні методичні наслідки управління прибутком із використанням операційного важеля (левериджу). Так, рішення у сфері управління прибутком підприємства мають прийматися, зважаючи, що збільшенню (зменшенню) сили впливу операційного важеля (левериджу) сприяє:

- зростання (зниження) ціни товару за відсутності змін у прибутку і змінних витратах із розрахунку на одиницю товару;

- зменшення (збільшення) змінних витрат на одиницю товару за умови незмінності ціни і прибутку з розрахунку на одиницю товару;

- одночасне зростання (зниження) ціни та зменшення (збільшення) змінних витрат на одиницю товару за незмінності прибутку з розрахунку на одиницю товару;

- швидший (повільніший) темп зростання з розрахунку на одиницю товару валової маржі ніж прибутку.

Таким чином, забезпечувати прибутковість діяльності підприємства слід шляхом управління операційним прибутком, використовуючи як інструмент операційний важіль (леверидж) і методику аналізу співвідношень «витрати – обсяг – прибуток». При використанні операційного важеля в управлінні прибутком підприємства доцільно брати до уваги обґрунтовану нами залежність збільшення (зменшення) сили впливу операційного левериджу від змін у ціні товару, змінних витратах і валовій маржі.

Список використаних джерел:

1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. Я. Базилінська. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
2. Крючко Л. С. Використання операційного левериджу в управлінні прибутком підприємства / Л. С. Крючко, Я. В. Бережко, І. В. Семиліт // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 7. – С. 67–70.

О.В. Нечипорук, ст. викладач
*Харківський національний економічний
університет ім. С. Кузнеця*

ОСНОВНІ МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Оцінювання вартості промислових підприємств є одним із важливих завдань корпоративного управління. Таке оцінювання дає змогу визначити конкурентоспроможність і успішність промислового підприємства на ринку та є індикатором розвитку підприємства.

Метою оцінки ринкової вартості промислового підприємства є оцінка ринкової вартості підприємства в цілому, аналіз доцільності існування і перспектив його розвитку в ринковому економічному просторі. Питанням оцінки ринкової вартості підприємства присвячено безліч праць науковців.

У сучасній економічній літературі досить детально досліджуються та аналізуються методичні підходи до використання методів оцінювання вартості підприємства.

Актуальність даного питання привертає увагу багатьох економістів. Дослідження методичних підходів до оцінювання вартості підприємств відображено у наукових працях таких

авторів, як: Т. У. Хармс, Т. Коупленд, Т. Коллер, М.К. Скотт, О.Ф. Балацький, Б.Є. Бачевський, В.Г. Бикова, Л.С. Головкова, П.Л. Віленський, В.Н. Лівшиц, В.М. Рутгайзер, Ю.В. Козир, В.А. Щербаков, Н.Г. Синявський, А.Г. Грязнова, М.А. Федотова.

Методологія оцінки вартості підприємств поєднує три загальноновизнаних підходи, кожен із яких характеризується певними особливостями: дохідний підхід (метод оцінювання на базі прибутковості); порівняльний (ринковий) підхід; витратний (якщо мова йде про оцінку окремих активів) [4].

Витратний підхід до оцінки вартості підприємства реалізується у балансовому методі. Даний підхід виходить з вартості майна підприємства на момент оцінювання. Цей метод полягає в оцінюванні окремих груп активів підприємства. Оцінювання активів передбачає визначення тієї вартості, за якою аналогічні засоби виробництва на ринку можна купити або продати. Реальна вартість підприємства визначається як різниця між сумою його активів і величиною боргових зобов'язань. За базу оцінки, як правило, беруть баланс підприємства на певну дату.

Цей метод використовується як поверхневий діагностичний інструмент оцінки за умови відсутності достовірної інформації щодо специфіки і характеру діяльності підприємства.

Дохідний підхід (метод оцінювання на базі прибутковості підприємства) ґрунтується на дисконтованих грошових потоках, які мають надійти на підприємство в майбутні періоди, і тому цей метод виходить із цілої низки даних про майбутній розвиток підприємства, зміни цін, відомостей про необхідні інвестиції та особливості впливу навколишнього середовища на ефективність господарювання.

Застосування методу дисконтованих грошових потоків передбачає складання плану доходів і витрат підприємства на кілька років уперед. Різномасштабні витрати і результати мають бути приведені до періоду оцінювання через норматив приведення різномасштабних витрат (норму дисконту). Вибір правильного коефіцієнта дисконтування, на базі якого капіталізуються майбутні доходи та витрати, становить певні труднощі.

При аналізі дисконтованих майбутніх грошових потоків

ризик можна визначити як оцінений ступінь невизначеності щодо одержання фінансових результатів функціонування підприємств [1, 2].

При використанні порівняльного (ринкового) підходу реалізується спроба оцінити фактори, які впливають на прибутковість об'єкта шляхом порівняння вартості подібного об'єкта. Порівнюються об'єкти, що близькі за своїм виробничим профілем, місцезонаштуванням, ступенем корисності, доступністю їх придбання та за демографічною ситуацією. Цей метод передбачає, що виходити треба з подібного співвідношення попиту і пропозиції та близьких «зовнішніх» умов. Такий підхід може бути реалізований лише стосовно невеликої кількості об'єктів.

Використання ринкового методу вимагає вивчення даних про останній продаж схожої або «порівняної» власності. Оскільки двох однакових об'єктів не існує, дані про об'єкт, що оцінюється, мають бути скориговані згідно з особливостями предмета оцінювання. Поправки можливі з урахуванням таких факторів, як час угоди, складність об'єкта, його стан, а також тенденції зростання ринкової вартості об'єкта. У разі використання цього методу принципово важливо, щоб оцінювач мав можливість розглянути кілька об'єктів, які порівнюються [1].

Отже, провівши дослідження та аналіз сучасних методичних підходів щодо оцінки промислових підприємств, можна стверджувати, що застосування цих методик має як позитивний, так і негативний характер. Це зумовлено незнанням вітчизняними підприємцями багатьох технологій аналізу і неготовністю вводити певні новинки у свою діяльність. Також слід уважно придивлятися до досвіду провідних зарубіжних підприємств, і, беручи його до уваги та комбінуючи частини різних методів, створювати власні, необхідні для ефективної роботи у сучасних умовах підходи щодо оцінки їх діяльності.

Список використаних джерел:

1. Безбородова Т.В. Сучасні підходи до оцінювання ринкової вартості промислового підприємства / Т.В. Безбородова // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_7.

2. Патрікі Н.П. Методичні підходи до оцінювання вартості бізнесу /

Н.П. Патрікі // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2766/1/29.pdf>.

3. Пташенко Л.О. Управління корпоративними фінансами: Навч. посібник / Л.О. Пташенко. – К.: ЦУЛ, 2008. – 296 с.

4. Ислямова Э.Р. Методы определения стоимости компании / Э.Р. Ислямова // Науковий вісник НГУ. – 2011. – № 1. – С. 112-120.

М.О. Вовк, аспірант

Полтавська державна аграрна академія

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пріоритетність факторів забезпечення конкурентоспроможності залежить від рівня соціально-економічного розвитку країни, характеристик ринків реалізації продукції, особливостей потреб. Посилення конкуренції неодмінно призводить до необхідності модернізації та оновлення виробничих потужностей, створення нових видів продукції, здійснення організаційно-економічних трансформацій, удосконалення системи управління, інтенсифікації інноваційного розвитку підприємства у цілому [5].

В таких складних умовах функціонування, підприємства агропродовольчої сфери потребують використання ефективних інструментів управління. Одним із таких інструментів проведення технологічної реструктуризації підприємства може виступати бенчмаркінг.

У загальному значенні бенчмаркінг (англ. Benchmarking) – це процес визначення, адаптації наявних прикладів ефективного функціонування підприємства, в тій або іншій сфері, з метою покращення ефективності діяльності [3].

За даними консалтингової компанії Bain&Co, в останні роки, бенчмаркінг входить до трійки найпоширеніших методів управління бізнесом у великих міжнародних корпораціях. Причина подібної популярності полягає в тому, що бенчмаркінг допомагає відносно швидко і з меншими витратами удосконалювати бізнес-процеси. Він дозволяє зрозуміти, як

працюють провідні компанії, і досягти таких, а можливо, навіть вищих результатів [5].

Управління технологічною реструктуризацією підприємства є водночас надзвичайно важливим та трудомістким процесом, який необхідно виконувати послідовно. Послідовність застосування бенчмаркінгу пов'язане із послідовністю дій під час проведення технологічної реструктуризації підприємства.

Застосування бенчмаркінгу передбачає послідовне виконання чотирьох діях [2]:

- розуміння деталей власних бізнес-процесів;
- аналіз бізнес-процесів інших компаній;
- порівняння результатів своїх процесів з результатами аналізованих компаній;
- впровадження необхідних змін для скорочення розриву.

Для ефективної реалізації технологічної реструктуризації підприємства агропродовольчої сфери необхідно використовувати саме виробничий бенчмаркінг.

Виробничий бенчмаркінг – порівняння виробничих процесів підприємств конкурентів, технологій виготовлення продукції, техніки й устаткування, матеріальних ресурсів і виробничого персоналу з власними виробничими можливостями з метою збереження й подальшого підвищення своєї частки на ринку [2].

Застосовуючи бенчмаркінг в управлінні процесами діяльності аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку, підприємства можуть отримати:

- можливість об'єктивно проаналізувати свої сильні та слабкі сторони й побачити себе з боку;
- цілеспрямоване навчання – галузеві лідери дають змогу визначитися зі стратегічними орієнтирами для ліквідації відставання та виходу на лідируючі позиції на світовому продовольчому ринку;
- інноваційні ідеї як у виробничій сфері, так і в галузі збуту аграрної продукції;
- стратегічні альтернативи, які допоможуть змінити себе, вийти із безнадійних ситуацій, які сформувалися зовні і в середині підприємства, на основі аналізу показників ефективності господарської діяльності конкурентів [4].

Проте, більшість вітчизняних керівників аграрних

підприємств не оперує такими поняттями, як бенчмаркінг. Основними проблемами, що перешкоджають поширенню його в Україні є «неосвіченість» фахівців щодо можливості підвищення ефективності управління діяльністю підприємства із залученням бенчмаркінгових прийомів [1].

Таким чином, у процесі управління технологічною реструктуризацією підприємств агропродовольчої сфери в умовах постійних глобалізаційних змін є досить ефективним бенчмаркінг. Особливо це стосується техніко-технологічної перебудови виробничих процесів, технологій виготовлення продукції та виробничого персоналу.

Список використаних джерел:

1. Козак Н. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії / Н. Козак // Управление компанией. – 2000. – № 1-2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct003>.
2. Пилипчук В.П. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства / В.П. Пилипчук, А.А. Шиманська // Молодий вчений. – 2015. – № 9(2). – С. 13-17.
3. Розен В.П. Методологія бенчмаркінгу енерго-ефективності для промисловості України / В.П. Розен, Б.Л. Тішкевич, П.В. Розен // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. – 2012. – № 6. – С. 9-19
4. Шибаніна О.В. Бенчмаркінг як інструмент управління процесом адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку / О.В. Шибаніна, Н. І. Галунець // Економіка АПК. – 2014. – № 6. – С. 38-44.
5. Штутман П.Л. Роль і місце бенчмаркінгу у сфері професійного розвитку персоналу підприємств / П.Л. Штутман // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2011. – Вип. 20(1). – С. 10-17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2011_20%281%29__5

G.O. Gres, PhD student

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

COMBINED PROCESS-FUNCTIONAL APPROACH FOR COMPANY MANAGEMENT WITHIN HOLACRACY ORGANISATIONAL STRUCTURE

There are two main approaches for organisation management exists: process approach, functional approach. Functional approach implies the assignment of certain sets of relatively homogeneous functions to departments. In their turn, such departments perform

functions, which are relatively homogeneous to each other. Thus they focus their attention on the performing of exact separate functions rather than the full work itself. Whereas the process approach focus the attention of the company on the performing of the work itself.

Organisations (companies) are complex systems, which must somehow be decomposed in order to be manageable. A common way to decompose a company is to divide it hierarchically into functional departments (e.g. sales and production). Such an approach is «functional» and is illustrated in fig. 1.1 [1].



Fig. 1.1. General scheme of a functional approach in management

In the case of a functional approach, a company is actually hierarchically divided into «sub companies», each performing a specific function (e.g. sales and production).

In contrast to a functional approach, a process approach does not divide a company «top down» into a smaller concepts, but defines the ways (i.e. processes) in which particular services or products are developed [2]. This means that a process approach interrelates different organisational functions to produce a specific outcome. Graphically, a process approach is most commonly represented as a horizontal cross section of organisational functions, this is show on fig. 2 [1].

The application of a system of organisational processes together with the identification and interactions of these processes, and their management, can be referred to as a «process approach» [3].

Holacracy organisational structure connects both of these approaches into very agile and efficient organisational system. It has «circles or roles» instead of «departments of staff». The first idea is

based on the functional approach, which states that all activities of each circle has to be organised inside one circle. In other words, a circle has to have all needed roles inside itself in order to perform a process. This is absolutely possible rule, since the process is constructed between roles rather than staff. This also means that one person can perform several roles and different circles of an organisation.



Fig. 2. General scheme of a process approach in management

The second easy idea is based on the process approach and provides agility to the organisation. The idea states that there are situations when it is illogical or impractical to perform the process or make decisions without the person from another functional part of the organisation. For example, it is usually hard for People Circle, accountable for the new staff, to make hiring decisions without the understanding of sales activity results of the company, when the other Sales Circle is accountable for sales results. There is a role called Cross Link in Holacracy, which represents the purpose of one circle in any other circle of the company. If to speak about the example provided, there should be Sales Circle Cross Link role in People circle, performed by the staff, which works a lot in sales.

To recap, Holacracy has circles, where all the processes are performed, nevertheless there are possibilities to attract people from other circles among creation of Cross Link roles, which can link different circles of the organisation.

References:

1. BPMN: What are Functional and Process Approaches [Electronic source] / Good Elerning Blog. – Access mode: <http://blog.goodelearning.com/bpmn/bpmn-what-are-functional-and-process-approaches/>.
2. Котлик А. В. Цілеорієнтований підхід до ідентифікації бізнес-процесів

підприємства / А. В. Котлик // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С. 193 – 196.

3. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці: монографія / Т. І. Лепейко, О. І. Пушкар, О. М. Миронова та ін.; під заг. ред. докт. екон. наук, професора Т. І. Лепейко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 252 с.

О.В. Лопушинська, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

РЕСУРСНИЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВА

Українські підприємства мають значний нереалізований потенціал збереження всіх видів ресурсів. На ефективність використання ресурсів підприємства негативно впливають домінування ресурсоемних виробництв, зношеність основних фондів підприємств, застарілі технології виробництва. Саме тому використання ресурсозберігаючих технологій і впровадження системи управління ресурсозбереженням підприємства є важливим інструментом підвищення ефективності використання ресурсів підприємства та його конкурентоспроможності. Особливо важливе все це в умовах різкого зростання цін на ресурси, адже управління ресурсозбереженням підприємства – це питання економічної доцільності діяльності підприємства і забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Одним із етапів створення ефективною системи управління ресурсозбереженням на підприємстві є проведення ресурсного аудиту. Аудит як діяльність виник на запит практики. На початковому етапі він виконував функцію контролю за діяльністю посадових осіб з метою викриття фактів обману та шахрайства. Пізніше виник підтверджуючий аудит, оскільки зацікавлені особи на основі фінансової звітності приймали досить важливі для них рішення і повинні були бути впевненими у достовірності представлених їм даних.

Спираючись на багаторічний досвід, американський вчений Р. Монтгомері та його послідовники визначили аудит як

системний процес об'єктивного збору й оцінки свідочств про економічні дії і події з метою визначення ступеня відповідності цих тверджень встановленим критеріям і представлення результатів перевірки зацікавленим користувачам [1].

Ресурсний аудит – це обстеження підприємства і його окремих виробництв, що проводиться за ініціативою керівництва з метою визначення можливості підвищення ефективності використання матеріальних, фінансових, інформаційних, людських, нематеріальних ресурсів та часу, здійснення заходів з економії на практиці шляхом впровадження механізмів ресурсної ефективності, а також з метою впровадження на підприємстві системи управління ресурсозбереженням [2].

Ресурсний аудит дозволяє визначити наскільки ефективно використовуються ресурси та розробити заходи для скорочення їх споживання.

Метою ресурсного аудиту є сприяння суб'єктам господарської діяльності у визначенні своєї політики з ресурсозбереження, рівня ефективності використання ресурсів, потенціалу ресурсозбереження, надання допомоги в розробці науково обґрунтованих норм та нормативів питомих витрат, розробці заходів з ресурсозбереження, їх фінансовій оцінці та оцінці ефективності ресурсозбереження [2].

Об'єктами ресурсного аудиту є підприємства, окремі виробництва та підрозділи, окремі види діяльності. До суб'єктів ресурсного аудиту можна віднести замовників і виконавців аудиту.

Етапами проведення ресурсного аудиту можуть бути наступні: підготовчий етап; збирання даних; розробка плану аудиту; збір інформації; аналіз зібраної інформації; звітування за результатами проведення ресурсного аудиту.

Результати проведення ресурсного аудиту дають можливість визначити напрями управління ресурсозбереженням підприємства, а саме:

- постійний моніторинг ресурсоспоживання;
- аналіз існуючих показників як основи складання нових бюджетів;

розробка і використання нових маловідходних та безвідходних технологій;
розробка і впровадження ресурсозберігаючої політики;
планування нових ресурсозберігаючих заходів;
впровадження системи управління ресурсозберігаючим розвитком підприємства;
організація інтегрованого ресурсного та економічного менеджменту [2].

Система управління ресурсозбереженням – це набір взаємопов'язаних або взаємодіючих елементів, необхідних для розробки і впровадження політики ресурсозбереження, а також процесів та методик для досягнення цих цілей.

В процесі реалізації системи управління ресурсозбереженням важливим є обмін інформацією, який має бути чітко регламентований і мати окремі вимоги для внутрішньої та зовнішньої інформації. До внутрішньої інформації залучаються всі співробітники, які повинні бути залучені в процес впровадження системи управління ресурсозбереженням підприємства. Кожен з них має бути наділений правом вносити пропозиції щодо вдосконалення системи управління ресурсозбереженням, що надалі мають бути

проаналізовані керівництвом і по ним має надійти відгук особі яка її вносила. Корисні пропозиції мають відзначатися публічно або винагороджуватися. Зовнішній обмін інформацією передбачає обмін інформацією із зовнішнім середовищем. Запровадження подібних системи визначається безпосередньо керівництвом підприємства [2].

Отже, ресурсний аудит є невід'ємною складовою політики ресурсозбереження на підприємстві і є важливим інструментом підвищення ефективності ресурсозбереження. Від якості проведення аудиту залежить подальша ефективність всієї системи управління ресурсозбереження підприємства. Тому саме алгоритм проведення ресурсного аудиту, критерії якості і перелік основних помилок при його здійсненні стануть об'єктом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Кулаковська Л. П. Людські ресурси та їх аудит у підприємницької діяльності / Л. П. Кулаковська, Т. Ю. Кулаковський // Вісник ЖДТУ. – № 2. –

2014. – С. 109-115

2. Мозолевиц Г. Я. Енергаудит та енергоменеджмент в проектах сталого розвитку практичні рекомендації / Г. Я. Мозолевиц, І. О. Гордєєва, Н. В. Бібік. – Д.: Проект «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду», 2016. – С. 62.

М.В. Мартиненко, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ВИРОБНИЧА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Вирішення ключових для підприємств проблем вимагає вчасного впровадження систем управління операціями, які відповідають галузі діяльності й рівню конкуренції. Екстенсивний розвиток веде практиків до надмірного ускладнення систем управління, в той самий час, як аналіз і планування управлінської діяльності дозволяє з меншими затратами отримувати кращі результати [3, с. 95].

Узагальнюючи результати багатьох досліджень [1; 2; 3; 4; 5], під стратегією варто розуміти формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, відповідність внутрішніх можливостей підприємства умовам зовнішнього середовища, розробку комплексу заходів, що забезпечують їхнє досягнення.

Розроблення теорії виробничої стратегії підприємства можна вважати відносно новим науковим напрямом – перші напрацювання у цій сфері з'явилися лише у останній третині ХХ ст. завдяки дослідженням У. Скіннера, Т. Хілла, С. Вілрайта, Р. Хейза та ін.

Виробнича стратегія – це підсистема корпоративної стратегії, представлена у вигляді довгострокової програми конкретних дій зі створення і реалізації продукту організації. Ця підсистема передбачає використання і розвиток усіх виробничих потужностей організації з метою досягнення стратегічної конкурентної переваги [1, с. 345]. Вона орієнтована на створення економічно ефективної, гнучкої виробничої системи, здатної адаптуватися до можливих змін. Формування

виробничої стратегії підприємства на пряму пов'язане зі створенням конкурентних переваг, конкурентоспроможного продукту та виробничим потенціалом підприємства. Це означає, що виробнича стратегія повинна базуватися, перш за все, на внутрішніх резервах підприємства та цілком відповідати загальній (корпоративній) його стратегії.

На думку С. Севостьянова виробнича стратегія – це функціональна стратегія створення та розвитку високо конкурентного виробничого потенціалу підприємства та системи управління ним, що втілюється у вигляді виробничої підсистеми певного типу, призначеної для випуску конкурентоспроможних продуктів. Виробнича стратегія існує у вигляді довгострокової програми [5, с. 87].

Виробничі стратегії формуються на основі продуктових стратегій і стосуються прийняття рішень щодо придбання або організації нового виробництва; модернізації, реконструкції, технічного переобладнання діючих виробництв; удосконалення структури основного, допоміжного та обслуговуючого виробництв, співвідношення між ними; налагодження ефективного співвідношення між об'єктом і суб'єктом управління. Вибір виробничих стратегій, маневрування ними обумовлені динамічністю і масштабами змін на підприємстві [5, с. 151].

Здебільшого використання виробничих стратегій відбувається за такими напрямками:

- 1) ефективно використання існуючого виробничого потенціалу;
- 2) стратегії створення нового виробництва;
- 3) стратегії змін у технологічному;
- 4) стратегія поліпшення організації виробництва.

Виробнича функція – забезпечення функціонування виробничого процесу в залежності від мети виробничої функції (організації, планування, виробництва, контролю тощо) (рис. 1).

В. Василенко вказує, що завдяки правильному механізму управління підприємство забезпечує собі стабільне положення на ринку, активізує споживчий попит, досягає заданої величини прибутку на одиницю вкладеного капіталу, а також дотримується державних правових актів щодо його виробничо-

комерційної діяльності [2, с. 84].



Рис. 1. Взаємозв'язок елементів виробничої стратегії [3, с. 95]

Отже, виробнича стратегія є невід'ємною складовою корпоративної стратегії підприємства та повинна підпорядковуватися стратегічним цілям його діяльності. Важливою умовою формування виробничої стратегії є врахування усіх внутрішніх та зовнішніх чинників, що можуть впливати на підприємство у ході його звичайної діяльності. Саме тому, виробнича стратегія, як і будь-яка інша, повинна бути досить гнучкою, проте не настільки, щоб значно відступати від намічених цілей.

Список використаних джерел:

1. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій : [Підручник] / П.І. Белінський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 623 с.
2. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент : [Навч. посіб.] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 532 с.
3. Пасічник В.Г. Організація виробництва : навчально-методичний комплекс для студентів економічних спеціальностей усіх форм навчання / В.Г. Пасічник, О.В. Акіліна. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 293 с.
4. Пилипенко С. Виробничий менеджмент : Конспект лекцій / С. Пилипенко. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 80с.
5. Севостьянова С. Виробничий менеджмент : [Навч. посіб.] / С. Севостьянова. – Донецьк :ТОВ «Юго-Восток», Лтд, 2002. – 341с.

К.Г. Прокопенко, аспірант
Сумський національний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УЗАГАЛЬНЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПОНЯТТЯ «БРЕНД»

Середовище гострої конкуренції вимагає глибокого розуміння проблемних питань стратегічного управління бренду підприємств, вимагають формування нових підходів до

розуміння сутності окремих категорій управління бренду, узагальнення понятійного-категорічного апарату управління бренду, його основних елементів, сутності, розширення меж трактування всіх понять, що стосуються стратегічного управління бренду.

В сучасних умовах існування аграрних підприємств формується багато нових факторів впливу на успішне функціонування підприємства. Одним із впливовіших факторів є сприяння покупцями товару підприємства. Через надмірну насиченість товарами ринку, через глобалізацію ринків постає необхідність формування не лише унікальної торгівельної марки, а й створення бренду підприємств, зокрема аграрних. На нашу думку бренд аграрного підприємства понад усе повинен ґрунтуватися на якості продукції, адже харчові продукти безпосередньо впливають на рівень нашого здоров'я.

Спробуємо надати більш ґрунтовне визначення поняттю «бренд». Дане поняття було створення у ХІХ столітті в США через проблему перенасичення ринком багатої кількості товарів сумнівної якості. Само поняття brand чи brandr походить від древньонорвежського, що переводиться як «ставити клеймо»[1].

Проаналізувавши існуючі визначення ми можемо зазначити, що поняття бренд значно змінювало своє значення протягом періоду існування. Починаючи з поняття ідентифікації завершуючи розумінням особливою уявою покупцем товару, можемо спрогнозувати що данне поняття має основні фундаментальні основи (сприйняття, популярність, особливість) так і змінні фактори (наприклад раніше брендом вважався товар з довгою особливою історією створення, тепер брендом може бути товар який існує лише рік чи два).

Нами встановлено, що поняття бренд містить багато підтипів. В залежності від обсягу розповсюдження товару, його історії, специфіки впровадження та інших факторів виділяють багато класифікаторів. Але на нашу думку можливо зазначити ще одну класифікацію визначення поняття «бренд» в залежності від цільового використання (мети створення). Рис. 1.

В сучасних умовах створення та використання поняття «бренд» вже давно вишло з лише комерційного цільового кола.



Рис. 1 Класифікація визначення «бренд» за цільовим використанням

Все частіше фундаментом створення сильного бренду постає ідея, а потім вже як позитивний наслідок – фінансова вигода. Отже, на нашу думку буде вірним виділити наступні типи бренду в залежності від цільового використання: комерційно-економічний, політико-персональний та соціально-психологічний.

До першої категорії відносяться ті бренди цільовою спрямованістю яких є комерційне використання, збільшення попиту та фінансової вигоди. Використовують даний бренд виробничі компанії що випускають продукцію або надають послуги. Головною метою створення політико-персонального бренду є зростання репутації окремого суб'єкту за для мети розповсюдження влади серед інших суб'єктів. До політико-персональних брендів слід віднести бренд держав, територій, бренд особистостей та інше. Соціально-психологічні бренди створюються з метою об'єднання громади за для впровадження або розповсюдження окремих точок зору, стереотипів, нових ідей. До даного типу слід віднести бренди, головною метою яких стоїть не економічне збагачення або розповсюдження влади, а поширення соціальних проєктів, громадських ідей та інше.

Список використаних джерел:

1. Ken Runkel and C.Brymer The Nature of Brand London Pre-mier Books. 1997 p.4.
2. Третьяк В.П. Бренд и брендинг. URL: www.virtass.ru/admin/pics/3-15.doc (дата звернення 12.03.2019).

ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

На даний момент однозначним та неминучим є зростання виробництва, і у зв'язку з цим боротися треба не із зростаючими обсягами впливу виробничої діяльності на навколишнє середовище, а знаходити нові підходи до мінімізації цього впливу.

У цьому контексті ключова роль належить екологічному менеджменту як методологічного спрямування галузі управління, здатного забезпечити формування і розвиток нових організаційно-управлінських відносин в умовах сучасної еколого-орієнтованої економіки.

Екологічне управління пов'язане з постановкою завдань, включаючи обмеження і рамкові умови їх реалізації, а екологічний менеджмент дозволяє вибрати найбільш ефективні шляхи їх вирішення. Тому по відношенню до підприємства більш коректно використовувати поняття «екологічний менеджмент» [2].

У той же час деякі автори [3] використовують термін «екологічний менеджмент» для визначення управління регіональною еколого-економічною системою, що створює певну плутанину. А в деяких випадках поняття «екологічне управління» і «екологічний менеджмент» розмежовують наступним чином. «Екологічне управління» визначають як «діяльність державних органів і економічних суб'єктів, головним чином спрямовану на дотримання обов'язкових вимог природоохоронного законодавства, на розробку і реалізацію відповідних цілей, проектів, програм», а «екологічний менеджмент» – як «ініціативну і результативну діяльність економічних суб'єктів, спрямовану на досягнення власних екологічних цілей, проектів і програм, розроблених на основі принципів екоефективності і екосправедливості» [5; 6].

Термін «екологічний менеджмент» трактують переважно в таких значеннях:

діяльність громадських екологічних організацій;
сукупність заходів, методів і засобів управління природоохоронною діяльністю підприємства;

система управління окремим природним комплексом, що підлягає особливій охороні [4];

частина загальної системи управління, що включає організаційну структуру, планування, обов'язки, відповідальність, досвід, методи, методикау, процеси та ресурси для формування, аналізу та актуалізації екологічної політики конкретної організації [1].

Таким чином, екологічний менеджмент підприємства – це частина загальної системи менеджменту, що включає в себе організаційну структуру, планування, розподіл відповідальності, практичну діяльність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для розробки, впровадження, досягнення цілей екологічної політики, її перегляду і коректування [7, 8].

Список використаних джерел:

1. Балацкий О. Экологический менеджмент: проблемы и перспективы становления и развития / О. Балацкий, В. Лукьянихин, Е. Лукьянихина // Экономика Украины. – 2000. – № 5. – С. 67-73.

2. Кузьмін О.С. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : [навч. посіб.] / О.С. Кузьмін, О.Г. Мельник; 3-тє вид., доп. і перероб. – Львів : Интелект + ; Интелектзахід, 2007. – 384 с.

3. Лукьянихин В.А. Экологический менеджмент: принципы и методы : [монография] / В.А. Лукьянихин, Н.Н. Петрушенко. – Сумы : Университетская книга, 2004. – 408 с.

4. Лук'янихін В.О. Екологічний менеджмент у системі управління збалансованим розвитком : моногр. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. – 314 с.

5. Методы решения экологических проблем : [монография] / Ред. Л.Г. Мельник и В.В. Сабодаш. – Сумы : Козацький вал, 2005. – Вип. 2. – 530 с.

6. Руководство по разработке и внедрению системы экологического менеджмента (краткая версия) / Ред. П.А. Макеенко, А.А. Никольский. – М. : Изд-во научного и учебно-методического центра, 2004. – 20 с.

7. Siebert H. Economics of environmental theory and policy. – Berlin : Springer, 1998. – 187 p.

8. Soderbaum P. Ecological Economics: A Political Economics Approach to Environment and Development. – London : Earthscan, 2000. – 287 p.

ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ

Етап розвитку ринкових відносин по-новому поставив питання діяльності підприємств. На діяльність підприємства впливають різні фактори, що підвищують ризик діяльності, ступінь невизначеності у майбутніх умовах роботи підприємства.

Особливе значення в зв'язку з цим набуває виробничо-комерційна діяльність підприємства. Дослідження чинників, що забезпечують ефективність виробничо-комерційної діяльності підприємства, має постійну актуальність.

Виробничо-комерційну діяльність можна представити як діяльність підприємства, спрямовану на виявлення і задоволення потреб споживачів у його продукції (послугах) через продаж її на ринку з метою одержання прибутку. Рівень економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства залежить від багатьох чинників і умов [1, с. 214].

Відповідно до обмеженості ресурсів і важливості їх економії, основними чинниками, які визначають ефективність виробничої діяльності, є трудомісткість, матеріаломісткість і фондомісткість продукції. З цього випливає, що підприємство в своїй діяльності повинно приділяти значну увагу вдосконаленню технології, спеціалізації та концентрації виробництва, організації й оплаті праці, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу і набутому досвіду.

Необхідною умовою зростання ефективності виробничої діяльності є наявність досконалої, якісної, високопродуктивної техніки, що відповідає прогресивній технології, забезпеченість підприємства якісною сировиною та матеріалами. Проте якими б досконалими не були виробничі ресурси, їх віддача та ефективність виробництва будуть зростати лише тоді, коли ці ресурси використовуватимуться повністю й інтенсивно.

Тому не менш важливе значення має забезпечення підприємств кадрами високої кваліфікації. За всіх інших рівних

умов досвідчений, добре підготовлений працівник, який творчо ставиться до виконання обов'язків, може виробляти більше продукції вищої якості. Продуктивність праці зростатиме і тоді, коли на підприємстві будуть створені такі виробничі відносини, де б панували добрий психологічний клімат, взаєморозуміння керівників і працівників, інші мотивації до праці.

Одним з основних шляхів підвищення ефективності виробничої діяльності є запровадження у виробництво нових технологій, сучасних форм автоматизації та інформаційних технологій, які передбачають використання досягнень науки та передового досвіду. Вони викликають суттєві зміни в технічному рівні і продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці та кваліфікації кадрів [2, с. 38].

Провідне місце у програмі підвищення ефективності виробничої діяльності належить устаткуванню. Зростанню продуктивності діючого устаткування сприяють належна організація ремонтно-технічного обслуговування, оптимальні строки експлуатації, забезпечення необхідної пропорційності в пропускній спроможності технологічно зв'язаних його груп, чітке планування завантаження у часі, підвищення змінності роботи, скорочення внутрішньозмінних витрат робочого часу.

На підприємстві, яке має матеріаломістке й енергомістке виробництво, має місце проблема економії та зменшення споживання сировини, матеріалів та енергії, яка може позитивно розв'язуватися шляхом упровадження маловідходної та безвідходної технології, збільшення виходу корисної продукції чи енергії з одиниці використуваного матеріалу, використання дешевих видів сировини, підвищення якості матеріалів за допомогою первинної обробки, раціоналізації управління виробничими запасами і розвитку ефективних джерел постачання.

Чільне місце в заходах з підвищення ефективності виробничої діяльності посідає поліпшення якості продукції та її збереження. За рахунок підвищення якості продукції, зниження втрат при збиранні, транспортуванні й зберіганні можна підвищити рівень її реалізації та збільшити обсяг грошових надходжень на 25-30% [3, с. 30].

Зростанню ефективності виробничо-комерційної діяльності з закупівлі товару сприятиме ефективний вибір постачальників, співробітництво із якими забезпечує максимальну винагороду і мінімальний ризик. Для цього відповідна служба підприємства повинна проводити порівняльну характеристику постачальників по найважливішим критеріям (у кожного підприємства підстави різні).

Список використаних джерел:

1. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент: [навч. посіб.] / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
2. Гріфін Р. Основи менеджменту: [підручник] / Р. Гріфін, В. Яцура, Д. Олесневия. – Львів: БАК, 2001. – 624 с.
3. Шевельова С.О. Аграрний менеджмент: [монографія] / С.О. Шевельова – Тернопільська академія народного господарства. – Тернопіль, 1999. – 212 с.

*В.М. Заїка, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія*

ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНИХ ТА ВИРОБНИЧИХ СТРАТЕГІЙ В ПІДПРИЄМСТВІ

Традиційні виробничі стратегії зазвичай мали за мету мінімізацію витрат чи модифікацію виробів. Не відмовляючись від цих стратегій, багато організацій використовують операційні стратегії, що ґрунтуються на якості і/або часі (термінах).

Стратегії, що ґрунтуються на якості, – це стратегії, критерієм яких є якість на всіх стадіях виробництва (проекткування, виробництво, післяпродажне обслуговування).

Стратегії, що ґрунтуються на часі, – це стратегії, які фокусують увагу на скорочені термінів виконання операцій (терміни розробки та збуту нових виробів чи послуг, час реагування на зміну споживчого попиту, терміни постачання виробів чи надання послуг).

В останні роки в ході міжнародної конкуренції виявилися три важливих принципи стратегії виробництва: виробництво за принципом «точно в строк»; комплексний контроль якості (концепція «робити правильно з першого разу»); комплексне профілактичне обслуговування.

Згідно із визначенням стратегічного набору, необхідною є

координація стратегій різного типу. Підприємство може досягти загальних цілей за умови збалансованості стратегій, обґрунтованості взаємодії окремих видів у «стратегічному наборі», що сприяє їхньому взаємопідсиленню, тобто досягненню ефекту синергії [2, с. 92].

I. Ансофф пропонує ресурсні потреби підприємства визначати через «зони стратегічних ресурсів» (ЗСР), які характеризують ситуацію із забезпеченням окремими видами ресурсів потреб підприємства [1, с. 134]. ЗСР – сегмент ринку, де діє певна сукупність суб'єктів різних напрямків діяльності, які можуть сприяти виведенню на ринок товарного асортименту підприємства і забезпечити ритмічне функціонування її виробничо-управлінської системи.

Для кожної ЗСР розробляються стратегії, які, як зазначалося, є певною системою обмежень і стратегічних заходів, що розробляються підприємством з метою їх подолання. Однак на кожному конкретному відрізку часу узгодження інших видів стратегій з ресурсними – безумовна необхідність, що, зокрема, визначає і темпи виконання загальних стратегічних планів і програм. Через контроль і аналіз виконання планів та програм ресурсного забезпечення, інших стратегічних планів і програм відбувається контроль та координація системи розподілу ресурсів між окремими підрозділами, тобто реалізація найдавнішої, первісної функції, яку з самого початку здійснювало стратегічне управління ще на ранніх етапах свого розвитку.

Таким чином, ресурсні стратегії – це тип забезпечуючих стратегій стратегічного набору, в яких визначаються стратегії поведінки підприємства у ЗСР, форми та методи постачання; політика створення страхових запасів; систем розподілу і поповнення ресурсів [3, с. 245].

Формування стратегій розглядається як один із суттєвих компонентів стратегічного управління. За допомогою стратегічного управління підприємство має змогу досягти ринкових переваг і розкрити перспективні напрями своєї діяльності, можливість краще вивчити власні потенційні можливості й обмеження. Воно не лише впливає на умови діяльності підприємства, але й створює їх. Стратегія необхідна

будь-якому підприємству, що претендує на успіх.

Ефективно сформована стратегія відповідно до умов певної галузі, цілей, потенційних та ресурсних можливостей, переваг підприємства, що включає довгострокові програми дій за функціональними напрямками діяльності та спрямована на дієву реалізацію, забезпечить підприємству виживання і безупинний розвиток. А тому, формування нового типу мислення у керівників, повинно орієнтуватися на створення середовища для успішної перспективної діяльності шляхом нових підходів до формування і реалізації стратегії підприємства що лежить в основі стратегічного управління.

Отже, підприємство може досягти загальних цілей за умови збалансованості стратегій, обґрунтованості взаємодії окремих видів у «стратегічному наборі», що сприяє їхньому взаємопідсиленню, тобто досягненню ефекту синергії.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 280 с.
2. Механізм державного інноваційно-інвестиційного розвитку регіону: стратегічний аспект : [монограф.] / Гончаров В. М., Петренко П. С., Орлова-Курилова О. В. та ін. – Луганськ: Ноулідж, 2013. – 186 с.
3. Чейз Р. Б. Производственный и операционный менеджмент / Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Д., Якобс Р. Ф. [Пер. с англ.] – [8-е изд.] – М.: Вильямс, 2001. – 704 с.

А.С. Калініна, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
С.Д. Королькевич, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
*ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський навчально-науковий інститут*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності (далі КСВ) учасників страхового ринку є нині дуже актуальним у всьому світі, виступаючи важливим чинником підвищення конкурентоспроможності страховика, його інвестиційної привабливості та основним фактором формування іміджу. А тому доволі актуальним постає питання дослідження впливу

корпоративної соціальної відповідальності страховиків на їх економічну ефективність.

Дослідженню корпоративної соціальної відповідальності страхової компанії присвячені праці багатьох науковців, таких як Охріменко О.О., Іванова Т.В. [1], Божук С.Г., Теор Т.Р. [2], Кулібанова В.В. та інші. Незважаючи на значну кількість публікацій ціла низка питань, пов'язаних із впливом КСВ на ефективність страхового бізнесу залишаються відкритими.

Стрімкі зміни сучасного бізнес-середовища вимагають від підприємств постійного розвитку та удосконалення існуючих технологій та практик управління. Однією з важливих тенденцій сучасності виступає посилена увага як з боку суспільства, так і з боку бізнесу – до соціальних проблем населення. Це знаходить прояв у поширенні концепції соціальної відповідальності [3].

Корпоративна соціальна відповідальність – це інструмент діяльності підприємства, що дозволяє підвищити ефективність його функціонування, а також конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі через механізм взаємодії з суб'єктами діяльності за рахунок підвищення рівня та якості життя населення, зростання довіри, реалізації спільних управлінських рішень, проектів влади та підприємства .

До основних напрямів соціальних програм відносять такі:

- розвиток персоналу;
- охорона здоров'я та безпечні умови праці;
- соціально відповідальна реструктуризація;
- природоохоронна діяльність і ресурсозбереження;
- розвиток місцевого співтовариства;
- сумлінна ділова практика;
- соціально відповідальне інвестування [2].

При здійсненні компанією соціальних програм постає питання балансу ефективності для суспільства і вигоди для компанії. Говорячи про економічні вигоди КСВ для бізнесу, можна відзначити той факт, що ці вигоди найбільш яскраво виявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг, страхування і управління персоналом. Окрім того, слід відзначити цінність заходів КСВ у галузі управління ризиками. Запровадження КСВ дає підприємствам і, зокрема, страховим

компаніям, наступні вигоди:

- формується висока репутація в очах клієнтів;
- вдосконалюється процес управління;
- з'являється можливість підвищити доходи;
- економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;
- стандартизація дає змогу вийти на нові ринки;
- збільшення обсягу продажу та частки ринку;
- з'являється можливість отримання засобів із фондів, що створюються соціально-орієнтованими підприємствами під соціально-орієнтовані програми [2].

Серед дослідників більшу підтримку знаходить думка, що КСВ позитивно впливає на прибутковість і капіталізацію страхових компаній, однак прямого зв'язку між ними не виявлено (рис. 1).

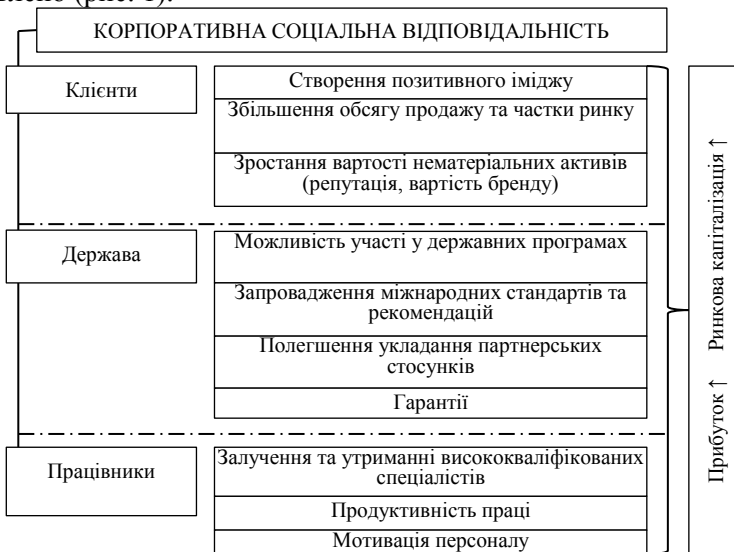


Рис. 1. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на економічну ефективність [побудовано авторами]

Таким чином протягом кількох останніх десятиліть суб'єкти економічної діяльності зробили великий крок до усвідомлення своєї відповідальності за вирішення соціально-економічних

проблем, збереження навколишнього середовища, дотримання прав людини, протидії корупції та великої кількості інших питань, важливих для всього суспільства. В результаті корпоративна відповідальність стає новою філософією бізнесу.

Компанії, зокрема і страхові, почали орієнтуватись не лише на отримання прибутку, а й на досягнення суспільного блага (яке невід'ємно пов'язане із отриманням прибутку).

Список використаних джерел:

1. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність / О.О. Охріменко, Т.В. Іванова // Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.

2. Божук С. Г. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник для академічного бакалаврату / С. Г. Божук, В. В. Кулібанова, Т. Р. Теор. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://stud.com.ua/176347/menedzhment/napryamki>.

3. Шегда М.В. Соціальна відповідальність підприємства як конкурентна перевага / М.В. Шегда // Науковий вісник Полісся. – 2015. – Вип. 3. – С. 122-126. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_3_20.

СЕКЦІЯ 2

ІННОВАЦІЙНИЙ, ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Л.М. Березіна, д.е.н., професор,
Н.В. Баган, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні перспективи економічного розвитку України пов'язані з високотехнологічними й конкурентоспроможними підприємствами, господарська діяльність яких створювала б синергетичний ефект із національною економічною системою. Такий ефект можливий лише за наявності інноваційного розвитку аграрних підприємств, які складають основу конкурентоздатності національної економіки [1].

Залучення інновацій у практику роботи підприємства чи їх створення власними силами реалізується через систему інноваційного менеджменту. Інноваційний менеджмент – підсистема менеджменту, метою якої є управління інноваційними процесами на підприємстві. Функціонально інноваційний менеджмент являє собою сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання найоптимальнішим способом економічних результатів цієї діяльності [2].

Успішне функціонування аграрного підприємства можливе лише за умов систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук нових можливостей. Таке новаторство є змістом інноваційної діяльності, його результати збагачують і вдосконалюють виробничо-господарські процеси та визначають напрями майбутнього розвитку організації.

Управління інноваційною діяльністю має бути орієнтоване

на розвиток інноваційної активності аграрного підприємства та його інноваційного потенціалу. Інноваційний розвиток за сучасних умов стає одним з найважливіших понять в економіці, є рушійною силою підвищення ефективності виробництва, необхідною умовою успішного розвитку агропромислових підприємств, які за своїм природним потенціалом могли б посісти провідне місце серед аграрних підприємств країн ЄС. Але, на жаль, агропромислові підприємства ще нездатні впроваджувати інновації у повсякденну роботу. Це пов'язано з відсутністю дієвих економічних стимулів, які б заохочували підприємства здійснювати технологічну модернізацію шляхом активного впровадження інновацій у виробництво.

Сутність інноваційної діяльності в аграрному секторі полягає у розробці та впровадженні в аграрне виробництво прогресивних методів ведення господарської діяльності, в основі яких лежать методи ефективного виробництва продукції, застосуванні новітньої техніки, використанні нової кадрової політики з урахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу (рис. 1) [3].

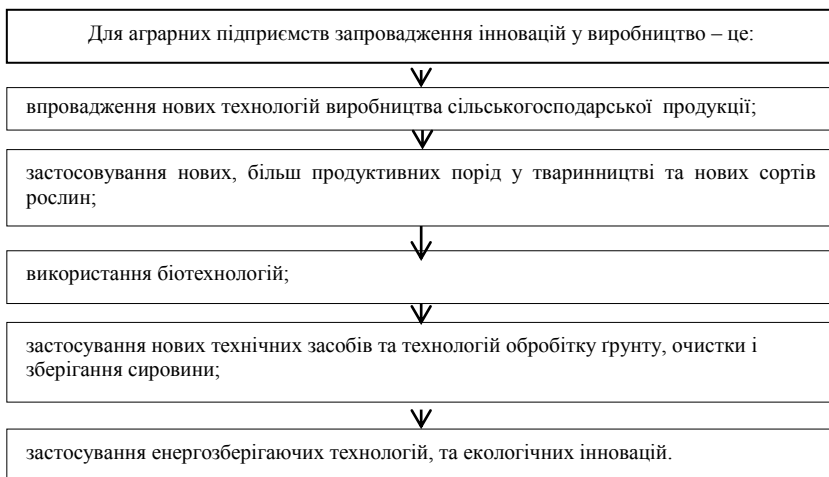


Рис.1. Сутність запровадження інновацій в аграрні підприємства

Досліджуючи стан інноваційної діяльності аграрних підприємств в Україні можна зазначити, що вона є

недостатньою. У вітчизняних підприємствах існує чимало не вирішених проблем ефективного використання інновацій та їх впровадження, що супроводжується втратою ними конкурентоспроможності не тільки на міжнародному, але й на місцевому рівнях. Головною причиною гальмування інноваційного розвитку є брак фінансових ресурсів. Проте існує низка інших причин [3]:

- спад платоспроможного попиту на вітчизняну продукцію з боку держави та підприємницького сектору;
- непривабливість вітчизняних підприємств для іноземних інвесторів через невміння держави фінансово грамотно спрямувати грошові потоки;
- негативний вплив інфляційних процесів;
- високі відсоткові ставки за банківські кредити;
- неплатоспроможність замовників;
- недосконала нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності;
- інші економічні та політико-правові проблеми.

Загалом, до пріоритетних напрямів інноваційного розвитку у процесі діяльності аграрних підприємств можна віднести: формування наукомісткого виробничого процесу; створення та дієвість інноваційної структури; технологічне та технічне оновлення, удосконалення інноваційного менеджменту як запоруки реалізації інноваційної політики.

Список використаних джерел:

1. Величко О. М. Особливості інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Величко // Ефективна економіка №3. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3386>.
2. Сутність, основні поняття та функції інноваційного менеджменту [Електронний ресурс] // Центр учбової літератури. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/16360709/ekonomika/sutnist_osnovni_ponyattya_funktsiyi_innovatsiyного_menedzhmentu.
3. Полегенька М. А. Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України [Електронний ресурс] / М. А. Полегенька. // Агросвіт. – 2017. – №6. – С. 49–54. – Режим доступу до ресурсу: http://www.agrosvit.info/pdf/6_2017/10.pdf

М.В. Одрехівський, д.е.н., професор
О.О. Пшик-Ковальська, к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Сьогодні в Україні створюються та вже функціонує багато інноваційних підприємств (ІП), їхня кількість зростає, що зумовлює проведення глибоких наукових досліджень та вивчення світової практики щодо організації та оптимізації управління їхньою інноваційно-інвестиційною та фінансовою діяльністю, побудови системи фінансування інновацій.

Фінансова діяльність у діяльності ІП посідає чільне місце, її організація має бути оптимальною, спрямованою на зростання обсягів та ефективності використання фінансових ресурсів [1]. Вона покликана забезпечити виконання таких найважливіших завдань:

- створення необхідних передумов для швидкого та ефективного впровадження новинок в усі сфери діяльності ІП, забезпечення їхньої структурно-технологічної перебудови;
- зберігання та розвиток інноваційного потенціалу;
- створення необхідних матеріальних умов та умов для забезпечення і збереження висококваліфікованого кадрового потенціалу.

Оскільки система фінансування інноваційного розвитку є вкрай складним механізмом, то цей механізм має постійно досліджуватись та ефективно розвиватися. Під фінансовим механізмом управління ІП розуміється систему управління фінансами ІП, яка призначена для організації взаємодії ІП з іншими суб'єктами господарювання у сфері фінансових відносин, формування та використання фінансових ресурсів, забезпечення ефективного впливу фінансової діяльності на результати діяльності ІП. Фінансовий механізм включає фінансові методи та важелі, правове, нормативне та інформаційне забезпечення, які взаємопов'язані між собою і становлять цілісну систему. До фінансових методів відносять:

інвестування; кредитування; самофінансування; оподаткування; система розрахунків; матеріальне стимулювання; страхування; заставні, трастові операції; оренда, лізинг, факторинг; фондоутворення. Під фінансовими важелями розуміють: дохід; орендну плату; амортизаційні відрахування; фінансові санкції; прибуток; ціну; дивіденди; цільові економічні фонди; вклади; пайові внески; котирування валютних курсів; форми розрахунків; види кредитів; процентні ставки; дисконт. Правовим забезпеченням фінансового механізму управління діяльністю ПП є чинні закони, укази, статут ПП та інші нормативно-правові акти, що регламентують діяльність ПП. Нормативне забезпечення становлять норми, нормативи, інструктивні матеріали та методичні вказівки. До інформаційного забезпечення відносять первинну та вторинну інформації, збір та аналіз якої може здійснювати ПП, державні органи чи треті структури (банки, постачальники, тощо).

Організацію фінансової діяльності у ПП доцільно здійснювати на основі створення самостійних фінансових відділень в склад яких рекомендується включати наступні відділи: вартісної оцінки результатів діяльності ПП, бухгалтерського обліку та аналізу, роботи з підприємствами, банківських та касових операцій, фінансово-кредитного планування, відділ розрахунків та контрольно-ревізійної роботи [1].

Фінансова діяльність ПП має відповідати прогресивним методам господарювання, сучасним формам управління ПП, забезпечувати ефективний інноваційний процес, надання сервісних послуг, реалізації товарів на основі формування і використання всіх фондів та резервів грошових ресурсів з метою досягнення максимально можливої ефективності ПП. Чітка організація фінансової роботи у ПП дає можливість своєчасно отримувати достовірну інформацію про виконання планів реалізації дослідницьких, виробничих та сервісних операцій, про товари виробництва ПП, про прибуток, фінансовий стан та інше, необхідну для оптимізації процесів управління діяльністю ПП, інформацію. Це сприяє прийняттю обґрунтованих господарських рішень, виявленню внутрішніх резервів підприємства, забезпечує можливість і поточного, і оперативного фінансового планування, виконання фінансових та

касових планів, усіх видів розрахунків.

Контрольна функція фінансів ІІ має полягати у перевірці обґрунтованості планових завдань, норм затрат, правильності витрачання матеріальних, трудових та грошових ресурсів у процесі інноваційної діяльності, наданні сервісних послуг, реалізації продукції та технологій. Необхідність фінансового контролю зумовлена широким використанням вартісних показників і при плануванні, і при оцінюванні їхньої роботи. Господарсько-фінансова діяльність ІІ здебільшого залежатиме від організації фінансової роботи, яку мають здійснювати відповідні фінансові служби.

Для організації фінансової діяльності ІІ необхідно розробити оптимальну структуру фінансового відділення, а його завідувача доцільно підпорядкувати безпосередньо голові правління ІІ та покласти на нього відповідальність за оперативне керівництво фінансовою роботою, фінансовий стан ІІ, здійснення всіх грошових операцій з дотриманням чинного законодавства, нормативних актів та правил.

Організація фінансової діяльності ІІ має бути адекватною ринковим умовам господарювання, гнучкою, адаптогенною до умов зовнішнього середовища. Структура фінансового відділення має сприяти зростанню інвестиційної привабливості ІІ, прийняттю оптимальних управлінських рішень, відпрацюванню стратегічних завдань з метою забезпечення стійкого розвитку.

Фінансове регулювання розвитку ІІ має здійснюватися шляхом активної інвестиційної політики, вдосконалення механізму платежів за використання необхідних ресурсів, ефективної податкової та цінової політики тощо.

Оптимальне управління грошовими відносинами ІІ та реалізація фінансових функцій сприяють досягненню цілей самими ІІ та державою загалом, стабілізації національної економіки та підвищенню рівня її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Одрехівський М. В. Організація фінансової діяльності валеологічних інноваційних структур / М. В. Одрехівський // Фінанси України, 2007. – № 7. – С. 85-97.

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Інноваційна діяльність останнім часом стала майже обов'язковим елементом функціонування економіки суб'єктів господарювання України. Активізація інноваційної діяльності неможлива без розвитку інноваційного потенціалу. Його формування та ефективне використання в сучасних реаліях – це один з ключових чинників сталого розвитку країни, її економіки, зростання благополуччя населення. Інноваційний потенціал країни складається з інноваційного потенціалу її регіонів.

В останні роки в Україні все більшої актуальності набуває модель економічного зростання, яка спирається на інноваційний розвиток. Це стає головним завданням у органів самоврядування та влади регіонів, рішення яких забезпечить розвиток виробничої та інтелектуальної сфер на їх територіях, тобто тих сфер, в яких сьогодні можливий приріст валового регіонального продукту. При цьому, у всіх регіонах вже сформовані елементи інноваційної інфраструктури. Однак, істотних зрушень не відбулося.

Вплив інноваційної діяльності на розвиток економіки відчувається не досить значно. Характерними особливостями є невисока інтенсивність витрат на інновації, а також невелика віддача від цих витрат – їх зростання не призводить до підвищення ролі інноваційних товарів і послуг в загальному обсязі продажів.

В Україні є як регіони, які динамічно створюють і впроваджують інновації, так і території, які інертно беруть участь в інноваційному процесі.

У 2017 р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 759 підприємств. Відбулося скорочення кількості підприємств промисловості, що провадили інноваційну діяльність (на 9% порівняно з 2016 р. до 16,2% всіх

промислових підприємств), що відбулося внаслідок значного скорочення інноваційно-активних підприємств у: середньо-високотехнологічному секторі (на 18% порівняно з 2015 р.), середньо-низькотехнологічному секторі (на 7% порівняно з 2015 р.).

У секторі високо-технологічного виробництва відбулося несуттєве зростання кількості інноваційних підприємств (з 88 у 2015р. до 90 у 2017 р.). Найбільша кількість інноваційно-активних підприємств зосереджена, як і у 2015 р., у низько-технологічному секторі – 350 од. [1].

За даними Державної служби статистики України найбільше скорочення кількості підприємств, що займалися інноваційною діяльністю у 2017 р. порівняно з 2012 р. (більше, ніж у 2 рази) було у 12 областях України: Хмельницькій (на 89,7 %), Чернівецькій (на 78,4 %), Миколаївській (на 78,1 %), Чернігівській (на 76,7 %), Донецькій (на 75,8 %), Херсонській (на 71,6 %), Запорізькій та Івано-Франківській (на 63,7 %), Житомирській (на 57,4 %), Одеській (на 56,6 %), Львівській (на 52,5 %) та Вінницькій (на 52,0 %) [2].

Одним з важливих показників, значення якого вказує на залученість регіону в інноваційні процеси, є частка підприємств, які здійснювали інноваційну діяльність, в загальній їх кількості.

Аналіз питомої ваги підприємств, які здійснювали інноваційну діяльність в Україні свідчить, що за даним показником в 2017 р. лідерами є Харківська (28,1 %), Тернопільська (27,5 %), Миколаївська (26,9 %), Черкаська (24,4 %), Кіровоградська (22,6 %) області, м. Київ (20,7 %), Сумська (20,5 %), Запорізька (19,1 %) області [2]. У інших областях цей показник нижче середнього по Україні, а в Хмельницькій та Рівненській областях частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, нижче середньоукраїнського рівня майже в 3 рази.

Серед регіонів вищою за середню в Україні частка інноваційно активних підприємств була в Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Одеській, Тернопільській, Миколаївській, Черкаській, Кіровоградській, Івано-Франківській, Сумській, Запорізькій областях та м. Києві.

Важливим чинником, що забезпечує інноваційний розвиток,

є інтенсивність витрат на технологічні інновації. майже в усіх регіонах України відсутня стійка динаміка обсягу витрат на технологічні інновації. У 2017р. на інновації підприємства витратили 9117,54 млн грн, у т. ч. на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 5898,84 млн грн, на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 228,48 млн грн, на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 21,83 млн грн та на інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій (інші витрати), – 1027,11 млн грн. [1].

У загальному обсязі витрат на інноваційну діяльність найбільшу питому вагу складають витрати у м. Києві (20,4 %), Запорізькій (15,3 %), Дніпропетровській (12,4 %) та Харківській (9,8 %) областях.

У ході дослідження було встановлено, що важливими чинниками відмінності регіонів за рівнем інноваційної активності є концентрація фінансових, інтелектуальних, інформаційно-комунікаційних, організаційних ресурсів в передових регіонах, перш за все, в м. Києві, Харківській, Дніпропетровській та Запорізькій областях.

Показники процесу становлення сучасної інноваційної діяльності вказують на те, що за останній час не вдалося докорінно підвищити ефективність діяльності регіонів на всіх рівнях господарювання, збільшити інноваційну активність, а також сформувати конкурентне середовище, яке б стимулювало застосування інновацій. Внаслідок цього сьогодні головною проблемою став низький попит на інновації в економіці України.

Список використаних джерел:

1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка. К.: УкрІНТЕІ, 2018. 98 с. <<https://mon.gov.ua/storage/app/media/.../stan-id-2017-f.pdf>> (2018, грудень, 15).
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2017 році: статистичний збірник. К.: Державна служба статистики України. 2018. 180 с. <<http://www.ukrstat.gov.ua>> (2018, листопад, 22).

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОТОКАМИ ВІДХОДІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Ефективне логістичне управління потоковими процесами у межах логістичних систем (ЛС) виробничих підприємств потребує повної та оперативної інформації про рух матеріальних та інших видів ресурсів [3]. У цьому контексті автори монографії [1, с. 267] зазначають, що «володіння своєчасною і якісною інформацією надає змогу скоротити потреби в ресурсах і використовувати їх більш ефективно, збільшуючи гнучкість і стійкість ЛС». Отже, інформація стає важливим чинником, що впливає на рівень результативної й ефективної логістичної діяльності (ЛД) виробничого підприємства. Її позитивний ефект проявляється у зниженні витрат на здійснення ключових функціональних видів ЛД у межах усіх наявних фаз переміщення матеріальних потоків (МП). Наявність і вичерпність потрібної інформації надає змогу істотно скоротити час на закупівлю матеріальних ресурсів, необхідних для функціонування підприємства, підвищити оперативність обліку й контролю логістичних витрат за кожним видом ЛД, поліпшити обслуговування клієнтів і формування необхідних комунікацій, а також вчасно реагувати на задоволення потреби ЛС у необхідних запасних частинах тощо.

Своєчасність інформації забезпечує якнайповніше дотримання основних правил логістики, що створює умови для скорочення тривалості логістичного циклу. І, навпаки, брак і несвоєчасність інформації як правило призводить до неефективного переміщення МП, затоварювання складів, падіння попиту на продукцію, втрати клієнтів і, насамкінець, зниження ефективності ЛД підприємств.

Служба логістики підприємства всю інформацію «згортає» в інформаційний потік (ІП), який являє собою сукупність даних, що циркулюють у межах ЛС та між нею і зовнішнім середовищем, потрібних для управління визначеним переліком логістичних активностей. Цілісний ІП генерується

матеріальними потоками, що входять до ЛС підприємства. Він призначений для відпрацювання й реалізації логістичних рішень щодо виконання конкретних логістичних активностей у межах відповідних функціональних видів ЛД і надалі видів цієї ж діяльності стосовно наявних фаз переміщення МП.

Дослідження ЛД виробничих підприємств показали, що ІІ, які циркулюють у межах їхніх ЛС, мають певні специфічні ознаки, пов'язані з особливостями галузі, до яких здебільшого відносять: сезонність виробництва, малономенклатурність ресурсів і обмежений термін їхнього зберігання. Це зумовлює необхідність групування наявних інформаційних потоків, яке має узгоджуватись насамперед зі складністю структури ЛС підприємств, специфікою їхнього виробничого процесу, а також наявними фазами переміщення МП.

Застосування відомих способів і методів оптимізації ІІ у процесі здійснення ЛД має забезпечити створення та функціонування логістичних інформаційних систем (ЛІС) для управління рухом і доставкою інформації споживачам із мінімальними витратами часу і коштів у процесі задоволення їхніх потреб в інформації. ЛІС являють собою відповідні інформаційні мережі, створення яких починають з моменту визначення вимог замовників на заданому сегменті ринку та розповсюдження отриманої інформації через канали розподілу через виробництво безпосередньо до постачальників необхідних підприємству матеріальних ресурсів. Основні функції ЛІС ґрунтовно описані в сучасній літературі з логістики [1; 2].

Головною метою створення ЛІС на виробничих підприємствах є забезпечення швидкої обробки інформації та оперативності ухвалення логістичних рішень щодо підвищення результативності й ефективності ЛД.

ЛІС підприємства формують стосовно до стандартної процедури обробки інформації: збір → синтез → аналіз → передача керівнику. З огляду на це структура ЛІС має три основні типові ланки: 1 – збір інформації, 2 – систематизація інформації, 3 – аналіз логістики.

Агрегована схема функціонування ЛІС виробничого підприємства в його загальній системі логістичного менеджменту складається із трьох блоків. Перший блок

акумулює інформацію про закупівлю матеріальних ресурсів, другий – про виконання виробничого плану виробництва продукції, утворення відходів та їхню утилізацію, третій – про розподіл і збут продукції, повернення споживачам зіпсованої продукції, знищення відходів. Далі всі види інформації надходять до ланки «Систематизація інформації», звідки у згорнутій формі її спрямовують до інформаційно-аналітичного підрозділу служби логістики підприємства (ланка 3). При цьому слід зазначити, що важливою складовою частиною функціонування ЛІС є ґрунтовний аналіз та оцінювання отриманої інформації про рух МП і зовнішнє середовище.

Оброблена і систематизована інформацію про логістичні потоки й зовнішнє середовище передається керівникові служби логістики, який після її аналізу, коригування та відповідного документального оформлення спрямовує заступникові директора з логістики. Своєю чергою, заступник директора з логістики узгоджує дістані результати по ЛД зі стратегією господарювання підприємства, після чого відбувається коригування планів здійснення конкретних видів ЛД. Отриману інформацію заступник директора з логістики трансформує у відповідні розпорядження, інструкції, накази, які в режимі реального часу доводять службі логістики, а через неї і її підрозділам, забезпечуючи тим самим оперативність і гнучкість управління ЛІС підприємства.

У висновку слід зазначити, що саме ЛІС покликані швидко і в повному обсязі забезпечувати знаходження інформації, що потрібна фахівцям служби логістики відповідно до зон їхньої відповідальності для ухвалення своєчасних управлінських рішень щодо здійснення кожного виду логістичної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Альбеков А.У., Митько О.А. Коммерческая логистика : [учеб. пособ.]. Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. 416 с.

2. Посилкіна О.В. Логістичний менеджмент фармацевтичного підприємства : [монографія] / [Посилкіна О.В., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Загорій Г.В. й ін.]. Харків : НФаУ, 2011. 772 с.

3. Сумець О.М. Інформаційна система управління потоками відходів як засіб забезпечення безпеки й ефективності логістичної діяльності підприємств ОЖГ // Зб. наук. праць ТДАУ. 2013. № 4 (24). С. 228–234.

К.С. Богомолова, к.е.н., доцент
Т.М. Демченко, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
*Харківській національній технічній університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Тривалий час об'єктом управління був стабільний виробничий процес, незмінна виробничо-технічна база, відносно стійка номенклатура продукції з високим рівнем стандартизації. Інноваційний процес мав короткостроковий локальний характер і реалізувався завдяки знанням спеціалістів і керівників із залученням ресурсів і методів, сформованих для стабільних процесів. Економічні умови сьогодення вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, підвищення уваги до ефективності організації досліджень і розробок, організації нововведень на всіх стадіях життєвого циклу продукції, зниження інноваційних ризиків, скорочення термінів упровадження інновацій.

В умовах конкуренції на українських ринках у споживачів постійно зростають вимоги до продуктів і послуг, які вони звикли або планують споживати, тому постійні нововведення можуть стати одним із чинників отримання конкурентних переваг.

Інновація – це кінцевий результат креативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому чи вдосконаленому продукті, технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності або новому підході до надання споживчих послуг.

Інноваційний менеджмент – це підсистема загального менеджменту, метою якої є управління інноваційними процесами в організації [1].

Мета інноваційного менеджменту полягає в нарисі основоположних спрямувань науково-технічної і виробничої діяльності компанії в таких сферах її діяльності:

- розробка, поліпшення і впровадження нової продукції;
- подальша модернізація і розвиток застарілих рентабельних виробництв;

– закриття неприбуткових виробництв [2].

На сьогоднішній день серед проблемних питань інноваційної сфери України переважно визначають чотири основні [3]:

– відсутність фінансування програм з інноваційної діяльності;

– неузгодженість інтересів держави і представників організаційних конструкцій;

– стрімкий розвиток НТП і неквапливе впровадження нововведень у техніці і спецтехнології виробництва;

– низький рівень охорони розумової власності.

Основними шляхами активації інноваційної діяльності в Україні можуть бути:

– підготовка висококваліфікованих кадрів, які зможуть забезпечити розвиток інноваційної сфери;

– підтримка умов упровадження інновацій переважно вітчизняними вченими;

– створення пільг компаніям для впровадження інноваційного товару;

– створення сприятливого для інновацій мікроклімату.

Для зростання результативності інноваційної діяльності підприємств державі потрібно:

– створити закони і нормативи з упровадження інновацій у державу як на обласному, так і на територіальному рівні;

– розробити плани щодо фінансування підприємств для результативного впровадження ними інновацій;

– увести пільги підприємцям для введення інновацій у виробництво так, щоб самі підприємці були в цьому зацікавлені.

Інноваційний менеджмент – система, в якій фактори взаємодіють між собою, які націлені на досягнення або підтримання потрібного рівня життєздатності та конкурентоспроможності підприємства за допомогою механізмів управління інноваційними процесами [4].

Інноваційний процес – це процес створення, освоєння, поширення і застосування інновації. Весь хід цього процесу повинен відстежуватися і коректуватися на основі інформації про стан ринку інновацій: про досягнення конкурентів, про запити потенційних споживачів та інше[5]. На основі цього приймається рішення про подальший розвиток інноваційного

процесу або про його припинення.

І. Сільченко зазначає, що реалізація інноваційної моделі розвитку визначає необхідність постійного удосконалення державної інноваційної політики як складової частини державного регулювання економіки, що пов'язано із закріпленням за інноваціями структуроутворюючої, капіталоутворюючої та інституціональної ролі в економіці, формуванням інноваційного сектора промисловості й інноваційного підприємництва, реформуванням системи суспільного поділу праці, поглибленням глобалізаційних тенденцій [6].

Список використаних джерел:

1. Плакіда В.Т. Конспект лекцій з дисципліни «Інноваційний менеджмент» / В.Т. Плакіда. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 76 с.
2. Хучек М.В. Инновации на предприятиях и их внедрение / М.В. Хучек – М. : Луч, 2002. – 258 с.
3. Кукурудза І.І. Інноваційна діяльність в регіоні: стан, проблеми, перспективи / І.І. Кукурудза // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 1. – С. 67–70.
4. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент : [учеб. пособ. для вузов] / Ю.П. Морозов. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 214 с.
5. Федулова Л.І. Менеджмент організацій : [підручник] / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2004. – 448 с.
6. Сільченко І.А. Державна інноваційна політика в умовах формування інноваційної моделі розвитку// Сільченко І.А. – Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу – 2010.– №1 (9) –с.33-35.

А.С. Бритвенко, к.е.н., доцент

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЄ-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ

Забезпечення інноваційного розвитку вітчизняних підприємств є основною передумовою їх динамічного зростання з подальшим виходом на міжнародні ринки.

На сучасному етапі розвитку оліє-жирового комплексу неухильно зростає значення організації й економічного

управління, використання, відтворення та збереження ресурсів сільськогосподарського призначення. Глибокі зрушення в самому економічному управлінні при переході до ринкових відносин, в організації координації виробництва, в розподілі ресурсів між аграрними підприємствами ускладнюють виконання основної мети економічної їх діяльності – задоволення матеріальних потреб населення. Процес розвитку аграрної економіки нині не можна уявити як єдиний функціональний режим, він характеризується перебудовою, переходом від одних форм організації виробництва й управління економічними ресурсами до інших форм, властивих ринковій економіці. Існування вказаних процесів та явищ потребує системного обґрунтування напрямів та шляхів інтеграції механізмів управління інноваційно-інвестиційним розвитком суб'єктів агробізнесу в системи їх менеджменту [1].

Загальновідомо, що основною метою здійснення підприємницької діяльності є максимізація прибутку як основного показника активності підприємств. Інноваційна активність підприємства відіграє в цьому чи не одну з найголовніших ролей. Діяльність його розкривають інновації шляхом перетворення та реформування виробництва під час використання винаходів або різноманітних можливостей для випуску нових або старих (але новим способом) товарів, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту, модернізації виробництва тощо, тобто здійснення нових комбінацій факторів виробництва [2].

Необхідно розглянути інформаційно-аналітичну платформу управління аграрним бізнесом на прикладі компанії «Астарта». Локалізація підприємств: Полтавська, Вінницька, Хмельницька області та інші регіони України.

«Астарта» – вертикально інтегрований холдинг у сфері цукрового і сільськогосподарського виробництва. Як і багато інших агровиробників, дана компанія купувала програмне забезпечення сторонніх розробників для кращого контролю виробничих процесів. Крім цього, вона активно практикує використання hardware-дронів, датчиків обліку палива, GPS-трекінгу техніки і т. д.

У січні 2017 р. в структурі холдингу створена компанія «Агрі

Чейн» для розробки власних ІТ-продуктів в сегменті автоматизації бізнес-процесів і бізнес-аналітики, які б краще відповідали потребам «Астарти», ніж існуючі на ринку рішення. На даний момент два з дев'яти запланованих модулів реалізовані і успішно впроваджені на пілотних підприємствах, а саме модулі «Управління земельним банком» і «Управління польовими операціями».

Модуль «Управління земельним банком» являє собою єдину бізнес-аналітичну систему (у вигляді веб-рішення), яка концентрує в собі всі картографічні та облікові дані, що стосуються земельного банку, і дозволяє управляти повним життєвим циклом ділянок і полів, включаючи всі необхідні процеси по висновком і продовженню договорів оренди, а також відповідним нарахуванням і виплатами. У планах розвитку продукту на 2019 р. – реалізувати інструментарій для управління ризиками, пов'язаними із земельними активами, включаючи автоматичну генерацію рекомендацій і завдань для співробітників з використанням елементів штучного інтелекту.

Модуль «Управління польовими операціями» – ключова ланка в єдиній інформаційній системі управління операційними бізнес-процесами в рослинництві на всіх етапах і рівнях прийняття рішень. Інтегрує в собі геопросторові та оперативні облікові дані в частині планування, управління і аналізу. Забезпечує оперативний контроль використання ресурсів, дотримання технологічних вимог, якості робіт, своєчасне виявлення ризиків і їх усунення.

Паралельно з продовженням розробки існуючих і нових модулів («Моніторинг полів», «Управління технікою» і т. д.) Технологічна архітектура дозволяє як інтегрувати всі модулі, так і використовувати їх окремо. Даний підхід, а також технічна можливість розгортати програмне забезпечення як на власних серверах, так і в хмарних сервісах, дозволить з часом вийти на український ринок ІТ-продуктів для середніх і великих агрохолдингів [3].

Інформаційне забезпечення складається з різного роду фінансово-економічної інформації. До неї передусім відносять дані про фінансовий стан суб'єктів господарювання, фінансові процеси на внутрішньому і міжнародному ринках. Наявність

надійної ділової інформації дає можливість швидко приймати фінансові та комерційні рішення, які забезпечують максимізацію прибутку.

Отже, сучасною ознакою інноваційного розвитку підприємств-виробників оліє-жирової продукції з боку змін у стані таких елементів продуктивних сил, як техніка та технології, необхідно направити переважну частку інвестицій у засоби виробництва та технології, комплексну автоматизацію виробничих, облікових, управлінських процесів та широке застосування інформаційних технологій [1].

Лідерами ринку в майбутньому стануть ті компанії, які виробляють високоякісну органічну продукцію, з високими екологічними стандартами та соціальною відповідальністю.

Список використаних джерел:

1. Пономарьов О. С. Методологічні принципи побудови механізмів управління інноваційно-інвестиційним розвитком суб'єктів агробізнесу. URL: http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/apie_2018_r01_a11.pdf.

2. Пухальська Н. О., Гончаренко Л. М. Сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/21.pdf.

3. Вишне夫斯基 Ю. Топ-20 самых инновационных компаний Украины. URL: http://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-20-samyh-innovatsionnyh-kompaniy-ukrainy-30112018230000.

О.В. Варахсіна, к.е.н.,

А.А. Іськович, аспірант

Полтавська державна аграрна академія

ОКРЕМІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В економічному тлумачному словнику К.Д. Гордієнка поняття «інновації» визначається як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1, с. 120].

Покропивний С. та Завлін П.Н., визначають інноваційну діяльність – як «процес, що спрямований на реалізацію результатів наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новостворений або ж удосконалений старий продукт, реалізований на ринку, у новий чи удосконалений технологічний процес, використаний у практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки» [2, с. 98].

Об'єктами інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; виробниче обладнання та процеси; інфраструктура виробництва і підприємництва; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери; сировинні ресурси, засоби їх видобування і перероблення; механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції; товарна продукція [3, с. 156-158].

Базові підходи до класифікації інновацій за різними ознаками наведені на рис. 1.

До визначальних питань управління розвитком нововведень відносяться основні етапи процесу управління інноваційним розвитком підприємства: визначення стратегічної мети інноваційної діяльності, виходячи з якої формуються інші елементи системи управління інноваційним потенціалом (завдання, функції, принципи, організаційні механізми); системний аналіз наявних та потенційних можливостей підприємства у сфері здійснення інноваційної діяльності, їх оптимізації за розміром і часом (просторова, часова та ресурсна оптимізація); визначення періоду досягнення поставлених цілей (найбільш вірогідного, максимального, мінімального), оцінка ймовірності укладання в прогнозовані часові рамки; розроблення організаційного механізму управління інноваційним потенціалом (формування команди, розподіл повноважень, визначення центрів відповідальності); реалізація конкретних інноваційних заходів у рамках визначених напрямів інноваційної діяльності підприємства; оцінювання поточного рівня інноваційного потенціалу; обрання стратегії подальшого розвитку інноваційного потенціалу залежно від його рівня;

контроль за розвитком інноваційного потенціалу; оцінювання отриманих результатів використання інноваційного потенціалу банку та планування на цій основі напрямів подальших змін [5, с. 165].

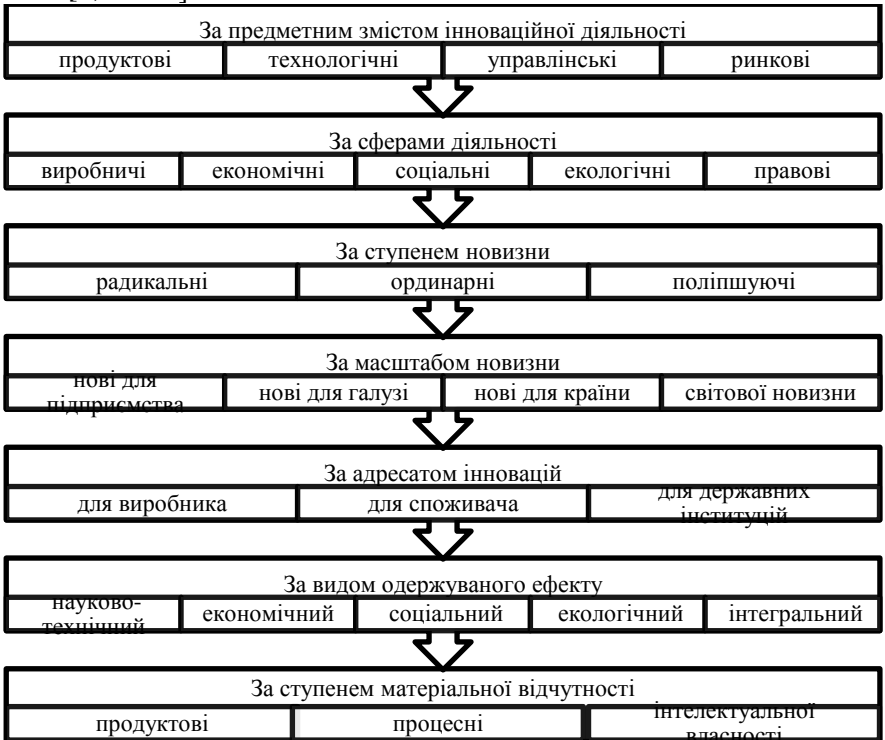


Рис. 1. Класифікація інновацій за різними ознаками
Побудовано на основі [4, с.13 – 15]

Отже, розглянувши окремі підходи до визначення економічної категорії «інноваційна діяльність» та основні етапи процесу управління інноваційним розвитком підприємства необхідно зазначити, що і сьогодні вивчення питання інноваційної діяльності підприємства є актуальним і вкрай необхідним.

Список використаних джерел:

1. Гордієнко, К.Д. Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства України у сфері економіки / К.Д. Гордієнко – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНТ, 2007. – 360 с.

2. Покропивний С. Ф. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності / С. Ф. Покропивний, А. П. Новак. – К. : КНЕУ, 1997. – 184 с.
3. Козловський В.О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.О. Козловський. – Вінниця: ВНТУ, 2007. – С. 156-158.
4. Ілляшенко, С.М. Інноваційний менеджмент / С.М. Ілляшенко – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
5. Концептуальні основи формування системи управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства на засадах маркетингу / Т.А. Васильєва, С.В. Леонов, Я.М. Кривич // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. I. – С. 160-171.

V.L. Voronina, Candidate of Economic Sciences
Poltava State Agrarian Academy

DIAGNOSTICS OF THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT

At the current stage of market relations development in Ukraine, the issue of regulating the development of enterprises requires new approaches to its solution. Non-interference of the state into the economic activity of enterprises motivates them to seek out the ways of survival under the market economic conditions, find the ways to update management mechanisms and thus ensure the growth of the economic potential and competitiveness. In connection with this, there is a need for a new, scientifically grounded approach to improve the mechanism of enterprise management and methods for diagnosing the effectiveness of this management, taking into account their internal features and the dynamics of the external environment [1].

Thus scientific substantiation of modern innovative methods of diagnosing the efficiency of enterprise management is an urgent problem which requires immediate solution.

In the development of the adaptive management model for socio-economic efficiency of enterprises, in our opinion, it is advisable to use a matrix method with the calculation of a generalized efficiency indicator.

Any enterprise, regardless its size, a sphere of activity, profitability or loss-making business, is a complex economic system.

Therefore, the efficiency of production is a complex concept too. Its assessment in terms of the individual indicators will always be incomplete and one-sided. For example, in case of high level of labor productivity, an enterprise may be low-profitable or even loss-making for one reason or another. Being highly profitable, it may still have poor balance structure.

In view of this, it is necessary to conduct the assessment and analysis using not the individual indicators but the system of indicators (or the «matrix of indicators» as suggested in this study). Such an approach will, on the one hand, promote control over the implementation of the plan and, on the other hand, it will serve the basis for making management decisions.

The matrix model of analysis will allow to evaluate the decisions made in the past and to substantiate the decisions made on the basis of interconnections and dependencies of different indicators.

With the help of the matrix method, it is possible not only to characterize the state of the enterprise and the dynamics of its development in general but also to determine the changes in the results of work and to identify the reserves for improving the efficiency of its activities.

The study has revealed that the matrix of cost-benefit ratio confers an objective description of the effectiveness of the available resources utilization, the strategic income being the profits amount. The structural and logical scheme of constructing a matrix model for assessing the efficiency of enterprise management is shown in Fig. 1.

It is recommended to conduct the selection of the key indicators for the analysis and assessment in several stages. At the first stage, it is advisable to evaluate information. As a result of this assessment, from the initial set of the indicators will be excluded the indicators, the amount of which is calculated as a quotient of the division (productivity, profitability, capital productivity, etc.). At the second stage it is necessary to select the indicators, that reflect the main results of the enterprise activities in general, and its structural subdivisions, in particular. Similarly, it is necessary to select the indicators that reflect the resources and costs necessary for production. At the third stage, a set of indicators is adjusted taking into account the frequency of observation and the indicators available for calculation.

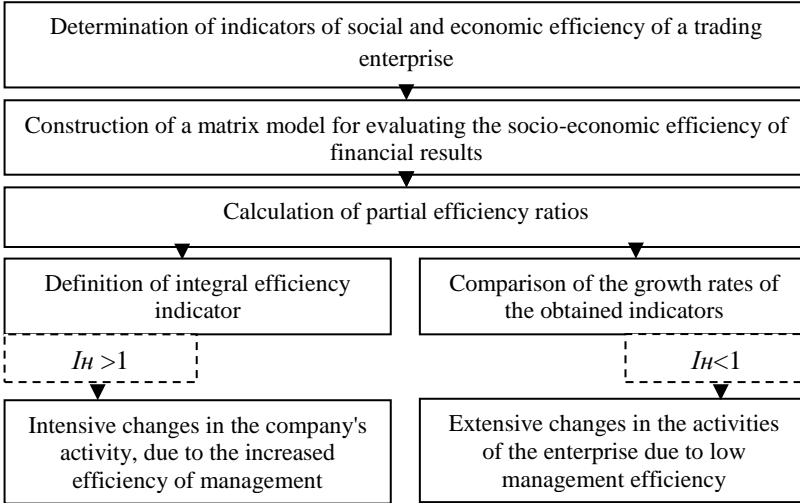


Fig. 1. The structural-logical scheme of constructing a matrix model for diagnosing the enterprise management efficiency [2]

When compiling the list of the enterprise efficiency indicators, it is important that they reflect all aspects of the process under investigation. The assessment of the enterprise management efficiency must reflect the interconnections between its resources availability, the cost-benefit ratio in accordance with the following scheme (1):

$$\text{Resources} \rightarrow \text{Costs} \rightarrow \text{Results} \quad (1)$$

In order to carry out a comprehensive analysis it is proposed to include the following indicators into the matrix model (Fig. 2):

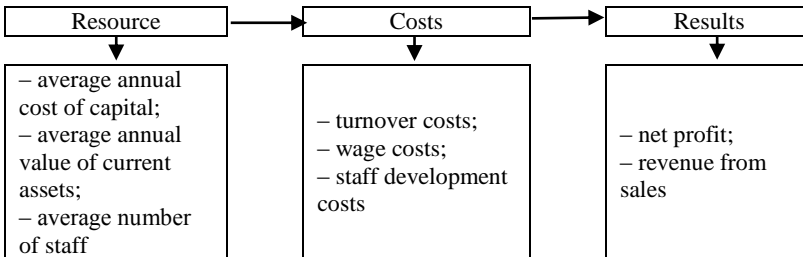


Fig. 2. Indicators of the integrated assessment of the enterprise management efficiency

We believe that the inclusion of this set of indicators in the matrix model will ensure the objectivity and completeness of the conclusions of the diagnostic system.

References:

1. Milka A. I. (2015) Stratehichnyi pidkhid do pidvyshchennia efektyvnosti sotsialno-ekonomichnoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii [Strategic approach to increasing the efficiency of socio-economic activity of consumer cooperatives]. *Tekhnolohichnyi audyt ta rezervy vyrobnytstva. Seriya: Ekonomichni nauky*, vol. 5/5 (25), pp. 43-48.

3. Frolova L. V. (2010) Matrychna model diahnostryky efektyvnosti upravlinnia finansovymy rezultatamy [Matrix model of diagnostics of the effectiveness of management of financial results]. *Visnyk DonNUET*, vol. 3 (47), pp. 187-195.

О.Г. Головка, к.е.н., доцент,
А.В. Стасишина, здобувач вищої освіти
*Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ТА ДЖЕРЕЛА ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

При заснуванні страхової компанії закладається основа її фінансової стійкості. Розмір і структура статутного капіталу є головними на цьому етапі. На початку в страховій компанії немає інших засобів, крім статутного капіталу, тому він необхідний для виконання зобов'язань за договорами страхування. Його значення не зменшується навіть тоді, коли страховик діє на ринку вже тривалий час [1].

Статутний капітал формується в порядку і розмірах, визначених чинним законодавством та установчими документами. Власні кошти страховика формуються за рахунок внесків засновників, за рахунок прибутку, отриманого в результаті діяльності, та доходів від інвестування коштів, а також шляхом додаткової емісії акцій [2].

Отже, для оптимальної організації тарифної, інвестиційної та перестрахової політики компанії важливу роль відіграє розмір власного капіталу страховика.

Також однією з умов забезпечення фінансової стійкості

страхових операцій є перестраховання. Основна функція перестраховання – вторинний перерозподіл ризику. Тобто страхова компанія спроможна надати страхувальнику тільки ту гарантію, яка відповідає його фінансовим можливостям. Розподіливши ризик між собою та іншою страховою компанією, страховик зможе виконати свої зобов'язання через перестраховання, що дає йому можливість розширити перелік ризиків, які він готовий прийняти на страхування, та охопити більшу кількість видів страхування, а також дає здатність захистити свої активи. Перестраховання дозволяє страховику застрахувати об'єкти, які за своєю вартістю або ступенем ризику значно перевищують його фінансові ресурси [3].

Страхова організація обов'язково повинна мати у своєму розпорядженні спеціальні грошові ресурси – страхові резерви, щоб здійснити виплати при настанні страхових випадків. Основою діяльності страховика та її фінансової стійкості є формування та використання страхових резервів. Від правильності їх розрахунку залежить платоспроможність та можливість виконання зобов'язань за страховими випадками.

Страхові резерви формуються із страхових премій, що сплачуються страхувальниками, при цьому їх величина повинна забезпечувати не тільки формування страхових резервів, а й можливості страховика врегулювати всі страхові випадки, покрити витрати на ведення справи і отримати прибуток, що знаходить відображення у структурі страхового тарифу [1].

Є велика кількість помилок, що призводять до зниження або втрати фінансової стійкості: використання неправильних тарифів, наприклад, заниження тарифу в умовах зростання збитковості виду страхування або невірний вибір структури страхового портфеля для даного ринку за інших рівних умов. В сучасних умовах розмір тарифної ставки стає одним з елементів конкуренції, що постійно стимулює страховиків до зниження тарифів, обґрунтованого з точки зору залучення клієнтів, але необґрунтованого з позиції фінансової стійкості компанії. Правда, якщо страховик здійснює з якого-небудь виду страхування одиничні угоди, розмір страхового тарифу не настільки важливий в плані впливу на конкурентоздатність страхової компанії, однак в такому випадку для забезпечення

фінансової стійкості тариф повинен враховувати сформований рівень збитковості на ринку, щоб без складнощів даний прийнятий ризик міг бути переданий в перестраховання [4].

З метою оптимізації тарифної політики необхідно за допомогою математичних і статистичних методів розробляти алгоритми формування та зміни структури страхового портфелю, що забезпечить достатній захист страхової компанії від загрози банкрутства.

Підводячи підсумки, фінансова стійкість страхової компанії залежить від багатьох аспектів організації роботи страховика, але стабільну діяльність компанії може забезпечити ефективно, комплексне та одночасне вдосконалення її основних складових.

Список використаних джерел:

1.Базилевич В.Д. Страхування: Підручник./ В.Д. Базилевич, К.Базилевич, Р.В. Пікус та ін. / за ред. В.Д.Базилевич / Київ. нац. ун-т ім.Тараса Шевченка. – К.: Знання, 2008. – 1019с.

2.Добош Н.М. Основні принципи формування та управління капіталу страхових організацій / Н.М.Добош // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – 2013. – 134 с.

3.Пікус Р.В. Характеристика джерел забезпечення фінансової стійкості страхової компанії / Р.В. Пікус // Науково-практичний збірник. – 2017. – №1. – 68 с.

4.Моїсеєнко І.В. Державне фінансове регулювання страхового ринку: теоретичний аспект / І.В. Моїсеєнко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – №3. – 146 с.

М.О. Живко, к.юр.н.

Солонківська СР Львівської області,

Х.З. Босак, к.юр.н.

УНП у Львівській області,

А.І. Вольних, здобувач вищої освіти

Українська академія друкарства, м. Львів

ЕТАПИ РОБОТИ З СИСТЕМОЮ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ IMS

Одним із найважливіших інститутів господарського процесу є інститут судової експертизи. Його формування проходило поступово, шляхом прийняття відповідних законодавчих актів та їх застосування на практиці. В результаті сформувалася

відповідна правова база, що регулює питання організації та проведення судових експертиз у господарському процесі.

За твердженням науковців проведення експертизи – це процесуальна дія, суть якої полягає в дослідженні експертом за завданням правоохоронних органів речових доказів та інших матеріалів з метою встановлення фактичного стану і обставин, що мають істотне значення для правильного вирішення справи, яка виникла в процесі правовідносин [1, с. 7; 2, с. 6]. Судово-експертна діяльність може здійснюватися також на підприємницьких засадах на підставі спеціального дозволу (ліцензії) або громадянами за разовими договорами.

Будь-яка структурна одиниця, чи то спеціалізована експертно-криміналістична служба, чи ліцензована підприємницька структура, несе велику відповідальність за одержані результати та зроблені на їх основі висновки щодо відповідності перевірених матеріалів, зразків та інших об'єктів експертизи вимогам їх специфікацій. Правильність і точність одержаних аналітичних результатів залежить від багатьох взаємопов'язаних чинників (якості управління експертизами, правильного ведення документації, рівня підготовки фахівців, якості аналітичної роботи, матеріалів, приладів, реактивів, програмного забезпечення тощо). В умовах розвитку НТП та ІТ-технологій одним з найважливіших моментів проведення експертиз є документування всіх етапів роботи з об'єктами експертиз.

У щоденній роботі керівникам та експертам доводиться мати справу з величезним обсягом різноманітної інформації (відкритої та закритої) і великим потоком документів, зокрема: інформацією про зразки, матеріали, документи що поступили для експертного дослідження; специфікаціями, інструкціями, стандартами, нормативами тощо, згідно з якими буде проводитися контроль якості; аналітичними листками і звітами аналітиків; оцінкою результатів досліджень; інформацією про архівні зразки, реактиви, стандартні зразки; бухгалтерськими стандартами та документами; переліком інструментів та інформацією щодо їх класифікації та групування; відомостями про персонал і підвищення його кваліфікації.

Зі збільшенням обсягу роботи експертних організацій та

впровадженням нових вимог до опрацювання інформаційних ресурсів настає момент, коли кількість документів і зразків стає дуже великою і старі методи роботи не можуть забезпечити її виконання. Для швидкого і правильного виконання покладених на експертну організацію обов'язків і вирішення проблем оперативної обробки великої кількості інформації, існують два різних шляхи - екстенсивний (збільшення штату співробітників) або інтенсивний (придбання комп'ютерної техніки та закупівля або розроблення необхідного програмного забезпечення з послідовним навчанням персоналу).

Перший шлях є економічно і практично не вигідним, адже він не підвищує продуктивності праці, не застерігає від помилок, вимагає додаткових приміщень для нового персоналу, збільшення фонду платні тощо. Тому практичним та ефективним вважається другий напрямок, адже у світі бурхливо розвивається напрям комп'ютеризації аналітичних досліджень, створення так званих IMS (Information Management System) - систем управління даними. IMS - пакет програм для порівняння, розрахунку, контролю і поширення аналітичних даних. Ця інформаційна система може виконувати різні функції: від реєстрації матеріалів до опрацювання одержаних результатів, контролю якості, фінансового контролю і складання звітів та висновків проведених експертних досліджень. Тобто, IMS може успішно використовуватися для контролю та управління експертними дослідженнями.

Саме для складання експертних висновків та для прийняття управлінських рішень треба враховувати своєчасність, повноту, достовірність інформаційних ресурсів та новітні інформаційні технології (ІТ). Тому під час створення системи контролю та управління за експертними дослідженнями треба враховувати можливість оцінювати системою ефективність використання у внутрішніх характеристиках традиційних ІТ-операцій за такими параметрами, як вимір обсягів інформації, що передається; швидкість виконання операцій процесором; час напрацювання апаратури на відмову, бо для експертів головною проблемою є врахування і демонстрація керівництву тих нематеріальних переваг, які надають інформаційні інновації для повного та якісного проведення експертних досліджень.

Як бачимо, управління експертним підрозділом та здійснення контролю за якістю його діяльності вимагає системного підходу до аналізу структурного підрозділу і процесу управління ним, з метою забезпечення якості проведених експертних досліджень та різних видів експертиз. Системний підхід змістовно відображає групу методів, за допомогою яких реальний об'єкт описується як сукупність взаємозв'язаних чи взаємодіючих компонентів [3]. Завдячуючи системному підходу – ефективному способу розумової діяльності і мислення, можлива творча самореалізація керівника (управлінця), його професійна діяльність за наявності повної та достовірної інформації.

Інформаційна система менеджменту IMS (Information Management System) в експертних структурах має здійснюватися на рівнях Адміністратора (керівника системи) і Виконавця (аналітика) з різними можливостями доступу і редагування.

За допомогою IMS персонал експертної установи може виконувати наступні завдання: реєстрацію матеріалів, документів, зразків, що надходять на дослідження; складання та роздрукування рахунків замовникам; розподіл роботи між Виконавцями і створення аналітичних листків відповідно до поставлених завдань; контроль за процесом дослідженням об'єктів експертизи і заповнення аналітичних листків; порівняння введених в аналітичні листки результатів досліджень з вимогами науково-технічної документації (стандарти, нормативи, специфікації тощо), генерація висновку про відповідність об'єкта експертного дослідження вимогам НТД; підготовлення проектів протоколів експертного дослідження об'єкту та висновків експертних досліджень; підготовлення і складання різних статистичних звітів.

Найбільш відомими видами управління системами вважають: цільове управління; програмно-цільове управління; планове управління; комплексне управління; рівноважне управління; антикризове управління; стійкого розвитку; синергічне управління; за принципом зворотного зв'язку; ієрархічне управління; операційне управління; ситуаційне управління; оптимальне управління та самоуправління. Перелічені види управління базуються на окремих складових системного

підходу. Розвиток управління пов'язаний з інтеграцією цих видів управління єдину форму системного управління [4].

Керівник експертного підрозділу для оптимізації процесу управління і контролю за якістю проведення експертних досліджень має орієнтуватися в особливостях організації бази даних установи, в можливостях та технічних характеристиках обладнання, а головне в кваліфікаційних якостях персоналу для ефективного керування різними функціями системи. Функція системи – це спосіб прояву активності системи, сталі активні взаємовідносини речей, коли зміна одних елементів спричинює зміну інших.

Система управління інформаційного менеджменту IMS включає програмні аспекти та експертні системи. Експертна система – це програма, що поводить себе подібно експерту в деякій, звичайно вузькій прикладній сфері. Типові застосування експертних систем містять у собі такі завдання, як медична діагностика, локалізація несправностей в устаткуванні й інтерпретація результатів вимірів та відповідності.

Експертні системи повинні вирішувати завдання, що вимагають для свого рішення експертних знань у деякій конкретній сфері. У тій чи іншій формі експертні системи повинні мати ці знання. Тому їх також називають системами, заснованими на знаннях. Однак не всяку систему, засновану на знаннях, можна розглядати як експертну. Експертна система повинна також уміти певним чином пояснювати свою поведінку і свої рішення користувачу, так само, як це робить експерт-людина. Це особливо необхідно у сферах, для яких характерна невизначеність, неточність інформації (наприклад, у медичній діагностиці, експертних дослідженнях зразків матеріалів тощо).

Порядок роботи з системою інформаційного менеджменту IMS можна розділити на чотири основні етапи:

1-й етап – проводиться реєстрація замовлення, реєстрація об'єктів дослідження, складання і друкування рахунку для замовника. В процесі реєстрації замовлення на експертне дослідження зазначають наступні дані, формуючи таким чином базу даних замовників: дата і номер замовлення; дані про замовника, які включають назву, адресу, телефон, факс, особу для контакту; вид контролю. Якщо в експертній установі є

спеціалізована лабораторія для проведення технічних, хімічних, органолептичних та інших лабораторних аналізів, ефективно використовувати систему DCLIMS (Drug Control Laboratory Information Management System), що дасть можливість розширити та доповнити базу даних якісними характеристиками лабораторних зразків, досліджуваних об'єктів та виробників.

Після внесення вищенаведених даних програма автоматично друкує рахунок з вартістю замовлення для оплати замовником. В рахунку зазначається дата і номер (ідентичні даті і номеру замовлення), банківські реквізити та адреса експертної установи, назва платника, перелік усіх зразків в замовленні з їх реєстраційними номерами, назвами, номерами серій, виробниками, вартістю аналізу кожного зразка, загальною вартістю замовлення (цифрами та прописом) та сумою податку на додаткову вартість.

2-й етап – розподіл роботи поміж виконавцями (видача аналітичних листків). Для цього попередньо в програму вводиться стандарт, норматив тощо, за якими буде проводитися встановлення відповідності об'єкта дослідження. Цей стандарт включає назву, номер, термін дії, вимоги аналітичної документації (АД) в описовому або цифровому вигляді. Одночасно при введенні цієї інформації поповнюється база даних аналітичної документації (АД), одночасно створюється БД стандартних показників, яка постійно поповнюється.

Крім того інформаційна система містить БД Виконавців – співробітників експертної установи (їх прізвище, ім'я, по-батькові, посада). Під час розподілу роботи за зразками проведення досліджень за показниками АД доручається одному або кільком Виконавцям, наприклад, при виконанні в повному обсязі експертного дослідження зразків бетонних виробів може бути створено п'ять аналітичних листків: для хіміка (визначення складу виробу), для оператора хроматографа (ідентифікація, кількісне визначення), для біолога (токсичність, шкідливість), фахівця-будівельника (технологічні якості) та експерта-криміналіста (можливість спричинених пошкоджень, порушення вимог законодавства). За даним зразком програмою автоматично створюються аналітичні листки (завдання) для кожного виконавця з присвоєнням номера та дати. Аналітичний

листок (завдання) містить прізвище виконавця, повну інформацію про зразок, таблицю з переліком розділів АД, які будуть виконуватися Виконавцем, та вимоги АД за цими розділами.

3-й етап. Після одержання завдання аналітик, експерт виконує аналіз об'єкту експертного дослідження за переліченими в аналітичному листку розділами зазначених вимог стандартів. Отримані результати можуть вводитися в аналітичний листок вручну або безпосередньо через інтерфейс приладів. Програма автоматично порівнює введені результати з вимогами АД і робить висновки про відповідність представленого зразку. Виконавець на своєму рівні не може змінювати або редагувати введені результати. Заповнений аналітичний листок (звіт) роздруковується, підписується Виконавцем і передається Адміністратору. Аналітичний листок (звіт) відрізняється від аналітичного листка (завдання) тим, що він має заповнену колонку з результатами аналізу та висновками про відповідність зразка вимогам АД.

4-й етап – перевірка Адміністратором одержаних результатів і друкування протоколів проведених досліджень та аналізів. Програма після внесення аналітиком результатів досліджень створює проект протоколу з висновком про відповідність зразка вимогам АД, із присвоєнням номера протоколу і дати.

Адміністратор перевіряє правильність внесених даних і друкується заключний протокол з висновком та сам висновок.

Крім того IMS дає можливість швидко готувати статистичні звіти за будь-який період роботи експертної установи.

Тобто комплексне застосування інформаційних, технологічних та експертних систем є механізмом ефективного управління та контролю за якістю проведення експертиз.

Отже, інформаційна система менеджменту IMS (Information Management System) дозволяє: підвищити продуктивність при роботі з великим обсягом документів; зменшити ризик помилок; здійснювати організацію роботи й оформлення документації у відповідності з вимогами відповідних стандартів; прискорити пошук необхідної інформації; керувати процесом проведення експертних досліджень; швидко готувати статистичні звіти за будь-який період часу; контролювати якість проведення

лабораторних досліджень тощо.

Список використаних джерел:

1. Білуха М.Т. Судово-бухгалтерська експертиза: Підручник. К.: Вища школа, 1992. 279 с.
2. Рудницький В.С., Бруханський Р.Ф., Хомин П.Я. Судово-бухгалтерська експертиза економічних правопорушень. Навч.посіб. К.: ВД «Професіонал», 2004. 304 с.
3. Живко З.Б., Живко М.О., Босак Х.З. Інформаційна безпека та захист інформації. Навч.посібник / З.Б.Живко, М.О.Живко, Х.З.Босак. – Львів: Ліга-Прес, 2010. – 145 с.
4. Живко З.Б., Живко М.О. ІТ-технології в системах контролю за якістю проведення експертиз та ОРД. *Право і суспільство. Науковий журнал.* – Дніпропетровськ: Вид-во ВНПЗ «Дніпропетровський гуманітарний університет», 2010. -№ 1'2010. – С. 169 – 173.

М.В. Коваленко, к.е.н., доцент,
А.О. Тенянюк, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Пріоритетним напрямком підвищення конкурентоспроможності підприємств сьогодні інноваційна діяльність. Економічно сильні сільськогосподарські підприємства інтенсивно впроваджують нові прогресивні технології в рослинництві, тваринництві, використовують високоврожайні сорти культур, ефективні засоби захисту рослин, розводять високопродуктивні породи тварин, застосовують нові інформаційні технології. Належне управління інноваційними процесами у змозі забезпечити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на ринку. В обліку така інформація не відображається в систематизованому вигляді, що унеможливує визначення ефективності інновацій та управління цими процесами. Тому пропонується в складі відповідних синтетичних рахунків відкривати аналітичні рахунки для обліку витрат, виходу продукції за новими технологіями, доходів, джерел фінансування витрат на інноваційну діяльність.

Інноваційна стратегія підприємства це цілеспрямований

процес розробки і реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток продуктових і технологічних інновацій, принципи якого формуються загальною стратегією бізнесу підприємства [2, с. 67].

Інноваційна стратегія відноситься до рівня функціональних стратегій. Стратегічний план підприємства визначає цілі та напрями розвитку у всіх сферах господарської діяльності, в тому числі щодо інновацій. При цьому для деяких агресивних інновацій-них підприємств стратегія у сфері інновацій є найбільш значущим елементом корпоративної стратегії. У будь-якому випадку інноваційна стратегія підприємства повинна бути органічно пов'язана зі стратегією бізнесу і орієнтована на реалізацію спільних стратегічних цілей та принципів в інноваційній сфері, відповідно, необхідний механізм трансформації загальних стратегічних цілей у цільові установки і про-грами інноваційної діяльності [2, с. 68].

М. Портер запропонував відому класифікацію конкурентних стратегій компаній, в рамках якої виділено чотири базових напрями досягнення конкурентних переваг: лідерство у витратах, диференціація і фокусування на витратах чи фокусування диференціації. В табл. 1 представлені варіанти стратегії конкуренції [2, с. 68].

У наведеному вище визначенні інноваційної стратегії поряд з принципом відповідності загальної стратегії підприємства чітко виділені дві її складові, орієнтовані на розвиток продуктових і технологічних інновацій.

Продуктова стратегія підприємства включає визначення напрямків розвитку існуючого асортименту і впровадження нових конкурентоспроможних продуктів.

На думку багатьох дослідників, ядром розробки ефективної стратегії бізнесу є розвиток ключових компетенцій – специфічних навичок і вмінь, якими володіє підприємство. До найважливіших компетенцій підприємств в інноваційній сфері (інноваційним здібностям) відносяться навички та вміння у таких видах діяльності як:

- технологічне прогнозування;
- дослідження ринку і аналіз споживачів;

- пошук і оцінка ідей нових продуктів і технологій;
- придбання технологічних ресурсів;
- ефективна система управління проектами.

Таблиця 1

Еталонні стратегії і спрямованість продуктових і процесних інновацій

	Лідерство у витратах	Диференціація	Фокусування на витратах	Фокусування на диференціації
Інноваційна стратегія				
Розвиток продукту	Розвиток продукту, спрямований на зниження його вартості	Розвиток продукту, спрямований на підвищення його якості, збільшення функцій і т.д.	Розвиток продукту, спрямований на зниження витрат при обслуговуванні конкретного сегменту	Розробка продукту, націлена на поглиблення спеціалізації при обслуговуванні конкретного сегменту
Розвиток процесу	Поліпшення процесу з метою зменшення витрат матеріалів і трудових витрат, а також на збільшення переваги великих економічних об'єктів	Розвиток процесу, спрямований на поліпшення параметрів (наприклад, надійності), що підвищують цінність продукту для покупця	Розвиток процесу, спрямований на зниження вартості обслуговування сегменту	Розвиток процесу, спрямований на підвищення цінності продукту для покупців сегменту

Для формування технологічної стратегії найбільше значення мають можливості підприємства в сфері технологічного прогнозування та аналізу життєвого циклу технологій, які залежать від компетенції і досвіду експертної роботи її фахівців, наявності партнерських зв'язків з науковим співтовариством, участі у державних програмах науково-технічного прогнозування.

Список використаних джерел:

- 1.Кравченко М. Управління фінансово-економічною підсистемою підприємства. *Схід*. 2009. № 9 (100). С. 13-16.
- 2.Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Т 7. Вип. 4. С. 67-72.

УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Швидке впровадження нових технологій, нові форми організації виробництва, скорочення і навіть зникнення окремих підприємств, виникнення нових сфер зайнятості, механізація, електронне спілкування та Інтернет змінюють способи ведення бізнесу і взаємодію людей у процесі трудової діяльності.

Динамічний розвиток підприємства, зумовлений зростанням конкуренції, що супроводжується використанням нових технологій, неможливий без постійного розвитку професіоналізму співробітників [3].

Сьогодні значно підвищується значення інновацій, інноваційних технологій в управлінні персоналом. Тому сучасні методи підвищення ефективності діяльності підприємства вимагають від служби персоналу формування працездатної і ефективно функціонуючої команди. Досягнення цієї мети неможливе без впровадження управлінських нововведень, які дозволяють створити необхідні умови для реалізації продуктивних та технологічних інновацій і є фундаментом для організації інноваційного процесу [1].

Для країн Європейського Союзу характерний інтенсивний процес перерозподілу робочих місць на користь більш висококваліфікованої праці. За розрахунками експертів ОЕСР, у цих країнах щорічно оновлюється 10-15% усіх робочих місць, а на менеджерів та кваліфікованих спеціалістів припадає 50-60% усіх вакансій, що відкриваються [2].

В зв'язку з цим, все більшу популярність набувають так звані агентства ексклюзивного пошуку (на Україні їх поки що одиниці), які заключають із замовником договір на виконання послуг по здійсненню підбору необхідних спеціалістів, погоджують вимоги до кандидатів і дають гарантію про виконання послуг. Інколи їхній гонорар складає до 30% річного доходу працівника і підприємство повністю оплачує цю послугу, в зв'язку з тим, що шукає кандидатуру на високу

посаду.

Executive search – технологія підбору керівників вищої управлінської ланки і рідкісних спеціалістів без публікації об'яв про вакансії у засобах масової інформації [1].

Окрім «executive search» у технологіях підбору персоналу виділяють також технологію «Middle selection» – під якою розуміють підбір персоналу середньої ланки. Часто технологію підбору персоналу середньої ланки ототожнюють з рекрутингом, в якому активно використовуються Інтернет-ресурси й елементи прямого пошуку

Один із найпопулярніших методів – «headhunting» (в перекладі – «полювання за головами», активний пошук топ-менеджерів, відомих висококваліфікованих спеціалістів і звернення до них із пропозицією про зміну місця роботи на вакансії вищого управлінського рівня) [2]. Послуги по підборі персоналу через зазначені компанії відрізняються високою вартістю: в розмірі 30-40% від річного заробітку працівника, включаючи премії і бонуси, що в кінцевому результаті складає від 15 до 50-100 тис. дол. США за одну особу.

Найбільш популярною є послуга, що дозволяє звільнити працівника так, що він навіть не розуміє, що звільнення ініціювало його керівництво. В цьому випадку анонімно працює хедхантер, який знаходить незамінного спеціаліста і «переманює» його в необхідну компанію.

Серед усіх можливих методів м'якого звільнення найбільш безболісним експерти вважають «аутплейсмент» – європейський метод звільнення персоналу, який передбачає максимально активне сприяння роботодавцю працевлаштування звільненого працівника та допомагає уникнути соціальних виплат, негативної реклами і сформувати позитивний імідж підприємству в очах потенційних партнерів [2]. Це один з найбільш вартісних методів вивільнення персоналу. Наприклад, для типових посад – до 15% від річного доходу співробітника, для робітничих спеціальностей – до 10% або фіксована ціна за одну людину, якщо мова йде про реструктуризацію великої компанії.

Серед методів підбору персоналу, які на даний час є найпоширенішими та міцно увійшли у щоденну роботу HR-

менеджерів, доцільно виділити «прелімінарінг». Особливість методу полягає в тому, щоб залучати до роботи здібних студентів і молодих фахівців після закінчення навчання з перспективою подальшого працевлаштування [1].

Заслуговує уваги ще один прогресивний підхід до управління персоналом – «Investors in People» (у перекладі стандарт «Інвестори в Людей») – інноваційна система якісного менеджменту, інтеграція стратегії управління людьми в стратегію управління організацією, міжнародний еталон якості управління людьми, формула взаємодії менеджерів і персоналу організації з метою ефективнішого досягнення цілей і завдань підприємства.

У зарубіжній науковій літературі дедалі більше з'являється досліджень процесів залученості персоналу, формування підходу управління персоналом на основі високої залученості (high involvement approach to HRM або HИHRM). Вони прагнуть управляти виробничою поведінкою співробітників шляхом їх залучення, ідентифікації з організацією та неформальним або груповим управлінням [1].

Описані технології залучення потрібного персоналу в організацію, через різні причини, поки що мало застосовуються вітчизняними компаніями. Разом з тим, по мірі подолання кризи, вони все більше використовуватимуться у господарській практиці, оскільки, як свідчить досвід розвинутих країн, їх застосування є ефективним засобом підвищення конкурентоспроможності організації, забезпечення її успішності та процвітання.

Список використаних джерел:

1. Павленко К.О., Шульгіна Т.С. Сучасні технології підбору персоналу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 23. 2017. С. 30-33.
2. Технологии подбора персонала URL: http://www.training.com.ua/live/release/tehnologii_podbora_personala
3. Щербак В.Г., Ямбуренко В.В. Інновації в управлінні персоналом. *Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*: матеріали другої всеукраїнської наукової Інтернетконференції (м. Київ, 7 грудня 2017 р.). К. : КНУТД, 2017. С. 351 – 357.

Л.М. Потапюк, к.пед.н., доцент,
О.А. Масовець, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Луцький національний технічний університет

ВАГОМІСТЬ 3D-ТУРІВ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Широкомасштабне застосування сучасних інформаційних технологій в умовах глобалізаційних процесів змушує розробляти нові способи її презентації. Особливо це актуально тоді, коли потрібно представити великий об'єкт або простір (туристичну локацію, заклад освіти, підприємство та ін.). Найбільш цікавою формою, яка дедалі більше викликає інтерес серед дослідників, є віртуальна реальність.

Окремі науковці вважають, що віртуальність – це найсуттєвіша характеристика сучасної соціальної реальності, а інформаційні технології достатньо ефективно можуть замінити людині пряме спілкування з природними, історичними, архітектурними й іншими духовними і реальними об'єктами дійсності [2]. Тобто поняття «віртуальний» розуміється як змодельований за допомогою комп'ютера.

Віртуальний тур – це реалістичне тривимірне зображення, що складається з циліндричних або сферичних панорам, які зібрані з фотографій, тривимірних об'єктів і активних посилань-переходів (хотспотів). Більшість віртуальних турів дають можливість «рухатися» за допомогою інтерактивних навігаційних клавіш та вказівників їх переходу [1].

Основними характеристиками 3D-турів є інтерактивність, показовість, інформативність та комунікативність. За допомогою 3D-турів легше познайомити людину в невідомими місцями, показавши їх якомога реальніше. Відмінною ознакою такого програмного продукту є яскраві образи і незабутні враження від побаченого [3].

Зручність використання віртуальних турів забезпечила компанія Google, спеціалісти якої почали активно її досліджувати, вдосконалювати і шукати нові сфери застосування, внаслідок чого з'явилися Google Maps і Google Business View.

Google Business View – інструмент створення і виведення в результаті пошуку віртуальних 3D-турів приміщеннями. У Google Maps є функція – Street View, а також сервіс My Business, що дозволяє створювати картки локальних компаній з прив'язкою до географічних координат і певною адресою на картах. На картці розміщені інформація про діяльність підприємства, план, фотографії, години роботи; передбачена можливість додавати відгуки, прокладати маршрути. Сюди можна додавати 3D-тури, які створені за технологією Street View. Отже, Google Business View – це поєднання технології Street View і My Business у 3D-тур, який інтегрований в продукти Google. Це є головною маркетинговою перевагою технології, яка «перетворює» 3D-тур у ранг повноцінного інструменту продажів. Внаслідок комбінації 3D-туру + Google на першій сторінці з'являються результати пошукової видачі за релевантними запитами, можливість без вкладення коштів на контекстну рекламу або тривале очікування у результаті просування на появу сайту в ТОП-10.

Щоб проаналізувати вплив 3D-турів на підвищення інтересу клієнтів до місцевих компаній (бронювання номерів в готелях, столиків у ресторанах), довірена служба Google Street View Trusted (2015 р.) провела кількісне дослідження ринку (Інтернет-опитування клієнтів (1201 респондент), які шукали ресторан чи готель в Інтернеті [4]. Створювалися різні версії даних про місцеву компанію (для готелю і ресторану), які включали звичайні фото і 3D-тури. При створенні версії використовувались однакові матеріали. Респондентам пропонувалось переглянути одну з версій. Результати досліджень показали, що коли готель або ресторан має 3D-тур, ймовірність бронювання зростає у два рази. Зокрема, потенційні клієнти віком від 18 до 34 років на 130 % частіше здійснюють бронювання саме після його перегляду.

Серед опитаних 67 % респондентів хочуть, щоб 3D-турів було більше, 26 % байдужі до їх створення, а 7 % вважають їх недоцільними. Отож, із результатів видно, що впровадження 3D-турів на сайтах готелів, ресторанів є корисним і результативним вкладенням в їх розвиток.

Окрім Google розробкою 3D-турів займається чимало

компаній та рекламних агенств. Такі тури задовольняють потреби споживачів, мають певний ступінь технологічності подання інформації та мету.

Таким чином, віртуальний тур є ефективним інструментом маркетингу, що дозволяє показати потенційному споживачеві товар або послугу особливим чином (створюється набагато сильніший ефект присутності). Віртуальні тури сприяють підвищенню іміджу компанії, інвестиційної привабливості, відвідуваності сайту, на якому розміщений туристична агенція, готель або ресторан і можуть стати надзвичайно корисними для престижних компаній.

Список використаних джерел

1. Ветрова А. А. Создание конструктора для разработки виртуальных 2D и 3D экскурсий [Електронний ресурс] / А. А. Ветрова, А. Ю. Макаренко // Прикаспийский журнал : управление и высокие технологии. – 2008. – № (2). – Режим доступу до ресурсу : [http://hi-tech.asu.edu.ru/files/2\(2\)/91-95.pdf](http://hi-tech.asu.edu.ru/files/2(2)/91-95.pdf).
2. Казакова Н. Ф. Аналіз сучасного стану досліджень і розробок в області побудови інформаційно-освітніх середовищ / Н. Ф. Казакова // Сучасні інформаційні технології в повсякденній діяльності та підготовці юристів : І молод. наук. конф., 25.03.2005 р. : матер. конф. – Одеса : ОНЮА. – С. 80-84.
3. Масовець О. А. Застосування технологій віртуальної реальності в освіті / Л. М. Потапюк, О. А. Масовець // Сучасна наука та освіта Волині : зб. матеріалів науково-практ. конф., 22 листоп. 2018 р., м. Володимир-Волинський ; упоряд. голов. ред. Б. Є. Жулковський. – Луцьк : Волинь поліграф, 2018. – С. 338-343.
4. Interactive digital transformation [Електронний ресурс] // Local 360. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://local360.net/streetview-for-business/>.

Т.О. Сазонова, к.е.н., доцент,
Л.В. Келемеш, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Організація є відкритою складною системою, яка має свої «вхід», «вихід», сукупність взаємопідпорядкованих внутрішніх зв'язків та безліч зовнішніх. Дана система є не статичною, а такою, що динамічно розвивається. Складність такої системи полягає не так у великій кількості компонентів, які її складають,

як у ефективній побудові зв'язків між ними, з метою побудови саме цілісної системи. Крім того, організація – це соціальна система, яка складається із сукупності абсолютно різних індивідів (за статево-віковими, освітніми, кваліфікаційними, ціннісно-орієнтаційними характеристиками тощо). При цьому саме персонал володіє системоутворюючими якостями, які забезпечують ефективність всіх підсистем організації.

Необхідність системного підходу в контексті управління персоналом викликана тим фактом, що цілісність та результативність процесу життєдіяльності організації може бути досягнута лише у випадку узгодження діяльності, мотивації, прагнень персоналу зі стратегією, тактикою та організаційною культурою підприємства. Саме тому до управління персоналом необхідно підходити з позицій управління складними системами, адже персонал-менеджмент є комплексними поняттям (рис. 1).

Застосовуючи системний підхід до управління персоналом, неодмінно керуються основними законами системи (рис. 2).



Рис. 1. Елементи системи управління персоналом

Основними етапами системного управління персоналом сучасного підприємства, на наш погляд, мають бути наступні:

- 1) визначення місця персоналу організації в її філософії;
- 2) формування загальної концепції управління персоналом в організації;
- 3) розчленовування системи управління персоналом на складові і детальне вивчення / планування кожної підсистеми;
- 4) проведення SWOT-аналізу системи управління персоналом організації (визначення основних факторів впливу,

силу їх впливу, сильні та слабкі сторони);

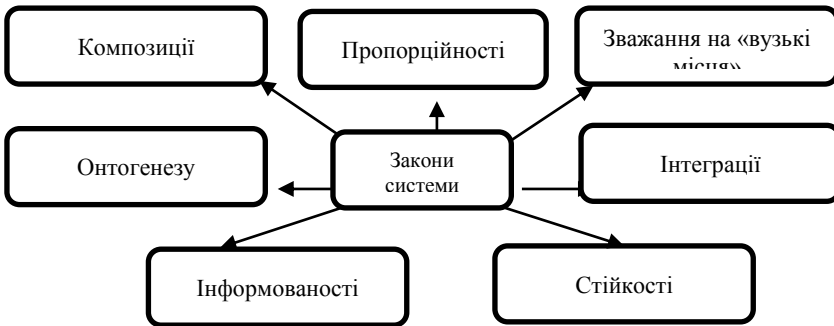


Рис. 2. Закони системи, якими керуються при системному підході до управління персоналом [1]

- 5) встановлення відхилень наявного стану від бажаного;
- 6) виявлення причин встановлених відхилень;
- 7) підбір, встановлення методів, засобів, формування програм приведення системи до бажаного стану;
- 8) визначення необхідного ресурсного забезпечення;
- 9) моніторинг та контроль реалізації.

Зазначимо, що дані етапи наведені в логічній послідовності, але є циклічними. Так, динамічне середовище формує вимоги до постійної зміни концепцій функціонування сучасних організацій, в т. ч. і концепції управління персоналом. Таким чином, починаючи фактично з другого етапу процес повторюється.

Отже, застосування системного підходу дає можливість менеджерам розкрити внутрішню основу системи управління людськими ресурсами як цілісної системи, що складається з підсистем, елементів, структури взаємозв'язків, і на основі проведеного системного дослідження на практиці сформувані ефективну систему управління персоналом організації.

Список використаних джерел:

1. Єфімова О. Системний підхід – основа управління діяльністю підприємств/ О. Єфімова // Персонал №2 – 2007. – С. 67-72.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

Добре налагоджений процес комунікацій створює умови для розкриття ділових та професійних якостей працівників, сприяє створенню у них творчого потенціалу. Тому проблема удосконалення процесу комунікацій у сучасних підприємствах та організаціях є актуальною.

Однією з суттєвих проблем сучасних підприємств в галузі комунікацій є відсутність чітко окреслених комунікаційних програм та інформаційного забезпечення всіх дії компанії. Також стабільна позитивна ділова репутація сьогодні стає вирішальним активом підприємства, що стає однією з вирішальних умов ринкового успіху підприємства [1, с. 41-45].

У сучасному бізнесі успішність визначається вже не величиною прибутку, як раніше, а перевіреною часом позитивною діловою репутацією підприємства. Добре ім'я служить головною конкурентною перевагою, що забезпечує лідерські позиції і довгострокове успішне розвиток.

Сама процвітаюча компанія з відомим брендом не зможе довго утримувати своє лідируюче становище, якщо не буде займатися постійним зміцненням свого доброго імені. Ось чому життєво важливою умовою ефективної діяльності підприємств стають збір, структурування і трансляція позитивної інформації про переваги компанії і її продукту. Постійно формувати і направляти цільовим аудиторіям інформаційні потоки, які зміцнюють репутацію бізнесу – найважливіша задача репутаційного менеджменту.

Напрями діяльності з управління репутацією компанії включають широкий інструментарій, який використовує фахівець з репутаційного менеджменту. Він повинен уміти вибрати з великої кількості комунікаційних технологій ті, які будуть найбільш ефективні для конкретної організації. Кожне підприємство веде бізнес по-своєму, володіє відмінним від інших набором конкурентних переваг, має власну філософію і

корпоративну культуру.

Відповідно його ділова репутація складається з особливих характеристик та компонентів, для роботи з якими потрібні цілком певні канали комунікації. Саме вони повинні бути покладені в основу комунікаційної програми по управлінню репутацією. Складання такої програми є ключовим моментом у роботі з управління репутацією, це конкретний план дій, який повинен привести до реалізації головної стратегічної мети - капіталізації бізнесу [2].

Розробка комунікаційної програми - творчий процес, в той же час в репутаційному менеджменті існують цілком стандартні, багаторазово випробувані професійні підходи і методи, які гарантують успіх. Професіонал з управління репутацією потрібен органічно поєднати креативні компоненти своєї діяльності з технологічними. Для вирішення такої непростой задачі належить пройти наступні етапи

Перший, це формулювання стратегічних цілей і задач.

Другий-оцінка репутації, що існує.

Третій – розробка репутаційної стратегії.

Четвертий – вибір основних репутаційних технологій.

П'ятий – розробка плану-графіку комунікаційної активності.

Розглянемо ці етапи докладніше. Формулювання стратегічних цілей і завдань підприємства неможливо без участі власників бізнесу і топ-менеджменту, тільки вони можуть дати найбільш точну і повну інформацію про цілі і завдання свого бізнесу. Отримати ці відомості можна шляхом проведення комунікаційного аудиту.

Далі необхідно визначити, якою репутацією володіє організація, які комунікаційні розриви не дозволяють їй поліпшити свій образ в очах цільових аудиторій. Технології проведення репутаційного аудиту тут можуть бути різноманітними.

Відштовхуючись від результатів комунікаційного та репутаційного аудиту, спеціаліст з управління репутацією приступає до розробки репутаційної стратегії підприємства, яка передбачає опис цільових аудиторій і їх очікування, формування образу підприємства на основі цих очікувань.

Для найбільш точної трансляції ключових повідомлень про

підприємство визначаються основні параметри інформаційної політики: основні канали комунікації, формати публікацій у ЗМІ. Нарешті, обираються основні репутаційні технології, які допомагають зміцнювати авторитет у зовнішніх та внутрішніх аудиторіях.

Після того, як комунікаційна програма складена, необхідно приступити до її реалізації. Для успішної роботи в цьому напрямку знадобиться детальний план-графік робіт, що визначає види заходів та терміни їх виконання [3].

Можемо зробити висновок про те, що ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання неможливе без управління репутацією та налагодження процесу комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Берницька Д. І. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства / Д. І. Берницька, Н. О. Кравчук // Інноваційна економіка. – 2011. – № 3. – С. 41–45.

2. Дулясова М. В. Деловая репутация - многоуровневая система / М. В. Дулясова, Т. Р. Ханнанова, Е. Р. Исламгалиева [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.orbus.ru>.

3. Гудз Р.Б. Вдосконалення комунікаційної політики промислового підприємства [Електронний ресурс] / Р.Б. Гудз, М.І. Ларка. – 2011. – Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/> Наукова_періодика/ves

Y. Jamal, PhD student

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

THE DIFFERENCE IN LEADERSHIP STYLES BETWEEN FILTERED AND UNFILTERED LEADERS

Today scholars and practitioners have a clear understanding that leadership plays an essential role in managing all the aspects of a company's activity. But effectiveness and efficiency of a leader strongly depends on his or her leadership style. That makes researches related to leadership style and its determinants being very important.

The problem of leadership styles classification, its determinants and impact on teams' performance has been studied by many

scientists, such as Lewin, Likert, Fiedler, Tannenbaum, House and Mitchell, and many others [1 – 3, 5 – 7].

But nearly each scholar or researching team was trying to present their own classification of leadership styles, based on a few criteria. We believe such approach simplifies the content of leadership styles and makes it difficult to define the leadership style of exact leader. That's why we have stated leadership style is a complicated category that can be defined by 15 determinants [4]:

1. Delegation of authority and responsibility (how strongly a leader is inclined to delegate).
2. A leader's decision making style (personal or group).
3. Way of tasks formulation preferred by a leader (strict or wide).
4. Operational independence or dependence of employees on a leader.
5. Whether a leader is inclined to provide his / her consultation and support to subordinates.
6. Confidence and trust in subordinates.
7. Leader's rigidity or flexibility in internal procedures.
8. Work climate (how friendly, fearless it is).
9. Communications distance, approachability of leader, the use of upward communications.
10. Innovations acceptance by a leader.
11. Way to communicate plans by a leader (transparently or closely or plans are not communicated at all).
12. Motivational approach of a leader.
13. Way of subordinates' assessment or criticism by a leader.
14. Task or people orientation of a leader.
15. Focus on teamwork or competition inside a team.

So leadership style is considered as a combination of these determinants and cannot be correctly classified with the use of a few different styles.

Another our finding is that leaders can be classified as filtered and unfiltered. Filtered are leaders who have grown up inside the organization. Unfiltered are leaders from outside the organization. By hypothesis, filtered leaders are less innovative [4].

Our further research conducted in form of a survey have proved filtered leaders are more inclined to group decision making style, strict tasks formulation, provide more of operational independence to

subordinates, provide them with more consultation and support, have greater flexibility in internal procedures, keep lower communications distance, are focused on intra-team competition and are accept innovations better than unfiltered leaders.

To conclude, we state that unfiltered leaders have significant difference comparing to filtered leaders by the most of leadership style determinants. These differences make unfiltered leaders more innovative and ready for risk taking.

References:

1. Fiedler F. A Theory of Leadership Effectiveness / Fred E. Fiedler. – New York, NY: McGraw-Hill, 1967. – 310 p.
2. Hersey P. Management of Organizational Behaviour: Utilizing Human Resources / Paul Hersey, Ken Blanchard. – Upper Saddle River: Prentice-Hall, 1969. – 147 p.
3. House R. J. Path-goal theory of leadership / R. J. House, T. R. Mitchell // Journal of Contemporary Business. – 1974. – Issue 3. – P. 1-97.
4. Jamal Y. Principles of choosing the leadership style for innovation activity management [Text] / Y. Jamal // Ukrainian Journal of Applied Economics. – 2018. – Volume 3. – № 2. – P. 232-238.
5. Lewin K. Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates / K. Lewin, R. Lippitt, R. K. White // Journal of Social Psychology. – 1939. – Vol. 10. – P. 271-301.
6. Likert R. The human organization: Its management and value / Rensis Likert. – New York: McGraw-Hill Book Company, 1967. – 258 p.
7. Tannenbaum R. How to choose a leadership pattern / Robert Tannenbaum, Warren H. Schmidt // Readings in management / ed. by Max D. Richards and William A. Nielander. – Cincinnati, Ohio: South Western Publishing Co., 1963. – P. 481-494.

О.Г. Казарян, аспірант
Одеський національний економічний університет,
Цзян Сьфань
Цзянзуский педагогічний університет

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

XXI століття – століття бурхливого розвитку науки, техніки та високих технологій. Формуванню сучасного інформаційного суспільства притаманні риси глибоких знань, високої динаміки розвитку, передового виробництва тощо. Ключовим фактором

цифрової трансформації в діяльності суб'єктів ринку є розвиток цифрової культури. Неабияку роль у розвитку цієї культури відіграє цифрова економіка, електронна комерція та поява нових засобів платежу, як криптовалюти, що на сьогодні становлять актуальну задачу.

При дослідженні правого регулювання технології блокчейн та криптовалют державами був використаний діалектичний метод наукового пізнання. Також були використані розрахунково-аналітичні методи спостереження, виміру, аналізу та порівняння показників, які характеризують державне регулювання криптовалют в деяких юрисдикціях, виявлені можливості та загрози використання та регулювання криптовалют.

Враховуючи те, що протягом остатнього десятиліття технологія блокчейн та її похідні у вигляді криптовалют, стрімко увірвалися у буденне життя багатьох людей питання правового регулювання цих технологій залишається відкритим

Розподілена обробка даних розвивалася паралельно з розвитком технологій побудови і використання комп'ютерних мереж, а також передачі інформації у таких системах, особливо значний вплив на їх розвиток спричинили «пірінгові» мережі, які дозволили відійти від традиційної побудови за принципом «клієнт-сервер» на користь децентралізованих однорангових архітектур, в яких окремі учасники мережі спілкуються між собою без централізованого сервера (peer-to-peer, p2p) [3]. Не зважаючи на те, що у більшості випадків багаторівневі архітектури ефективніше, однорівневі забезпечують більшу надійність, оскільки з виходом одного учасника з ладу інші залишаються активними. Децентралізовані мережі знайшли застосування в ситуаціях постійного тиску ззовні, в тому числі для обміну спірним контентом.

Подальший технічний розвиток сфери комп'ютерних технологій призвів до появи технології розподілених реєстрів (Distributed Ledger Technology, DLT), саме яка і лежить в основі технології “блокчейн”, тобто розподіленої системи даних. При цьому поєднання однорангової мережевої архітектури та електронного цифрового підпису дало змогу застосувати DL технологію. безпосередньо в фінансовій сфері[1]. Основною

проблемою, на шляху безпечного проведення транзакцій, залишалася можлива підробка даних недобросовісними учасниками відносин. Саме цю проблему вирішила технологія «блокчейн» яка у свою чергу закладена в основу криптовалют (віртуальних валют, які не мають фізичного аналогу і, як правило, одного емітента). В процесі аналізу досвіду регулювання криптовалют деякими юрисдикціями ми знайшли схожі та відмінні риси.[2] По-перше, кожна країна зважаючи на великий потенціал технології блокчейн, намагається в той чи інший спосіб створити сприятливий клімат для її розвитку. По-друге, використання криптовалют стрімко розвивається, а їх вплив на економічні процеси, як на міжнародному, так національному рівні – збільшується, при цьому держави зіштовхуються з проблемою адаптування свого податкового законодавства під сучасні виклики цифрової економіки, адже не визначення статусу криптовалют напряду веде до недоотримання коштів в бюджет країни від операцій з цими активами. По-третє, на сьогодні більше як 2 тисячі криптовалют, які торгуються через різні торгові площадки - біржі і можуть бути використані для відмивання коштів отриманих злочинним шляхом. Таким чином, необхідно розробити єдині стандарти регулювання криптовалют та вимоги до таких криптовалютних бірж, шляхом ліцензування операцій з криптовалютами. При цьому важливе питання, які державні органи повинні здійснювати такий контроль.

Список використаних джерел:

1. Gryshova, I., Shestakovska, T. (2018). FinTech business and prospects of its development in the context of legalizing the cryptocurrency in Ukraine. *Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*, (5), 77-89. Retrieved from <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/1625>.
2. Хоу Тецзянь, Гришова І. Конкурентні війни бізнесу в умовах стрімкого розвитку цифрової економіки та фінансового інжинірингу. Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 120-122.
3. Гришова І, Шестаковська Т, Янь Хуаньхуань Роль фінтех бізнесу у розвитку цифрової економіки України. Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 61-64.

ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ

Розв'язання проблем, пов'язаних з розвитком інноваційно-інвестиційної діяльності, базується на дослідженні передумов забезпечення оптимальної організації технічного переозброєння підприємств. Так, результати вивчення масштабів та результативності інноваційної діяльності на підприємствах промислової сфери України свідчать про досить низьку активність використання у виробництві науково-технічних досягнень, в основному через зниження рівнів фінансування й обсягів інвестицій.

Низька інноваційна активність підприємств промислової сфери України пов'язана з:

- наявністю застарілих основних фондів;
- незначним обсягом реалізованої інноваційної продукції;
- зменшенням кількості освоєних нових видів нової техніки;
- зниженням рівня сприйняття менеджментом виробничих нововведень;
- малою часткою продукції, виготовленої в Україні вперше;
- зниженням ступеня оновлення продукції;
- негативною динамікою рівня зняття з виробництва застарілої продукції;
- низьким рівнем національного експорту.

Серед основних причин недостатнього розвитку інноваційної діяльності в Україні слід віднести:

- недостатнє фінансове забезпечення науково-технічної сфери;
- відсутність стимулів до інновацій у приватного бізнесу;
- недостатність дешевих довго- і середньострокових кредитів;
- негативний характер впливу основних виробничих та інфраструктурних факторів;
- відсутність ринку венчурного капіталу та конкуренції в інноваційному підприємстві.

Організація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств промислової сфери – одне зі слабких місць сучасної економіки. Збут якісної продукції забезпечує один з вирішальних факторів їх розвитку – оновлення основних виробничих фондів та ефективне вкладення власного і позикового капіталу в обраний інноваційно-інвестиційний проект. Саме через ефективні інвестиційні проекти реалізуються інновації. Але будь-який інноваційний проект та витрати на його реалізацію завжди пов'язані з ризиками, тому оцінювання ефективності інноваційних проектів є одним з найвідповідальніших етапів інноваційно-інвестиційної діяльності, а визначення прибутковості – найбільш актуальним з її аспектів.

Для посилення заохочення прямих іноземних інвестицій у підприємства промислової сфери України необхідно поглиблювати міждержавні зв'язки, вдосконалювати власну законодавчу базу, приводити норми комерційного права у відповідність до світових стандартів, спрощувати процедуру інвестування. Потрібно досягати відповідності об'єктів інноваційних розробок вимогам підприємств, постійно підвищувати рівень кваліфікації науковців, що займаються такими видами робіт.

Доцільно активізувати зусилля вітчизняних державних структур, які мають контакти з відповідними іноземними організаторами, що проводять міжнародні виставки новітньої продукції підприємств промислової сфери. Необхідно акумулювати і використовувати досягнення у цій сфері в інтересах економічного розвитку України. Слід надавати можливості спеціалістам вітчизняних підприємств відвідувати названі заходи з метою активного сприйняття й упровадження у виробництво зарубіжного досвіду.

Вищевказані заходи сприятимуть підвищенню попиту на продукцію вітчизняного виробника, значному розширенню виробничого потенціалу України, забезпечать підприємствам необхідні параметри фінансової віддачі як основи для їх подальшого розвитку та належного рівня конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Ступак С. М. Світові тенденції розвитку інвестиційно-інноваційних процесів. URL: <http://intkonf.org/Stupak> (дата звернення: 05.03.2019)
2. Чемодуров О. М. Проблеми фінансування інноваційної діяльності підприємств. *Економіка України*. 2013. № 1. С. 40–49.
3. Заклекта О. І., Хартоняк Г. Ф. Сучасний стан розвитку інноваційної сфери в Україні. *Сталий розвиток економіки*. № 1. 2011. С.173–177.
4. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського форуму*. 2010. № 1 (3). Том 2. С. 347–356.

Ю.І. Микитюк, аспірант

Тернопільський національний економічний університет

СТВОРЕННЯ ОФІСУ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ У ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВІ

Інноваційно-інвестиційні проєкти в сфері житлового будівництва можна охарактеризувати як проєкти, які здатні при відносно невеликих інвестиціях забезпечити створення конкурентоспроможної продукції, реальне збільшення інвестиційного потенціалу та інвестиційних ресурсів будівельної організації. У сучасних умовах також необхідно докласти зусиль щоб впровадження інноваційних проєктів, що спрямовані на підвищення економічної ефективності будівництва, не знизили якість будівельної продукції (надійність конструкції, привабливості архітектурних і конструктивних рішень будівель).

Залежно від рівня зрілості проєктного менеджменту, розрізняють кілька видів офісу управління проєктами.

1. «Сховище інформації». Служить для збору інформації про реалізовані проєкти, накопичує досвід і формує базу знань за проєктами для подальшого застосування. По суті такий проєктний офіс є подобою архіву за проєктами.

2. «Швидка допомога». Назва даного виду не випадкова, адже такий офіс управління проєктами служить сервісним центром відповідей на питання, що виникають у керівників проєктів, кураторів, адміністраторів та інших учасників

проектної діяльності в організації. Головне завдання – це знайти і дати необхідну інформацію.

3. «Наставник». Призначений для поширення набутого досвіду здійснення проектів, реалізованих організацією на проекти, які належить виконувати, а також для навчання співробітників організації раніше використаним, при реалізації проектів, методів та інструментів в сфері управління проектами.

4. «Керуючий». Такий проектний офіс досить прогресивний і служить справжнім центром управління проектами. У його завдання входить: характеристика, яку належить розглянути, визначення необхідних обсягів матеріально-технічних ресурсів, потрібних для реалізації проекту, розподіл наявних ресурсів, перевірка ходу реалізації проектів, моніторинг за витрачанням інвестицій, виділених на реалізацію проектів, облік ризиків, що виникають в процесі реалізації проекту.

5. «Інтегрований». Його основними завданнями в організації є: визначення головних критеріїв відбору проектів на єдиній основі, використання однакових принципів при включенні проектів в цільову програму, спільне виконання проектів і відповідна їх координація в рамках єдиної програми, використання корпоративної системи в процесі управління проектами в рамках єдиної програми, направлення на курси підвищення кваліфікації своїх співробітників, які безпосередньо беруть участь в реалізації проектів в рамках єдиної програми, формування різних проектних груп.

Корпоративна культура разом із сформульованими цілями, є основою методики управління проектами і сприяє її вдосконаленню. У стадії «зрілості» проектні офіси займаються питаннями координації через управління портфелями проектів для отримання високих економічних показників і компетенцій управління проектами і програмами, таких як: корпоративне управління ризиками, управління поставками, аутсорсинг і управління контрактами [1].

Перш ніж організувати офіс управління проектами в організації, необхідно відповісти на ряд запитань:

1. Наскільки висока з боку вищого керівництва підтримка проектного менеджменту загалом та у створенні офісу управління проектами зокрема:

- Який рівень зрілості проектного менеджменту в організації?
- Який тип ОУП потрібен організації на даному етапі?
- Наскільки добре налагоджена взаємодія між керівниками різних підрозділів організації?
- Що є найбільш проблемним в управлінні проектами організації?
- Хто буде споживачем послуг офісу управління проектами?

2. Для створення ОУП потрібно: сформулювати цілі і завдання, вибрати відповідний вид ОУП визначити його місце в організаційній структурі; прописати взаємодію зі споживачами послуг підрозділами організації і зовнішніми замовниками; розробити організаційну структуру (ключові учасники проектного офісу); організувати роботу Проектного комітету.

Тоді ОУП буде центром управління проектами, здатним вирішувати поставлені завдання і досягати стратегічних цілей організації. Рішення включає в себе два основних взаємопов'язаних елементи:

1. Методи управління портфелем проектів. Залежно від масштабу організації і характеристик портфеля проектів можуть бути розроблені такі складові: регламент формування та моніторингу реалізації портфеля; методика за окремими сферами управління портфелем (методика відбору проектів в портфель, методика ранжування проектів та інші); форми робочих документів з управління портфелем (форма реєстру проектів, звітні форми).

2. Інформаційну систему для управління портфелем проектів. Рішення будується на основі програмного продукту, наприклад Microsoft Project Server 2019 [2].

При створенні системи управління портфелем проектів з'являється додатковий документообіг, який призводить до завантаження керівника проекту і персоналу додатковими інформаційно-аналітичними джерелами. З'являється потреба у розробці ряду методик та інструментів, покликаних допомогти керівникам проекту. В якості такого інструменту пропонується впровадження єдиної інформаційної системи планування і управління інноваційно-інвестиційними проектами, що допоможе істотно підвищити ефективність реалізації проектів, що входять в портфель.

Список використаних джерел:

1. Микитюк П. П. Інвестиційно-інноваційний менеджмент : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / П. П. Микитюк. – Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2015. – 452 с.
2. Управління проектами : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, Т. Л. Желюк [та ін.] ; під ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – 320 с.

Niu Lichen, Ph.D. student
Sumy National Agrarian University

RESEARCH AND ANALYSIS ON CHINA'S LAND TRANSFER POLICY INNOVATION

Innovation is the unique cognitive and practical ability of human beings, the driving force of national progress and social development, and the basis of promoting the development of agriculture, industry and service industry. China, one of the countries with a focus on agricultural development. It is affected by factors such as insufficient agricultural innovation, weak agricultural infrastructure, and low level of mechanized production. Up to now, the agriculture are still the core issue that has plagued China's comprehensive well-off society.

As is known to all, land is the basis for all agricultural activities and an inseparable part of farmers. Agricultural development cannot be separated from land. Agriculture prosperity cannot be separated from land, and peasants are inseparable from land. In order to better solve problem of China's agriculture we must deal with land issues because it is a bridge connecting agriculture, agriculture areas, and farmers.

Each country's agricultural land policy will be innovative and adjusted according to objective conditions at different stages of development. After the agriculture reform in China, the agriculture economy developed rapidly, but with the development of the market economy, the defects of agriculture land to operate on a small scale became more and more obvious. Subsequently, the Chinese government proposed an innovative land policy of “land transfer”. The transfer of land, that is, the transfer of land use rights, refers to the transfer of land use rights to other farmers or economic

organizations by farmers who have land management rights, and collect rents from them. However, due to the traditional concepts of farmers and the lack of institutions, there are some problems in China's land transfer today, which are concentrated in. The land transfer procedures are not standardized. In the process of land transfer, many did not sign a standard contract, which is easy to cause disputes. The land transfer mechanism is not perfect. At present, the land circulation information channel is not smooth. The land transfer policy is not matched. Both sides of the land transfer often have doubts and fear that their legal rights are not guaranteed.

In response to the above problems, in the current land transfer process, innovation and adjustment are needed. In the process of circulation, the main status of the village committee will be exerted and its rights and obligations will be clarified. Cultivate the agriculture land transfer market and give full play to the basic role of the market in land allocation. At the same time, improve market trading rules and regulatory systems. Reform the citizenship management system so that farmers can easily settle in the city and transfer their land to users for a long time to create greater value.

Through the method, the land circulation can promote the moderate scale operation of the land, improve the utilization rate of the land, and the land transfer will concentrate the agriculture part of the land, realize the transition from the decentralized operation of the land to the intensive operation, and cultivate a large number of new large-scale agricultural enterprises to drive the surrounding agriculture areas. The development of farmers and the promotion of agricultural development. The transfer of agriculture land contractual management rights has promoted the adjustment of agricultural structure and strengthened the market orientation of the agriculture economy. With the promotion of moderate scale operation of agriculture, a number of agricultural industries with obvious regional characteristics, distinctive industrial characteristics and certain scale have been formed, which promotes the continuous optimization of agricultural structure, enhances the market competitiveness of agricultural products, and effectively promotes agricultural efficiency. The transfer of agriculture land contractual management rights has caused some farmers to transfer land, liberate them from the bondage of land, and transfer to industry and service industry. On

the one hand, rents are collected, on the other hand, migrant workers also gain new sources of income; at the same time, contractors can also form scale operations, which greatly increase the output efficiency of the land.

References:

1. Nan Weiqiang. On the Promotion and Model Choice of Land Transfer / Nan Weiqiang and Ao Meiling // China Collective Economy. – 2010. – No.12. – P. 5-7.
2. Qian Zhonghao. Current Situation and Policy Improvement of Agricultural Land Transfer in China / Qian Zhonghao and Ji Xianqing // Management World. – 2016. – No. 2. – P. 71-81.

А.Б. Вибиванець, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних ринкових умовах розвитку економіки в Україні важливу роль відіграють наукові ідеї, інновації і нові технології. Однак, ситуація з розробкою та впровадженням інновацій за останні роки значно погіршилася. Дана ситуація пов'язана з нестачею фінансових ресурсів, що притаманна нинішній економічній ситуації.

Сучасні перспективи економічного розвитку України пов'язуються з високотехнологічними й конкурентоспроможними підприємствами, господарська діяльність яких створювала б нове джерело розвитку із національною економічною системою. Такі якісно нові джерела розвитку можливі лише за наявності інноваційного розвитку підприємств, які складають основу конкурентоспроможності національної економіки [1, с. 177].

Найпоширенішим є визначення фінансового забезпечення інноваційної діяльності як комплексу методів та важелів впливу на інноваційну діяльність, який реалізується в різних формах через відповідну систему фінансування [2, с. 22]. Виокремлюють такі форми (методи) фінансового забезпечення підприємств є: самофінансування, бюджетне фінансування, банківське кредитування та інвестування [3, с. 135]. У структурі методів фінансового забезпечення надається особливе значення

фінансовому регулюванню, яке відбувається, в більшості випадків через систему податкових важелів, спрямованих на вилучення частини доходів підприємств та організацій [4, с. 48].

З позиції фінансового забезпечення господарської діяльності підприємства, важливе значення мають такі його складові функціональні ланки, як мобілізація ресурсів, фінансування, стимулювання, регулювання. Всі форми, види, методи організації фінансових відносин приводяться в дію, як цілісний фінансово-кредитний механізм, встановленням кількісних параметрів кожного елемента, тобто з допомогою визначення обсягу фондів, рівня видатків [5, с. 12]. Отже, питання фінансового забезпечення є досить актуальним, зважаючи на дефіцит власних фінансових та інвестиційних ресурсів, високий рівень відсотків за банківські кредити.

Підприємництво відіграє особливу роль у національному господарстві країни, створюючи інноваційне середовище, руйнуючи традиційні структури і відкриваючи шлях до перетворень, тобто стаючи тією силою, котра прискорює рух економіки шляхом ефективності, раціоналізації, ощадливості та постійного оновлення [6, с. 13]. Однією з основних причин низького рівня інноваційної активності українських підприємств є неналежне фінансування інновацій та вкрай низький рівень її державного фінансування. Основне джерело фінансового забезпечення інноваційної діяльності – це власні кошти підприємства, які займають більше половини всіх витрат, спрямованих на інноваційну діяльність [7].

Успішний розвиток інноваційної діяльності повинен об'єднувати зусилля держави, бізнесу та наукових організацій. Тому основними пріоритетом для вдалого впровадження інноваційної діяльності є: зменшення відриву науки від економічної практики; формування стабільної законодавчої бази; фінансування державою або надання пільг підприємствам, які працюють у науково-технічній галузі, відновлення роботи Державного інноваційного фонду, стимулювання іноземних інвестицій [2].

Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств потребує цілеспрямованого впливу на темпи та якість економічного зростання та потребує формування відповідної

системи фінансового регулювання. Таким чином, стан національної економіки країни не дає повною мірою реалізувати фінансове регулювання, що призводить до гальмування розвитку інноваційної діяльності на підприємствах України. Саме тому необхідною умовою на даному етапі є формування нової інноваційної стратегії розвитку економіки.

Список використаних джерел:

1. Томілін О. О. Теоретична сутність інновацій та їх впровадження у харчовій промисловості: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 29–30 берез. 2012 р. Дніпропетровськ, 2012. С. 177-178. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/4391>
2. Возняк Г. В. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні : монографія / Г. В. Возняк, А. Я. Кузнєцова. Київ: УБС НБУ, 2007. 183 с.
3. Почтовюк А. Б. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / А. Б. Почтовюк. // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі, 2016. № 3 (75). С. 133-140.
4. Осьмірко І. В. Система фінансового забезпечення інноваційного розвитку: поняття, структура та принципи функціонування / І. В. Осьмірко. // Бізнесінформ, 2012. №7. С. 47-49.
5. Дорогань В. К., Томілін О. О., Гаврилова О. А. Основи фінансової діяльності підприємства: [підручн.]. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2008. 259 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1628>
6. Томілін О. О., Галич О. А. Економічні аспекти розвитку міжгалузевих відносин в аграрній сфері: монографія. Полтава: ПДАА, 2016. 176 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1618>
7. Прилипко Д. І. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Д. І. Прилипко. – 2017. URL: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/2_prilipko.htm
8. Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України: монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Спіфанова, В. В. Зянько. Вінниця : ВНТУ, 2015. 172 с.

Zhao Pengju, master student
Sumy National Agrarian University

THE IMPORTANCE OF INFORMATION MANAGEMENT IN MODERN ENTERPRISES

Information management is a science that relies on the development of computer technology and plays an important role in the development and management of enterprises. Enterprise's

development needs a lot of information, mainly including the market information, information resources and personnel information, etc., enterprises need a lot of information to support the development of itself, to determine the development direction and development of the enterprise, but also need a lot of personnel information to add more quality for the enterprise to employees of the enterprise to create more value. With the progress of science and technology, the degree of economic development is changing with each passing day. Enterprises need to constantly update their operation mode to meet the needs of the economy, society and market, which is the so-called modern enterprise. Modern enterprises are comprehensive and constantly growing and developing in the market relying on scientific management mode, and advanced information management system can exactly solve the problems needed by modern enterprises for these development.

First, information management can provide modern enterprises with the most comprehensive market information. Information management is an important factor to change enterprise management. Information technology is not only used in the business contacts between enterprises, the pace of enterprise internal management and production process control information is also accelerating. Today's market competition is fierce, the entire process of enterprise production and operation needs a lot of market information to support. Because market information determines what an enterprise will produce in the following operation, what kind of raw materials to buy, and how to price the products sold according to the market price level. Market information is not only limited to what products the market needs and how many products it needs. More importantly, enterprises can produce and operate with this information to maximize their economic benefits.

Secondly, information management can provide enterprises with competitors' information, understand competitors' basic operation mode and market direction, so as to maintain their advantages in the competition, occupy a larger market share and win more economic benefits. In the competition of modern enterprises, it is the main means of market competition to understand the effective information of the rival enterprises. Because of different emphases, the competitors often have more information you need. Therefore, the

competition in the market can also be regarded as the information competition between enterprises. Through the rapid grasp of competitors' information, to seize the market opportunity, so as to win the competition with peers. In the era of big data, all information can be effectively retrieved through scientific and systematic information management, and the next business strategy of an enterprise can be effectively judged through detailed analysis of the retrieved information, which is the influence of information management on the decision-making of enterprise operation.

Finally, information management can provide enterprises with a large number of talent information. The fast pace of modern enterprises needs more excellent talents to operate and support. In the Internet era, the recruitment of enterprises can also rely on the Internet. Such a recruitment method breaks the limitation of time and place, which is the role of information management in recruitment. For on-the-job employees, enterprises should establish a scientific talent information system to record their work performance and attendance, which can intuitively see whether employees work hard, what their respective strengths are, and which employees deserve promotion and salary increase. In terms of hiring staff, is a form of information management database has abundant talent information system, enterprises can here by setting such as age, gender, work experience and professional talents to retrieve what they need, after retrieval through information system to provide the contact information for further communication.

In the era when the Internet develops rapidly and gradually becomes the main driving force of the world economy, the importance of data and information becomes more obvious. For enterprises, the establishment of a scientific and mature information management system is an important work for the growth of enterprises. At the same time, positions in charge of information management must be taken charge by professional management practitioners. Information needs to be identified, filtered and kept secret. Managers in modern enterprises should recognize the importance of information management and recognize the driving role of information management system for enterprises.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ІТ – МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Формування та розвиток інформаційних технологій (ІТ) є частиною життя не тільки людини, а й бізнес-процесів у суспільстві.

На сучасному етапі відбуваються трансформаційні процеси по відношенню до ринку відбувається реорганізація механізму управління економікою. Ринкові перетворення обумовили створення і функціонування на нових засадах підприємств різних форм власності та організаційно-правового устрою, що потребує відповідної організації та забезпечення фінансової діяльності [1, с. 3]. З метою відновлення балансу, держава повинна створити такий механізм регулювання, який зможе забезпечити всі галузі економіки приблизно однаковим прибутком. Один з проявів нестабільності економічної системи є нееквівалентність міжгалузевого обміну [2, с. 64]. Сучасні технології заповняють майже всі сфери діяльності. Ніяка організація не може уявити провадження керувань на підприємстві без інформаційних технологій – технологій. Зокрема, такий підхід передбачає технічну, організаційну та методологічну інтеграцію таких базових напрямків управлінської діяльності, як виробничий, організаційний, маркетинговий, фінансовий, бухгалтерський, кадровий та проектно-конструкторський. Інформаційні продукти розміщуються в розподілених базах даних. Доступ до інформаційних продуктів відбувається через комп'ютерну мережу і регламентується правилами та нормативами даної організації. Крім цього, інформаційні технології забезпечують динамічну координацію дій за рахунок використання сучасних засобів зв'язку та програмних засобів комп'ютерних мереж [3]. Розвиток інформаційних систем, використовуваних як в економіці, так і в менеджменті зокрема, як для автоматизованого розв'язання окремих економічних задач, так і для автоматизації процесів управління різного рівня, відбувався

відповідно до змін у складі забезпечувальної частини ІС та її функціональних можливостях [4]. Розвиток сфери ІТ допомагає вийти на новий рівень – це скорочення паперової роботи, зниження витрат на підприємствах, оптимізація контролю, більш ефективна співпраця між робітниками та керівництвом. Використовуючи інформаційні технології, підприємство має можливість збільшити свою конкурентоспроможність. Важливо відзначити, що автоматизація – не самоціль, а цілеспрямована діяльність оптимізації бізнес-процесів. Для ефективного функціонування підприємства необхідно створити інформаційну систему, яка б була здатна протягом тривалого часу задовольняти потреби підприємства [5]. В сучасних умовах управлінська діяльність виступає одним з найважливіших факторів функціонування і розвитку організацій. Тому, безумовно, така діяльність повинна бути найбільш ефективною. А для забезпечення ефективності можна використовувати чимало методів, одним з яких є використання сучасних інформаційних технологій [3]. Доцільність концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи на основі інформаційного менеджменту (ІМ) обґрунтовано такими положеннями: – загальною метою інформаційного менеджменту є комплекс методів і заходів із забезпечення інформаційно-комунікативної діяльності організації, тобто інформаційна підтримка функціонування підприємства; – завданням інформаційного менеджменту є вибір раціональних форм комунікацій, інформаційних технологій та інформаційних ресурсів, необхідних для досягнення цілей організації; – інформаційний менеджмент є загальнометодичною основою об'єднання в єдину систему комунікаційних процесів як усередині організації, так і з зовнішнім середовищем, управління циркуляцією документних потоків у межах системи управління внутрішньоорганізаційною інформацією, тобто практичною реалізацією інформаційно-комунікативних процесів організаційного розвитку [6]. Підключення підприємства до нової інформаційної системи управління проектами варто здійснювати структурно послідовно. А сам процес впровадження потребує системного підходу, що передбачає планування комплексу робіт і контроль за їх здійсненням. Тобто

використання інформаційних технологій в управлінні проектами підприємств потребує проведення попередніх теоретичних досліджень механізмів впровадження інформаційних технологій з метою автоматизації процесів ефективного управління проектами та контролю виконання проектів [7]. Отже, з метою ефективного функціонування та оптимізації підприємства необхідно створити таку інформаційну базу, яка б могла на основі застосування інформаційних технологій тривалий час задовольнити всі потреби підприємства.

Список використаних джерел:

1. Томілін О. О. Організація господарської діяльності підприємства: монографія. Полтава: «Оріяна», 2009. 176 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1567>
2. Tomilin A. A., Galych A. A. Problems of state regulation of the economy and the main directions of improvement of interbranch relations in the agrarian sector. *Scientific journal "Modern science- Moderní věda"*. Praha. Česká republika, Nemoros. 2016. № 2. P. 63–70. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1517>
3. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://kerivnyk.info/2012/05/mykolyshyn.html>.
4. Титоренко Г.А. Автоматизированные информационные технологии в экономике. Под ред. Г.А.Титоренко. М. Компьютер ЮНИТИ, 1998, 336 с.
5. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/102782/97865>.
6. Матвієнко О., Цивін М. Інформаційний менеджмент як основа концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи. ISSN 2076-9326. Вісник Книжкової палати. 2017. № 4 URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1546_97383715.pdf
7. Бродська А.О. Використання інформаційних технологій в управлінні проектами підприємств URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=Urss_2013_13_4.

СЕКЦІЯ 3
КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНІЙ
ОРГАНІЗАЦІЇ. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Roman Rossi, Hon. Dr., President
Eastern European Center of the Fundamental
Researchers, Prague, Czech Republic,
Diana Kucherenko, Ph.D, Associate Professor
Science and Research Institute of Social and Economic Development

PRIORITIES OF UKRAINIAN MARKET OF THE FORMING
LIFELONG LEARNING SYSTEM

Today higher education in Ukraine is in the process of transformation, due to both global trends (including the establishment of a knowledge economy, information society, the nomination of the new requirements to the production of educational capital) and reformation in the state and the transformation of Ukrainian society.

In many countries, adult education has become a new, supranational sector, which has international, European and other continental, national management structure and distribution. The development of this promising industry in the world provided the integration and interaction of public authorities and NGOs [1].

Like any market, the market education has three basic components:

- 1) Educational services / product - the good, satisfying social and individual needs on the formation of certain knowledge, abilities, skills and values;
- 2) The seller (manufacturer) educational services, which forms its proposal;
- 3) The buyer (consumer), which creates demand for educational services.

Education at all age stages of life is a necessity, it not only

determines its quality directly affects the preservation and improvement of human health, its offspring, longevity, but also gives a resource to solve the problems listed above. Education is a powerful productive force. Economic and social realities of today dictate the need for drastic reforms in the education system.

However, there are reasons why people are not involved in education in adulthood. Among them are the following: 1) disposition (attitude to learning); 2) situational (lack of time, family responsibilities); 3) institutional (payment, lack of evening courses, entry requirements).

As for Ukraine, the leading cause of adult education lag Ukraine the practice of developed countries can highlight such:

- 1) lack of study of foreign experience;
- 2) lack of regulatory framework in this area;
- 3) focusing on the problems of children and youth education.

One of the most significant problems of a system of continuous education in Ukraine is to overcome the stereotype attitude to informal education as little significant and insignificant. Failure to understand the specifics of informal education and its social potential (compared to a traditional school or higher education) generated by insufficient attention to studying the problems of adult education. It should be across the country to analyze the activities of the existing areas of unconventional forms and educational activities of adults. It will identify the specific cognitive and non-formal learning activities of different groups of adults, motivational features and mechanisms of self-organization of these activities.

At the present stage of lifelong learning market in Ukraine we recommend to develop and implement effective public policies to support its growth, including:

- 1) stimulating enterprises to invest in training and professional development of employees;
- 2) measures to recognize the value of employee productivity growth of the principle of pay equity;
- 3) initiatives to increase the prestige of the employee education;
- 4) internationalization and exchange experience with foreign educational institutions;
- 5) introduction of innovative information technology and training;
- 6) encourage self-education and self-improvement.

Perhaps the most positive potential increase in the degree of mass higher education lies in the creation of a modern education industry with many jobs, the results of which have high demand. This is especially important socio-economic results are in conditions of prolonged demographic crisis and aging populations.

References:

1. Kucherenko, D., Martynyuk, O. (2018). Transformation of the higher education by diversification of sources and forms of its financing. *Modern Science - Moderní věda. Praha. Česká republika, Nemoros s.r.o.*, 5, 44-52.

2. Zayukov, I. (2009). Ensuring correlation between level of education and the level of income – a source of significant employment potential. *Bulletin of Sumy State university, - Seriya Ekonomika*, 2. [ONLINE] Available at: <http://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/index.php/economics/article/view/81> [Accessed 25 January 2019].

Л.М. Варава, д.е.н., професор,
А.А. Варава, к.е.н., ст. викладач
Криворізький національний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Мотивація праці посадових осіб місцевого самоврядування на сьогоднішній момент є ще недосконалою з точки зору використання як економічних, так і неекономічних мотиваторів, тому удосконалення мотиваційної системи на всіх посадових рівнях є дуже актуальним та необхідним елементом управління.

Керуючись результатами проведених досліджень теорій мотивації, можна відмітити, що, знаючи їх основи і застосовуючи на практиці в управлінні різні їх методи відповідно до конкретної ситуації, можна отримати максимальну ефективність у досягненні результатів. Тому, найважливішим елементом розробки як стратегії, так і тактики мотивації поведінки людини є вибір найефективніших форм і способів задоволення виявлених потреб, тобто елементів процесу мотивування праці працівника.

Основним завданням дослідження є визначення основних методів та важелів щодо удосконалення мотиваційної системи

управління у органах місцевого самоврядування на прикладі виконавчого комітету Покровської районної в місті Кривому Розі ради.

Основним елементом в структурі виконкому Покровської районної в місті Кривому Розі ради виступає апарат виконкому (далі – апарат). Окрім апарату, до складу Виконкому району входять самостійні структурні підрозділи, які виконують окремі галузеві повноваження.

Водночас, преміювання у органах місцевого самоврядування посадових осіб проводиться з метою матеріального стимулювання високопродуктивної та ініціативної праці, підвищення її ефективності, якості, зацікавленості у досягненні її кінцевого результату та посилення персональної відповідальності посадових осіб у органах місцевого самоврядування за доручену роботу або поставлені завдання.

Оцінюючи використання методичного інструментарію мотивації та стимулювання персоналу в досліджуваному виконкомі необхідно в першу чергу відзначити відсутність чітких критеріїв для проведення такої оцінки. До показників ефективності мотиваційної системи посадових осіб можна віднести: наявність чи відсутність додаткових соціальних гарантій, методів мотивації, не передбачених чинним законодавством, рівень плинності кадрів, рівень кваліфікації держслужбовців, стаж у органах місцевого самоврядування держслужбовців, збільшення кількості посадових осіб, які одержали або мають бажання одержати фахову освіту, ступінь підвищення кваліфікації. Також, одним із показників ефективності мотиваційних заходів в органах місцевого самоврядування може служити ступінь задоволення своєю роботою у посадових осіб.

Водночас, в кожному конкретному органі може бути встановлена додаткова система соціальних гарантій та методів мотивації працівників, яка не визначена чинним законодавством щодо місцевого самоврядування, але юридично закріплена колективним договором.

З огляду на існуючі та законодавчо визначені потреби у пошуку шляхів модернізації технологій мотивації та стимулювання персоналу у органах місцевого самоврядування

доцільним є впровадження та використання у Виконкомі Покровської районної у місті ради сучасного та ефективного методу покращення роботи – мотиваційного моніторингу.

В основу системи мотиваційного моніторингу, яку пропонується впровадити в досліджуваному органі місцевого самоврядування, покладено проведення систематичного тестування працівників, спрямованого на виявлення їх ставлення до мотиваційних чинників, а також рівня їх задоволення. Оптимальним періодом проведення мотиваційного моніторингу є інтервал – один раз на квартал. Це дозволить розділити оцінку поквартально і відстежити ефективність способів стимулювання стосовно виконання квартальних планових завдань

Очевидно, що у подальшому мотиваційні заходи мають бути спрямовані на задоволення тих потреб, значення мотиваційних факторів яких високі, а ступінь задоволеності низький.

Проведення мотиваційного моніторингу доцільно здійснювати в такі етапи.

На першому етапі керівнику, в першу чергу, необхідно визначитись із метою проведення моніторингу. Окрім того, на першому етапі керівник виконкому має визначити обсяг проведення мотиваційного моніторингу. Може добавитись вибір переліку структурних підрозділів, якщо моніторинг носить вибірковий характер, типу категорії посад, віку, статі тощо.

На другому етапі логічним є вибір методів проведення мотиваційного моніторингу (тестування, анкетування). На цьому етапі доцільно забезпечити підготовку опитувальних листів для встановлення мотиваційних профілів працівників, визначення порядку опитування, акумулювання та зберігання результатів.

Третій етап передбачає проведення безпосередньо тестування працівників згідно обраної методики. Детальні специфічні вимоги до проведення тестів передбачають самі методики.

Четвертий етап є логічним продовженням третього. Після закінчення тестування проводиться обробка його результатів відповідно до методики тесту.

На нашу думку, з огляду на те, що проведення мотиваційного моніторингу передбачає постійний циклічний процес із

виявлення і оцінки факторів мотивації працівників, вважаємо за доцільне розроблення шаблонів документів (зокрема у Microsoft Excel) для заповнення зведеної інформації за працівниками, у тому числі структуру колективу за різними ознаками класифікації. Ще більш корисним може бути використання спеціального програмного забезпечення, яке автоматично здійснює опрацювання результатів та формування звітів.

П'ятий етап передбачає розроблення коригуючих заходів, спрямованих на покращення мотиваційного клімату у виконкомі.

Отже, аналіз результатів мотиваційного моніторингу дозволить удосконалити систему стимулювання працівників для ефективного виконання покладених на них завдань.

З.Б. Живко, д.е.н., професор,
І.І. Шегинський, І.М. Ганусяк, здобувачі вищої освіти
Львівський державний університет внутрішніх справ

ВИСОКА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЯК СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ

Високомотивовані працівники будуть працювати з повною віддачею за умови, що вони є зацікавлені в кінцевих результатах виробництва. Це є можливим тоді, коли інтереси підприємства і інтереси працівника узгоджуються між собою. Для забезпечення високого рівня мотивації на підприємстві з метою забезпечення ефективного управління мотиваційним процесом керівник повинен дотримуватиме певного алгоритму при створенні ефективного мотиваційного механізму персоналу. Він повинен передбачати п'ять етапів (рис. 1).

На першому етапі створення мотиваційного механізму персоналу здійснюється оцінка потреб працівників підприємства.

На другому етапі конкретизуються чинники, які визначають трудову якість працівника, його трудову діяльність і мотивацію, рівень задоволеністю працею тощо.

Третій етап – це зміна середовища підприємства, яке має

мотивувати працівника, змінювати його відношення до виконуваної роботи, змінювати його ставлення до колективу, в якому він працює, а також до підприємства і господарської діяльності в цілому.

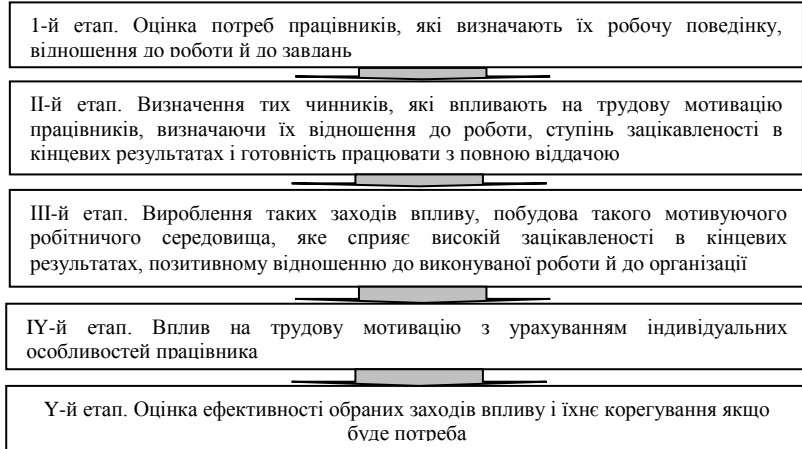


Рис. 1. Алгоритм створення ефективного мотиваційного механізму персоналу [1, с. 115]

Розробка системи впливу, методів впливу на безпосередню діяльність працівника, тобто розроблення нової мотиваційної системи, яка змінить пріоритети поведінки працівника на підприємстві і стимулюватиме його краще працювати.

П'ятий етап передбачає оцінку запропонованої мотиваційної системи, а також передбачає коректування запропонованої системи мотивації, якщо у цьому виникне потреба.

Мотиваційний механізм передбачає використання різноманітних методів мотивації праці, які використовуються для стимулювання ефективної праці. В науковій літературі існують різні класифікації методів.

Так, науковці [1-2] методи мотивації праці поділяють на два види:

1) матеріальні методи – заробітна плата, її структура, диференціація заробітної плати, надбавки, доплати, компенсації, премії, заохочувальні виплати, дивіденди;

2) моральні методи – кар'єрне просування, покращення умов

праці, гнучкий графік роботи, подяки, корпоративна культура, подарунки, доброзичливе відношення керівництва до підлеглих, тренінги, безкоштовне навчання тощо.

В.В. Колодєєва та Е.А. Фадєєва [3, с. 61] пропонують класифікувати методи мотивації на три групи: 1) діагностичні – аналізують мотиви конкретного працівника на підприємстві і формують мотиваційний профіль; 2) організаційні – формують в цілому мотиваційну політику підприємства; 3) індивідуальні – спрямовані на мотивацію працівників, які мають схожі мотиви і потреби. Ці ж автори пропонують також виділяти наступні методи: 1) адміністративні – передбачають врахування правил внутрішнього розпорядку, внутрішніх наказів і розпоряджень на підприємстві тощо; 2) економічні – грошові виплати за досягнення високих індивідуальних і колективних результатів роботи, участь в капіталу, участь в прибутку тощо; 3) соціально-психологічні – участь в управлінні, визнання, справедлива оцінка роботи працівника, сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі [3, с. 61].

Провівши аналіз, створення нової системи мотивації персоналу на підприємстві пропонуємо реалізувати в три етапи.

На першому етапі сформулюються як інтереси працівників, так і інтереси підприємства.

На другому етапі узгоджуються інтереси підприємства і працівника, що є важливим для створення ефективної системи мотивації працівників.

Третій завершальний етап – розробляються нові форми мотивації, які забезпечують узгодження інтересів підприємства і працівників.

Отже, орієнтація на високу результативність як системи мотивації, так функціонування підприємства в цілому, передбачає і базується як на поєднанні матеріальної і моральної винагороди, так і на отриманні працівником високого рівня задоволеності самою роботою.

Список використаних джерел:

1. Сутормина М.М. Подходы управлению мотивацией персонала. *Современные тенденции развития теории и практики управления*. [Материалы У1 международной научно-практической конференции]. Омск, 2016. С. 113-120.

2. Живко З.Б., Живко М.О., Процак Н.І. Стимулювання і мотивація праці

як функціональні характеристики в управлінні персоналом: теоретичні аспекти аналізу. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. Серія економічна: збірник наукових праць; голов.редактор Р.І.Тринько. Вип. 1. Львів: ЛьвДУВС, 2011. С. 184-191.

3. Колодеева В.В., Фадеева Э.А. Современные методы мотивации персонала при управлении предприятием. *Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике*. [Материалы ХУ1 ежегодного открытого конкурса научно-исследовательских работ в области экономики и управления]. Волгоград, 2016. С. 60-61.

Л.О. Мармуль, д.е.н., професор,
Л.Ю. Леваєва, к.е.н., доцент
*ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*

ЧИННИКИ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТРУДОРЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Впровадження новітніх технологічних укладів в аграрні підприємства, галузі та види діяльності на селі значно посилили роль трудовресурсного й інтелектуального потенціалу сільського населення, людського капіталу у розвитку аграрної та сільської економіки загалом. Тому обґрунтування й розробки стратегій розвитку й удосконалення структури та організації трудовресурсного потенціалу й управління ним у підприємствах агросфери мають велике теоретичне й практичне значення. На нашу думку, вони мають здійснюватися на рівні суб'єктів господарювання, локальних ринків праці, динаміки економічної активності населення, бути інтегрованими із соціально-трудовими відносинами у регіонах.

Як зазначає М. Ігнатенко, удосконалення трудовресурсного потенціалу й підвищення якості людського капіталу має відбуватися за принципами соціального партнерства, в межах компетенції національних, регіональних та місцевих органів влади, відповідно до концепції соціальної відповідальності [1, с. 278]. Управління цими процесами включає узгодження попиту і пропозиції робочої сили, розвиток трудової і професійної мобільності працівників, зменшення безробіття.

Для цього використовуються інноваційні інструменти та методи управління й регулювання: трудове посередництво; інвестування у робочу силу; інноваційне забезпечення її конкурентоспроможності й мобільності; соціальне страхування; вибіркова підтримка робочих місць та видів діяльності, соціальна відповідальність агробізнесу щодо соціальної підтримки працівників, інфраструктури, сільських громад і сільських територій.

Для управління раціональною територіальною організацією трудових ресурсів потенціалу й структурою та якістю людського капіталу підприємств агросфери необхідно виконувати такі основні вимоги: а) управлінський вплив не повинен перешкоджати вимогам економічної ефективності, які передбачають мобільність робочої сили, вивільнення зайвих працівників, забезпечення створення нових робочих місць, інноваційні форм відтворення трудових ресурсів. Необхідно забезпечувати особистісний ріст, навчання, підвищення кваліфікації й продуктивності праці працівників, їх відпочинок, відтворення здоров'я і всебічний соціальний захист і підтримку.

Згідно досліджень І. Романюк, важливою умовою реалізації нової моделі трудових ресурсів потенціалу агросфери є фінансова стабілізація, відновлення економічного зростання, збільшення інвестиційних ресурсів для інноваційної активності і вирішення соціальних проблем [2, с. 107]. Практика засвідчує, що перехід ринку праці до інноваційного типу відтворення потенціалу трудових ресурсів – завдання надзвичайно складне. На тлі фінансової кризи на селі зберігається безробіття, корупція, тінізація аграрної економіки. Одним з виходів з цієї складної ситуації є розвиток малого та середнього агробізнесу на селі, альтернативних видів зайнятості.

Згідно соціологічних досліджень, рівень потенційної готовності займатися підприємницькою діяльністю серед економічно активного населення зумовлюється особливостями трудового потенціалу працюючих. Так, відчувають себе спроможними бути підприємцями 72,0 % самозайнятих; 55,0 % найманих працівників приватних підприємств; 45,0 % найманих працівників підприємств та установ державного сектору. Очевидно, певна частка безробітних могла б долучитися до

підприємництва за умов удосконалення чинної системи перепідготовки та виплат на започаткування власної справи в агросфері, зменшення податкового навантаження [3, с. 134].

Встановлено, що чим повніше задовольняються потреби в матеріальних благах, тим більшою стає потреба в забезпеченні соціальних та культурних благ. Оптимальне співвідношення матеріального виробництва й соціальної діяльності дає змогу забезпечувати відповідність між матеріальним добробутом і духовним розвитком людей [3, с. 228]. Формування інформаційного суспільства, інноваційні техніка й технології потребують підвищення рівня освіти, кваліфікації, загальної культури людини, її дисциплінованості та відповідальності за доручену справу. Все це визначає зростаючу роль соціальної відповідальності в управлінні розвитком трудових ресурсів потенціалу й підвищенням якості людського капіталу аграрних підприємств, її активний зворотний вплив на розвиток й удосконалення аграрного виробництва, продукції, екології, сільської економіки загалом.

Список використаних джерел:

1. Ігнатенко М. М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 470 с.
2. Романюк І. А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення. *Економіка АПК*. 2014. № 10. С. 105-109.
3. Мармуль Л. О., Романюк І. А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 266 с.

Andrii Mykhailov, Dr. in Economics, Professor
Sumy National Agrarian University,
Huo Zhiping, Yin Haiyan, PhD student's
Sumy National Agrarian University,
Henan Institute of Science and Technology, Henan, China

EXPERIENCE IN HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT FOR THE ELDERLY IN DEVELOPED COUNTRIES

Official figures from China's national bureau of statistics show in 2001, the proportion of the elderly aged 65 and above was 7.1 percent. According to the international standard, China has entered

an aging society since 2001. However, since 2012, the working-age population began to decline, and the aging problem became increasingly serious [1]. At the end of 2018, the population over 60 years old was 249.49 million, accounting for 17.9% of the total population. According to predictions of related experts, in 2025, the population over 60 will reach 300 million in China. Based on the latest World Health organization (WHO) 2018 edition of World Health Statistics, the life expectancy of Chinese people is 76.4 years [2]. Therefore, old people are potential huge treasure house of human resources.

Because China entered the aging society relatively late, the elderly human resources development is still in the initial stage. Developed countries such as France, the United States, Japan have entered the aging society relatively early and have accumulated rich experience in the development of elderly human resources.

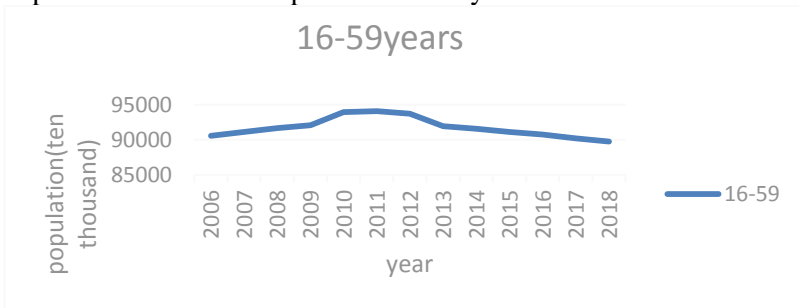


Fig. 1. Changes in China's working-age population from 2006 to 2018

Source : Statistical bulletin of the People's Republic of China on national economic and social development 2006-2018

In 1865, the proportion of aged people aged 65 and above in France exceeded 7%, making it the first country in the world to enter the aging society. In 2000, the proportion of aged people aged over 60 accounted for 20.6% of the total population becoming a "super-aged" country. By 2050, the proportion of French aged 60 and over will reach 32.6% according to projections. Since the 1960s, France began to pay attention to the aging problem of population, and adopted a series of policy measures to solve the aging problem,

among which the practical experience in the elderly human resource development includes strengthening human resources education and training for the elderly, reforming the retirement system, and conducting academic research on the elderly.

The increase of life expectancy and the decline of population mortality directly led to the aging society in the United States in the 1940s. According to the data of the elderly population in the United States released by the census bureau, since 1950, the population aged 65 and above has accounted for 8.1% percent of the total population in the United States. In 2000, the proportion rose to 11.86 percent, and it is predicted that by 2050, 20.3 percent of the population will be over 65 years old. The main measures to develop the elderly human resources in the United States include: improving policies and regulations, gradually raising the retirement age, expanding the elderly labor market and developing the elderly community service employment projects.

In 1970, the proportion of the elderly aged 65 and above in Japan's total population exceeded 7%, which marked that Japan officially entered the aging society. Compared with other developed countries, Japan's population aging started relatively late, but it is the developed country with the fastest aging development speed in the world. It only took 24 years for the aging population to grow from 7% to 14%, and the growth rate was 2-5 times that of Europe and America. Japan's experience in the development of human resources for the elderly mainly includes: legislation first, the government sets up special institutions to provide help for the employment of the elderly, raising the statutory retirement age and encouraging the elderly to find employment again[3].Therefore, our government should make a good plan, formulate relevant laws and regulations to develop the elder resources positively

References:

1. National Bureau of Statistics of China. Statistical Bulletin of the People's Republic of China National Economic and Social Development [R]. 2001-2018
2. Population Division of United Nations World Health Statistics of WHO 2018.
3. Xie Yu.Foreign experience in the development of elderly human resources and its enlightenment to China[J].Journal of Suihua college.2016.6 (16 -18)

Н.В. Блага, к.е.н., доцент,
Л.В. Кухарська, аспірант,
О.В. Живко, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Львівський державний університет внутрішніх справ

АЛГОРИТМ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ

Побудова нової системи мотивації підприємства в подальшому потребує належної оцінки з ефективності мотиваційного механізму, оскільки як зовнішнє, так і внутрішнє середовище функціонування самого підприємства і системи мотивації постійно змінюються.

Ми пропонуємо конкретний алгоритм оцінювання ефективності мотиваційного механізму на досліджуваному підприємстві (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм оцінювання ефективності мотиваційного механізму на підприємстві [1, с. 131]

У випадку ефективного мотиваційного механізму на підприємстві ми пропонуємо заходи, які сприятимуть підтриманню і покращенню рівня ефективності мотиваційного механізму, а саме: 1) стратегічне спрямування розвитку нових мотиваційних заходів; 2) підтримання високого рівня ефективності.

Коли мотиваційний механізм перестав бути ефективним, не забезпечує високий рівень мотивації на підприємстві, тоді ми пропонуємо такі шляхи підвищення його ефективності: 1) дослідження можливих причин низької дієвості мотиваційного механізму; 2) визначення недоліків у системі стратегічного управління та їх усунення; 3) додаткові витрати, пов'язані з оптимізацією мотиваційного механізму на підприємстві [2].

Насамперед пропонується провести оцінку стану мотиваційного механізму на підприємстві, яка повинна враховувати чотири параметри:

- 1) Ступінь досягнення персоналом цілей.
- 2) Ступінь дотримання принципів підприємства.
- 3) Ефективність використовуваних методів управління.
- 4) Зацікавленість персоналу у процесі управління.

Враховання в комплексі перерахованих чотирьох параметрів дозволяє зробити висновок про ступінь дієвості мотиваційного механізму на підприємстві.

В результаті мотиваційний механізм на підприємстві може бути ефективним або неефективним. Тому з метою підвищення рівня ефективності мотиваційного механізму ми пропонуємо різні заходи.

В результаті реалізації заходів з підтримки та підвищення рівня ефективності мотиваційного механізму на досліджуваному підприємстві ми очікуємо: 1) підвищення рівня рентабельності виробничої діяльності підприємства; 2) розширення фінансових можливостей підприємства; 3) підвищення рівня стратегічного потенціалу; 4) підвищення продуктивності праці; 5) сприяння стратегічній налаштованості персоналу; 6) зміцнення конкурентних позицій підприємства

В певний момент часу на кожному підприємстві можна відслідкувати певні моменти, що свідчать про або

неефективність, або низьку дієвість мотиваційного механізму на підприємстві. Дослідивши можливі причини низької ефективності мотиваційного механізму та конкретизувавши реальні недоліки, виникає потреба в додаткових коштах, які спрямовані на оптимізацію мотиваційного механізму на підприємстві.

Загально визнаним правилом здійснення додаткових витрат, пов'язаних з підвищенням рівня мотивації працівників досліджуваного підприємства є: кошти, витрачені на пряму мотивацію працівників повинні забезпечувати зростання вищими темпами продуктивності праці порівняно із зростанням заробітної плати на підприємстві. Тільки за умови виконання цього правила забезпечується:

1) правильна мотивація і підвищення ефективності мотиваційного механізму на підприємстві;

2) підвищення рівня прибутковості виробничої діяльності і забезпечення розширення виробництва в перспективі.

Разом з тим зауважимо, що оцінку ефективності мотиваційного механізму на підприємстві необхідно проводити постійно. Саме такий постійний моніторинг, з одного боку, не потребує особливих витрат як часу, так і коштів, а з іншого боку – забезпечить високу дієвість і ефективність створеного мотиваційного механізму на досліджуваному підприємстві.

Отже, для створення дієвої мотивації і ефективного мотиваційного механізму керівництво підприємства повинно орієнтуватися на перспективний розвиток і виконання стратегічних завдань.

Побудова нової системи мотивації підприємства не гарантує постійно високу ефективність, а передбачає постійний її моніторинг, тобто оцінку ефективності мотиваційного механізму.

Список використаних джерел:

1. *Ракша Н.В., Белова О.І.* Вплив мотиваційного механізму на стратегічне управління підприємством. *Економіка і регіон.* № 3., 2011. С. 129-132.

2. *Живко З.Б.* Аналіз та оцінка системи мотивації персоналу як фактора безпеки. *Актуальні проблеми економіки* [Текст]. К. : Національна академія управління № 10., 2009г. С. 65-73.

МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ У РОБОТІ ЮРИСКОНСУЛЬТА ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційні технології сучасного підприємства – не лише прерогатива молоді, яка прагне бути прогресивною, технічно компетентною, з постмодерним поглядом на світ. Це вимога бізнесу, що корегує зміст і форму діяльності переважної більшості працівників. Не виключенням є робота юрисконсульта підприємства, в якій у нагоді може стати смартфон із завантаженими мобільними додатками.

Розглянемо можливості мобільних додатків при роботі юрисконсульта підприємства (табл. 1). Ми поділили їх на дві групи: пов'язані безпосередньо із професійною юридичною діяльністю та ті, які можна застосовувати для саморозвитку та розширення професійного світогляду правника.

Таблиця 1

Мобільні додатки у роботі юрисконсульта підприємства

Назва мобільного додатку	Функціонал
1	2
Додатки для професійної юридичної діяльності	
Юридична термінологія Offline	Швидкий пошук термінів; доступ в автономному режимі, без підключення до мережі Інтернет; необмежена кількість нотаток; автоматичні оновлення.
Право України	Мобільний додаток від ЛІГА: ЗАКОН, який зібрав в собі нормативно-правову базу України. В ньому містяться не тільки Конституція України, всі закони та кодекси, а й акти ВРУ, Кабміну, Президента України, рішення Конституційного Суду, акти міністерств та відомств, а також міжнародні акти
Патруль	Містить нормативні акти, екстрені телефони, пам'ятки. У програмі містяться розділи: Громадяни, Транспорт, Поліція, Армія, Люди з інвалідністю, Зразки скарг, Екстрені телефони.
Судові засідання та реєстр	Інформація про засідання в судах України, отримання судових документів з Реєстру судових рішень. Можливість відслідковування та отримання необхідної інформації (дата і час засідання; суд, в якому розглядається справа; склад суду по справі, юрисдикція, інстанція; сторони судового розгляду; предмет спору; останні документи по справі), перегляд судових рішень з єдиного державного реєстру судових рішень України. Пошук за номером справи, стороною судового процесу, моніторинг появи судових засідань за ключовими словами, нагадування про судові засідання тощо.

Продовж. табл. 1

1	2
Aflatum	Хмарне сховище, створене юристами для юристів та адвокатів, яке надає нові можливості в управлінні інформацією в порівнянні з традиційними засобами: папером, локальним сховищем і флеш-дисками. З його допомогою зручно вести архів справ (виробництв, дос'є), необхідний відповідно до інтересів довірителя. Окрім того, всі документи будуть у вас під рукою в будь-якій точці світу.
Юридичний калькулятор	Спеціальний калькулятор, який допоможе розрахувати штрафні санкції, три відсотки річних та інфляційні втрати з урахуванням вимог чинного законодавства та судової практики в господарських судах України.
PDF-сканер документів	Безкоштовна програма, яка дозволяє сфотографувати, обробити, «зшити» в багатосторінковий документ фото і зберегти його у форматі PDF, який ви оперативно можете надіслати електронною поштою.
IdeaBox – перевірка та реєстрація торгових марок	Дозволяє безкоштовно перевірити торговельну марку в 40 країнах, подати заявку онлайн і контролювати реєстрацію у своєму особистому кабінеті. Після подачі заявки, всі документи будуть фіксуватися в кабінеті, і заявник буде завжди в курсі актуального стану діловодства за заявкою.
<i>Додатки для саморозвитку юриста</i>	
Логіка і дедукція	Представлені детективні завдання, раніше опубліковані в журналах «Наука і життя», «Цит», «Гасвір», «Світ криміналу», що дозволяють розвинути увагу, спостережливість, кмітливість, винахідливість.
Мова тіла – Збреш мені	Ознаки, за якими можна визначити брехню, про що думає людина.
Судові промови адвокатів	Судові промови дореволюційних, радянських та російських адвокатів.
Мої справи – Планувальник справ	Можливість виділення пріоритетів, слідкувати за відображенням невіршених справ. Функція нагадування. Бейдж про кількість невиконаних справ допоможе визначити, які дні проходять більш результативно, ніж інші. Відслідковування персональної ефективності.
Англійська мова для юристів	Підручник складається з 10 розділів та призначений для вивчення іноземної мови у сфері юриспруденції.

Отже, представлений перелік мобільних додатків для юрисконсульта не є вичерпним та повинен постійно оновлюватися із урахуванням сфери діяльності підприємства, особистих потреб у розвитку правника та під впливом швидко змінюваного середовища.

Т.О. Сазонова, к.е.н., доцент,
В.В. Даниленко, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективне управління персоналом є одночасно провідною умовою та вимогою результативного функціонування сучасного підприємства. Професійний, вмотивований та лояльний персонал є потужною конкурентною перевагою будь-якого підприємства. Адже, трудові ресурси визнані головним ресурсом організації. Для того, щоб персонал дійсно відіграв роль фактору успіху підприємства, на наш погляд, необхідним є застосування саме психологічних методів управління. В сучасних умовах функціонування необхідним є врахування особистісних психологічних характеристик працівників, необхідності постійного підвищення згуртованості колективу та створення єдиної команди.

Психологічні методи управління персоналом застосовуються разом з соціальними і складають групу соціально-психологічних методів управління персоналом. До них належать [1, с. 115]:

- соціально-психологічний аналіз;
- соціально-психологічне планування;
- створення творчої атмосфери;
- участь працівників в управлінні;
- соціальна та моральна мотивація;
- задоволення культурних та духовних потреб;
- формування колективів, груп;
- створення сприятливого морально-психологічного клімату;
- встановлення соціальних норм поведінки;
- розвиток у працівників ініціативи та відповідальності;
- встановлення моральних санкцій і заохочень.

За допомогою даних табл. 1 наведемо найбільш суттєві, на наш погляд, особливості застосування психологічних методів управління персоналом.

Таблиця 1

**Особливості застосування психологічних методів
управління персоналом в сучасних умовах функціонування
підприємства [складено на основі 2]**

Складова аналізу	Особливість прояву методу
Акцент	спрямовані на внутрішній світ людини, її особистість, інтелект, почуття, образ і поведінку з метою спрямування внутрішнього потенціалу людини на вирішення конкретних завдань організації
Відмінна риса	спрямовані на конкретну особу робітника або службовця, виключно персоніфіковані і індивідуалізовані.
Основа	необхідність усестороннього розвитку людини, ліквідація можливої негативної тенденції відсталості, деградації, інертності частини колективу
Об'єкт застосування	екологічність продукції, що випускається або навколишнього середовища; характер або особистісні особливості співробітників організації; ергономічність умов праці; система управління персоналом; спосіб організації робочого місця; система мотивації і стимулювання співробітників; моральний клімат і атмосфера в колективі; умови відпочинку співробітників; інфраструктура регіону, в якому функціонує підприємство.
Можливості	передбачає постановку цілей розвитку і критеріїв ефективності, розробку психологічних нормативів і методів планування психологічного клімату і досягнення кінцевих результатів; дозволяють зробити правильний аналіз душевного стану людей, побудувати їх психологічні портрети, розробити методи усунення психологічного дискомфорту і сформувати сприятливий психологічний клімат в колективі
Сфера досліджень	психологічні аспекти професійного відбору, профорієнтації, професійного виснаження, напруженості та інтенсивності праці, нещасних випадків; аналізує аспекти поведінки людей в трудовому колективі, відносини керівника і підлеглого, проблеми мотивації праці працівників і психологічного клімату в колективі
Результати	розробка службової кар'єри на основі психологічної орієнтації працівників організації; формування підрозділів на основі психологічної відповідності співробітників; позитивний психологічний клімат в колективі; формування особистої мотивації людей; підвищення інтелектуальних здібностей членів колективу і рівня їх професійної освіти; зменшення психологічних конфліктів (невдоволення, скандалів, образ, стресів, подразнень); організація корпоративної культури на основі норм поведінки і образів ідеальних співробітників організації.

Отже, можемо зробити висновок, що метою психологічних методів управління персоналом сучасної організації є створення такого морально-психологічного клімату в колективі, який би сприяв активізації діяльності індивіда та підвищенню рівня задоволеності працею на підприємстві.

Зазначимо, що способи психологічного впливу концентрують всі необхідні і дозволені законом прийоми впливу на людей для їх координації в процесі спільної трудової діяльності. До них належать навіювання, переконання, наслідування, залучення, примус, спонукання, засудження, вимога, заборона, плацебо, осуд, командування, марні сподівання, «вибух», метод Сократа, натяк, комплімент, похвала, прохання, рада. Зрозуміло, що доцільність застосування тих чи інших прийомів впливу визначається специфікою ситуації, стилем керівництва, філософією організації тощо. Разом з тим, вибір способу впливу залежить від очікуваної реакції працівника та її швидкості. Головними складовими даної реакції є настрій, почуття та поведінка працівника.

Отже, менеджеру необхідно підібрати такі методи впливу на персонал, які б сприяли формуванню позитивного настрою та емоцій, а також бажаної керівництвом поведінки. Для цього управлінський персонал має досконально володіти та широко застосовувати на практиці наступні методи соціологічних досліджень: спостереження, анкетування та інтерв'ювання. Адже, вірно проведене дослідження дає змогу зробити правильні висновки, встановити зв'язки / відносини між індивідами / індивідом та групою; визначити причини конфліктів тощо.

Підсумовуючи зазначимо, що психологічні методи менеджменту покликані виконувати ряд управлінських функцій. За допомогою даних методів можливо аналізувати нормативи і норми соціальних процесів всередині організації, виявляти їх недоліки, формулювати проблеми і планувати відповідні удосконалення. Ці методи дозволяють організувати виконання планів по удосконаленню соціальних нормативів і контролювати їх, регулюючи при цьому управлінські та виробничі процеси і мотивуючи співробітників на поліпшення показників діяльності як власної праці, так і підприємства в

цілому, зростання рівня його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Голубка О. Я. Аналіз методів управління персоналом / О. Я. Голубка // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Випуск 5-1 (05). – С. 113-117.

2. Особенности психологических методов управления [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.e-reading.club>

О.С. Щербіна, к.е.н.

Донецький національний університет ім. В. Стуса, м. Вінниця

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ

Результат управління людським капіталом залежить від того, якими засобами і методами воно здійснюється. Одним з головних засобів управління людським капіталом є організаційна культура.

Розвиток кожного підприємства має циклічний характер, тобто проходить через певні стадії життєвого циклу, які визначають особливості виробничо-господарської, інвестиційної, фінансової та соціальної діяльності.

Життєвий цикл підприємства – це сукупність стадій, які проходить підприємство протягом своєї життєдіяльності від створення до ліквідації, кожна з яких характеризується певною системою стратегічних цілей і завдань, особливостями формування ресурсного потенціалу, досягнутими результатами функціонування [1, с. 416].

Знання життєвого циклу дозволяє передбачувати стадії зміни підприємства з певною послідовністю станів і гнучко адаптувати стратегію і політику управління людським капіталом протягом часу. Певній стадії життєвого циклу підприємства, яких налічують традиційно чотири, відповідає певний тип організаційної культури.

1. Стадія формування підприємства. На підприємстві на цьому етапі відсутня власна організаційна культура, проте є набір культур, привнесених працівниками підприємства із зовнішньої соціосистеми, з інших організацій. Тому умовно організаційну культуру цієї стадії можна охарактеризувати як суперечливу й неподільовану. Хоча зауважимо, що наявність

субкультур є неминучим явищем в умовах поділу праці й не завжди свідчить про неподіловану організаційну культуру [1, с. 411].

2. Стадія інтенсивного розвитку підприємства. На стадії розвитку в компанії формуються власна організаційна культура, основні цінності, що утворюються внаслідок усвідомлення співробітниками місії та місця компанії на ринку й у суспільстві. На цьому етапі процеси адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції особливо інтенсивні. Досвід, нагромаджений на попередній стадії, усвідомлюється та оцінюється. На цьому етапі розвитку головною ідеєю, що гуртує колектив, стає розуміння компанією свого місця на ринку й у суспільстві. Базові цінності, що сформувалися в період становлення, починають відчутно впливати на зацікавленість у співробітників в досягненні стратегічних цілей процвітання та розвитку підприємства. Загрозливою характеристикою цієї стадії є заміна справжніх цінностей проголошеними. Це спричиняється відносно невеликим досвідом, який не дозволяє сформувати самостійні уявлення в колективі за базовими аспектами організаційного життя. На цій стадії культуру можна охарактеризувати як несуперечливу, але слабо поділовану. У певній точці розвитку процеси інтеграції призводять до свідомого зниження темпів розвитку підприємства (та її організаційної культури, відповідно) і переходу підприємства до стадії зрілості [1, с. 411-412].

3. Стадія зрілості. На цій стадії життєвого циклу організаційна культура досягає піку. Досвід, набутий на попередніх стадіях, досить різноманітний і проаналізований. Уявлення підприємства сформовані, компанія має історію і традиції. Той факт, що компанія перебуває в цій стадії, тобто їй вдалося заповнити обрану нішу, вказує, що досвід внутрішньої інтеграції та пристосування до зовнішнього середовища виявився успішним. Економічна рівновага узгоджується з соціальною. Це означає, що цінності, проголошені на попередньому етапі, одержали своє підтвердження, перейшовши в розряд реальних цінностей і уявлень колективу. Тому вони активно передаються працівникам підприємства. Організаційна культура на цьому етапі характеризується найменшою кількістю

суперечностей і є широко поділюваною [1, с. 412].

4. Стадія спаду. Стадія спаду характеризується як суперечність між підприємством та навколишнім середовищем, яка виражається або в появі конкурентів, що витісняють підприємство з ринку, або у звуженні ринку. Для стадії спаду характерною є широка подільність організаційної культури. Проте підприємливість та інноваційність практично не проявляються [1, с. 412].

Для зіставлення типу організаційної культури зі стадіями життєвого циклу використовують критерії її подільності та суперечливості [2]. Подільність культури визначається часткою персоналу підприємства, що поділяють його базові основи, тобто чим більше працівників підприємства поділяють певні групові уявлення, тим більше культурна парадигма є сприйнятною. Рівень суперечливості визначається як несумісність суперечливих групових уявлень та цінностей, так і невідповідність між справжніми й проголошеними цінностями підприємства.

Шлях розвитку організаційної культури через стадії життєвого циклу підприємства зі зміною параметрів «суперечливість» і «подільність» відображає графік на рис. 1. Отже, суперечливість і подільність організаційної культури можуть бути індикаторами стадії розвитку підприємства. Крім того, вони дають змогу визначити напрям змін в організаційній культурі з урахуванням стадії розвитку підприємства. Такі зміни, за визначенням О.В. Лавізіної [2], називаються мутаціями, що вимагають прийняття певних управлінських рішень. Їх джерелом є два фактори: тиск конкурентів, що означає перехід до стадії старіння та появу суперечностей в організаційній культурі; амбіції лідерів.

Вищевикладені аспекти повинні обов'язково враховуватись в стратегії розвитку організаційної культури. Перспективним є формування стратегії управління людським капіталом для подальшого підвищення ефективності функціонування організації.

Список використаних джерел:

1. Петрова І.Л. Стратегічне управління людськими ресурсами: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2013. 466 с.

2. Лавизина О. Некоторые аспекты управления жизненным циклом организации, понимаемой как социальная система. Менеджмент в России и за рубежом, 2003. № 5. С. 47-60.

Н.С. Ринкевич, асистент
*Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури*

ВИКЛИКИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

Основою функціонування підприємств є організаційна культура, на формування й розвиток якої може впливати безліч різноманітних чинників.

Відповідно до концепції Е. Шейна формування організаційної культури визначається первинними та вторинними чинниками [1, с. 223-227]. До первинних чинників відносяться такі: точки концентрації уваги вищого керівництва; реакція керівництва на критичні ситуації в організації; відношення до роботи і стиль поведінки керівників; критеріальна база заохочення співробітників; критеріальна база відбору, призначення, просування і звільнення. До групи вторинних чинників входять: структура організації; система передачі інформації й організаційні процедури; зовнішній і внутрішній дизайн та оформлення приміщення організації; міфи та історії про важливі події й осіб, які грають ключову роль в організації; формалізовані положення про філософію та сенс існування організації.

Науковець О. Стеклова виділяє такі чинники, що впливають на характеристики організаційної культури [2, с. 25-26]: особистісні (вплив особистих характеристик співробітників організації на особливості організаційної культури); соціальні (умови навколишнього суспільства, починаючи від рівня життя населення і соціальної інфраструктури та закінчуючи суспільними настроями, відношенням до підприємства з боку суспільства та керівних органів); технічні (рівень техніки й технології); економічні (фінансовий стан організації);

професійні (впливають на ціннісні орієнтації); національні; внутрішні (кадрова політика, структура організації, стиль керівництва); зовнішні (закони) тощо.

У роботі [3] зазначено, що на організаційну культуру впливає ряд таких чинників: символічний (легенда, символи, ритуали, церемонії); когнітивний (спрямований на розвиток персоналу і включає планування кар'єри, розвиток персоналу, підтримка лідерства); внутрішній (визначає сенс функціонування організації та включає місію, принципи підбору персоналу, задоволення потреб персоналу); спонукаючий (винагорода, мотивація, формування лояльності).

На основі аналізу спеціальної літератури з менеджменту узагальнено існуючі наукові підходи до визначення чинників, що впливають на розвиток організаційної культури підприємств. Їх умовно розділено за такими групами:

адаптація до зовнішнього середовища (пов'язана з визначенням сегмента на ринку, гнучкістю організації, спроможністю пристосування до оточення; включає ділове середовище в країні, регіоні, галузі, національну культуру); внутрішня інтеграція (завдання співробітників);

особистісно-поведінкові (особистість лідера, управлінські акценти, індивідуально-поведінкові та професійні характеристики співробітників); структурно-нормативні (місія, цілі, стратегія й структура організації, комунікаційні канали й організаційні процедури, історія організації, принципи стимулювання, принципи відбору, просування й звільнення); зовнішні (економіко-політичні умови, політика конкурентів, споживче середовище);

спроможність ефективно виходити із конфліктної ситуації, децентралізована система управління, делегування повноважень, ступінь готовності до ризику та впровадження інновацій, неформальні відношення.

Отже, виходячи з вищевикладеного, чинники розвитку організаційної культури підприємств пропонується умовно систематизувати за двома групами:

екзогенні (нормативно-правова база, суспільство, державні органи влади, конкуренти, акціонери, інвестори, партнери, постачальники, споживачі);

ендогенні (менеджмент організації (науково-технічна й інноваційна діяльність, виробництво, управління персоналом, маркетинг і логістика, фінансовий стан, комунікаційна політика, планування та стратегування); співробітники організації (лояльність до кадрової політики, менеджменту, місії організації, трудової діяльності; дотримання інтересів організації, конфіденційність інформації, ціннісна орієнтація).

Вищеперелічені чинники потребують використання певних прийомів та інструментів, які дозволяють добитися успіху при трансформації організаційної культури підприємств.

Одним із сучасних викликів розвитку організаційної культури підприємств визнано цифрову трансформацію. На думку Forbes [4], 67% керівників компаній із списку Global 2000, вибрали в 2018 р. цифрову трансформацію як центральну мету своєї корпоративної стратегії.

Дослідження State of Digital Transformation компанії Altimeter [5] показали, що до напрямів інвестування в цифрову трансформацію віднесено організаційну культуру. Це створює можливості для змін, зростання, інновацій і прискорення. Перехід до цифровізації бізнесу – це зміна організаційної культури та впровадження інформаційних технологій, які розширюють можливості компаній і дозволяють формувати цифрову екосистему, що має відповідати сучасним вимогам господарювання. Для цього потрібні нові навички, знання, компетенції персоналу компаній, стиль роботи й якісно нова культура.

Таким чином, успішна цифрова трансформація можлива за рахунок ретельної внутрішньої роботи з інформування співробітників й оцінки рівня цифрової культури. При цьому доцільно організувати навчання співробітників, позапланове підвищення їх кваліфікації шляхом проходження курсів, тренінгів і майстер-класів.

Список використаних джерел:

- 1.Шейн Э. Организационная культура и лидерство. 3-е изд. Пер. с англ. под ред. Т.Ю. Ковалевой. СПб.: Питер, 2007. 336 с.
- 2.Стеклова О.Е. Организационная культура. Ульяновск: УлГТУ, 2007. 127 с.
- 3.Организационная культура. *Директор по персоналу*. 28.01.2019. URL: <https://www.hr-director.ru>.

4. Прохоров А. Цифровая трансформация в цифрах. URL: <https://www.osp.ru>.

5. Цифровая трансформация-2019: главные направления инвестиций. URL: <https://www.globalcio.ru>.

Li Wei, Ph.D. student
Sumy National Agrarian University

THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT

The formal proposal of the concept of human resources first appeared in Adam Smith's book 'The wealth of nations'. Although it has experienced one and a half centuries, but it has not yet formed a unified understanding. At present the most popular one is Peter Drucker's concept. Human resource is characterized by initiative, sociality, reproducibility, biological dynamics and intelligence^[2]. Initiative refers to that as the owner of human resources, people have active thinking, planning and purposeful action. People always live in a certain society and are influenced by the social environment. Reproducibility refers to the fact that human resources can be regenerated through supplementary nutrition, rest and learning, and will be improved in use. Biology refers to the characteristics of life and genetic characteristics. Biology is an important factor affecting the quality of human resources. Dynamic refers to that workers have a certain life cycle, in different life stages their capacity is different.

Science and technology play an important role in social and economic development. After world war II, Japanese and European economies were once on the verge of collapse. However, relying on the high-quality human resources, science and technology that remained, they recovered quickly. Why the American economy has been in a leading position in the world since the war? Because they invested in education and developed human resources. Material resources are important, but high-quality human resources can overcome the shortage of material resources. With the coming of the knowledge economy, the society keeps progressing and the competition becomes more and more fierce. The economic strength of a country become more and more depends on the quality of human

capital. Thus it can be seen that human resources play a decisive role in the development of social economy. The advantage of human resource quality is replacing the advantage of labor force quantity and becoming the new driving force of economic growth^[4].

Making good use of human resources can help us to make good use of the limited material resources and create new economic growth points. Therefore, we should delve into human resources and its related basic concepts. Through studying many literatures our research tends to define the concepts of human resources as the total ability of human which is engaged in social labor and used to create social value and social wealth in a certain range and a period of time. Human resources have their own characteristics, these are initiative, sociality, reproducibility, biological dynamics and intelligence, which determine how can we make good use of human resources. Studying the importance of human resources in social and economic development can help us understand the concept of human resources.

References:

1. Guan Yunfei. A Research on Human Resource Management Pattern Creativeness of the University Teachers. Changsha: Central South University, – 2009. – p. 1-3.
2. The distinction of manpower resource and manpower capital and connection — [Electronic resource]. – Access: <https://www.baidu.com/>.
3. Adam Smith. The wealth of nations. Beijing: Commercial press co. LTD. – 2014. – p. 56-58.
4. Li Beiwei, Bi Fei. Study on the number of labor force, human capital and the dynamic mechanism of economic growth. Social science front. – 2018. – p. 3-5.

В.М. Кірік, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
Д.В. Демченко, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
*Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка*

РОЛІ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджуючи поняття мотивація та узагальнюючи наведені визначення під цим терміном розуміють сукупність зовнішніх та внутрішніх рушійних сил, які спонукають людину здійснювати діяльність, орієнтовану на досягнення певних цілей з витратою

певних зусиль, демонструючи при цьому певний рівень старанності, сумлінності та наполегливості та [1].

Науці та практиці відомі внутрішня та зовнішня мотивації. Внутрішня виникає тоді, коли мотиви породжує сама людина, зіткнувшись із задачею, тобто виникає усередині людини. Відповідно зовнішня виникає тоді, коли мотиви діяльності викликаються зовнішнім середовищем.

Мотивацію (мотивування) можна розглядати і як процес, який містить шість стадій [6]:

- виникнення потреби;
- пошук шляхів усунення проблеми;
- визначення цілей (курсів) дій;
- здійснення дій;
- одержання винагороди від здійснення дій;
- усунення потреби.

Мотив – це те, що викликає певні дії людини, він знаходиться «усередині» людини. Мотиваційна структура людини – це сукупність мотивів. Стимул – це все те, що викликаю дію тих, чи інших мотивів. Стимули можуть бути як матеріальними, так і моральними.

Існує велика кількість теорій мотивації. Їх можна поділити на дві групи економічні та неекономічні теорії мотивації. В свою чергу економічні концентрують увагу на виявленні та аналіз змісту факторів мотивації, або на вивченні процесу мотивації [2].

Без знання сутності, змісту, ролі процесу мотивації та стимулювання, управління персоналом на підприємстві є неможливим. Приділення уваги персоналу є однією з важливих передумов для розвитку суспільства в умовах використання інновацій та нововведень. Це створює умови для економічного зростання і конкурентоспроможності як підприємства в цілому, так і окремого працівника. У кожного працівника крім визначених умов трудової діяльності є також і свої особистісні мотиви та стимули, що спонукають його до постійного виконання завдань, які були поставлені керівником [3-5].

Жодне з доручень управління у будь-якій сфері діяльності не можна реалізувати без зацікавленості працівника в її вирішенні,

тому одне з головних завдань керівника стає пошук ефективних методів мотивації та стимулювання персоналу [2].

До сих пір у повній мірі не досліджений напрям, який з'ясовує відношення між мотивацією та стимулюванням персоналу, а також впливу засобів стимулювання на підвищення мотивації у працівників до високопродуктивної трудової діяльності на підприємстві, яка є досить важливим фактором впливу на остаточні результати виробництва, отримання прибутків, зростання конкурентних переваг підприємства, що в загалом зумовлює ефективне ведення інноваційної діяльності підприємством.

Поняття мотивації є дуже складним та неоднозначним, а велика кількість різних теорій мотивації, намагаються пояснити цей феномен. Отже, підвищення інноваційної діяльності та ефективне управління підприємством за рахунок мотивації та стимулювання персоналу є актуальним і важливим питанням, яке вимагає подальшого розвитку та дослідження [1-2].

Зі сказаного вище можна зробити висновок, що мотивація є невід'ємною частиною діяльності підприємства, яке хоче не тільки подолати скрутний час, а й в майбутнього мати стабільність та розвиток. А кожен з працівників є ланкою єдиного, цілого та міцного ланцюжка, де кожна із частин є неповторною та необхідною.

Список використаних джерел:

1. Башмак М.С. Матеріальне стимулювання персоналу підприємства [Електронний ресурс] / Башмак М.С. – Режим доступу <http://masters.donntu.edu.ua/2010/iem/bashmak/diss/indexu.htm>.
2. Електронний ресурс: http://stud.com.ua/21840/menedzhment/sotsialni_aspekti_nespromozhnosti Менеджмент, антикризове управління
3. Островерх О.В. Необхідність управління змінами в організації / О.В. Островерх, О.В. Родіонов // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 172 – Харків: ХНТУСГ. – 2016. – С. 62-68.
4. Подольська О.В. Організаційні механізми удосконалення системи мотивації посадових осіб органів публічного адміністрування / О.В. Подольська, К.С. Богомоллова // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. Випуск 191 – Харків: ХНТУСГ. – 2018. – С. 171-178.
5. 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.

6. Управління персоналом: навч. посіб. / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 283 с.

М.Ю. Запека, здобувач вищої освіти СВР «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія

ТЕНДЕНЦІ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Розвиток сільськогосподарського виробництва не можна уявити без забезпечення його кваліфікованими спеціалістами. Адже від рівня кваліфікації, від вдалого підбору кадрів залежить майбутнє підприємства [томлін стаття напрями удоскон, С. 200]. Кадрове забезпечення аграрного сектору економіки в умовах трансформаційних процесів є важливим чинником його ефективного функціонування. Триваючі зміни організаційно-правових форм господарювання, розвиток багатокладності економіки, а також стрімкі процеси злиття та поглинання великотоварних інтегрованих агропромислових структур формують певні виклики й створюють принципово нові підходи до розв'язання проблем щодо кадрового забезпечення суб'єктів господарювання аграрного сектору [2]. Але, на жаль, в Україні відсутні чіткі напрями розв'язання цієї проблеми, не визначено точну потребу у фахівцях та кваліфікованих працівниках агропромислового виробництва [3, С. 757]. Кадрове забезпечення агропромислового виробництва являє собою систему підготовки кваліфікованих фахівців для нього, формування кадрового складу підприємств аграрного сектору економіки відповідно до потреб в їх кількісному та якісному вимірі й постійне підвищення кваліфікації працівників, оновлення їхніх знань і розвиток компетенцій [2]. Важливим завданням для агропромислового виробництва є підготовка кадрів. На кожному аграрному підприємстві необхідно сформувати таку систему управління персоналом, яка забезпечила б йому високу ефективність роботи, конкурентоспроможність та стійке становище на ринку [1,

С. 200]. Важливим чинником, що впливає на результативність діяльності кожного суб'єкта господарювання, є якість менеджменту, яка безпосередньо залежить від керівництва, торбо органу управління – працівників управлінського апарату, спеціалістів [4]. Перш за все, слід концептуально визначитись щодо шляхів реалізації стратегічних напрямів роботи з персоналом у сільському господарстві, і окремим блоком опрацювати регіональну програму роботи з кадрами на селі, де передбачити комплекс організаційних заходів, а також аграрних підприємств різних форм власності. Другим кроком у відродженні і розбудові села є подолання кризової демографічної ситуації та розширення природної основи відтворення сільського кадрового потенціалу [4]. На наш погляд, особливе місце мають посісти заходи щодо закріплення молоді в сільськогосподарському виробництві. Серед них: істотне підвищення рівня заробітної плати, розширення державної підтримки аграрних галузей, запровадження формування державного замовлення від обласних, районних і сільських адміністрацій, безвідсоткові кредити на придбання житла, участь роботодавців у підготовці фахівців, державні інвестиції щодо створення соціально-побутової сфери села.

Сучасними напрямками формування персоналу для сільськогосподарських підприємств можна вказати такі: розвиток нових принципів управління персоналом, підвищення продуктивності праці та ефективності сільськогосподарського виробництва; ширше використання комп'ютерних моделей для впровадження інноваційних програм зі створення кількісного складу персоналу; створення належних умов життя і праці для спеціалістів та робітників за рахунок підприємства; професійний вибір перспективних фахівців для подальшого навчання в магістратурі та аспірантурі за аграрним спрямуванням; впровадження цільового навчання випускників у закладах з аграрним спрямуванням; перенавчання і працевлаштування працівників, які вивільнилися з аграрного виробництва [5, С. 142-143]. Вітчизняне агропромислове виробництво потребує підсиленої уваги з боку державних органів та органів місцевого самоврядування, які мають допомагати галузі в конкурентній боротьбі на світових ринках за такими основними напрямками

як: кадрове забезпечення підприємства, підвищення якості менеджменту, оптимізація структури агропромислового виробництва [6, с. 151]. До механізмів впровадження новітніх технологій в агропромислове виробництво можна віднести наступні пункти: впровадження інноваційних розробок щодо агропромислових інтеграцій підприємств; державне фінансування інноваційних програм направлених для підприємств агропромислового комплексу; виділення державних та місцевих коштів для безкоштовного навчання обдарованої молоді у навчальних закладах держави та Європи; підготовка та перепідготовка кадрів на виробництві за рахунок господарського розрахунку підприємств [7, с. 152]. Отже, вирішення зазначених макроекономічних і галузевих проблем сприятиме формуванню кадрового потенціалу аграрного сектора економіки як області, так і країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Томілін О. О. Напрями удосконалення системи підготовки кадрів для аграрного сектора економіки. *Науковий вісник Ужгородського університету. Збірник наукових праць. Економіка*. Вип. 2 (36). 2012. Ужгород: Ужгородський національний університет. 2012. С. 200–204. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1540>
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>
3. Томілін О. О., Маслак М. М. Сутність адаптації персоналу підприємств агропромислового виробництва в сучасних умовах. *Економіка та суспільство. Електронний ресурс Мукачівського державного університету*. 2018. № 14. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1507>
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.kntu.kr.ua/>
5. Томілін О. О. Регулювання міжгалузевих відносин у сільському господарстві: монографія. Київ: ННЦ “ІАЕ”, 2014. 320 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1621>
6. Юрченко О. Ю. Особливості розвитку АПК України в умовах глобалізації / О. Ю. Юрченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 3. – С. 151–153.
7. Томілін О. О. Розвиток виробничих зв'язків в агропромисловому комплексі як основної ланки міжгалузевих відносин. *Mechanism of Economic Regulation*. 2013. No 1. С. 149–158. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1748>

СЕКЦІЯ 4
ГАЛУЗЕВІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ

Csaba Lentner, Prof. Dr.
National University of Public Service, Hungary, Budapest

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF FISCAL POLICY
IN HUNGARY AND UKRAINE

New fiscal and monetary mechanisms had to be introduced after the faltering confidence in neoliberal financial system. The importance of employing these new mechanisms, however, are fundamental for the whole economy and the society. The newly forming unorthodox systems in the world can be considered as an answer for the mistakes of the previous system. In order to provide appropriate answers literature on institutional economics should be analysed first. Besides, the scientific systematization of the current situation is also required. Therefore, the methodology of this scientific research on the unorthodox Hungarian public finance system relies heavily on the analysis of empirical data.

Next steps of the forming a new model of the fiscal policy that will effectively solve urgent problems of social development and ensure financial framework for implementing the reforms should be:

- improving the institutional environment functioning fiscal system based on the principles of social justice, economic efficiency, fiscal sufficiency;
- formation of the optimal structure of the budget;
- increasing the share of capital expenditures;
- the continuation of the reforms in the area of public procurement;
- reforming of the public financial control and budget relations.

Since 2010 the Hungarian economy has been governed on the basis of a policy that considers it a function of the state to influence the economy and consciously regulate and control market participants. In order to improve equitable contribution to financing public duties, the fiscal government has included international

companies and banks among taxpayers, while the payment obligations of domestic companies and the income tax payable by the population have been cut considerably. Through regulated pricing, the household fees levied by public utility companies have been reduced significantly. As a result of these measures, the state budget deficit fell below 3 percent, the balance of payments became positive, Hungary was released from the European Union's Excessive Deficit Procedure, government debt is on the decrease, GDP is up and employment is increasing. The objective of fiscal government is to increase domestic solvent demand. This is achieved by using the social market economy model of Keynes and Konrad Adenauer.

In view of the above for Ukraine today should choose the most suitable model of the fiscal policy and state support to the economy as a whole, to evaluate its economic feasibility, and to identify ways of the legal support; develop and adopt, based on the international standards and regulations framework law on the introduction in Ukraine of state support for export; create legal conditions for introduction in Ukraine of a new state fiscal policy that would meet international standards and requirements; create conditions for the formation of infrastructure for implementation of national fiscal policy.

As a result of co-ordinated fiscal and monetary governance, GDP is rising quarter after quarter. We have found new allied partners: Russia, the former Soviet member states, the countries of the Arab region and China. In addition to the diversification of our highly unilateral foreign relations, we also endeavour to moderate excessive Western orientation in the market of Hungarian government securities and state investments.

References:

1. Bukovics I. Gondolatok a magyar közigazgatás megalapozásáról. Pro PublicoBono – Magyar Közigazgatás, 2013/2. – P. 4-27.
2. Kucherenko D. G., Levchuk N. I., Chakenko N. V. Problemy i perspektyvy stymuluvannya investytsiinogo protsesu u promyslovosti Ukrainy // Ekonomichnyi sbirnyk universytetu «Pereyaslav-Khmelnyskii DPU imeni Grygoriya Skovorody» vypusk 18/2. – Pereyaslav-Khmelnyskii. – 2012. – P. 223-245
3. Lentner Cs. Valóban magasabb szintű gazdasági modell a magyar piacgazdaság, mint a piaci elemekkel átítatott tervgazdasági rendszer? Heller Farkas Eszmetörténeti Füzetek, X. évfolyam, 10-17. p., 2010

М.М. Ігнатенко, д.е.н., доцент,
М.А. Кучеренко, ст. викладач
*ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*

ІНДИКАТОРИ ТА ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА СЕЛІ

Підприємства й організації соціальної інфраструктури сільських територій, а саме освіти й виховання, культури і мистецтва, охорони здоров'я, дозвілля, фізичної культури й спорту, громадського харчування і торгівлі, фінансування і зв'язку та ін.) є важливою складовою частиною соціально-інфраструктурної сфери всієї країни. Проте вони мають особливості потенціалу розвитку, що проявляється в їх організації, ресурсах, фінансуванні, специфіці розміщення й діяльності. Це зумовлене особливостями сільської поселенської мережі, статево-вікової структури населення, аграрного виробництва й інших видів діяльності на селі, нормативно-законодавчої бази та організаційно-економічного механізму й фінансового та інституційного забезпечення використання послуг. Вказані чинники потребують всебічного врахування в управлінських рішеннях.

В умовах децентралізації влади та зміни територіально-адміністративного устрою сільських територій важливе значення для управління потенціалом їх розвитку має обґрунтування методології та методики оцінки ефективності функціонування закладів соціальної інфраструктури села [1, с. 103]. На нашу думку, основне значення для управління процесами підвищення ефективності потенціалу мають показники стану, розміщення, доступності для населення, забезпеченості послугами. У найбільш загальному вигляді їх можна згрупувати за наступними ознаками: за формою (вартісні, відносні й натуральні); за інформацією, яку вони несуть (кількісні та якісні); за галузями; за видами, якістю та вартістю обслуговування сільського населення.

До соціальних результатів, які досягаються шляхом

удосконалення управління, матеріально-технічної та трудоворесурсної бази сільських закладів соціальної інфраструктури та потребують всебічної оцінки в управлінні сільським розвитком загалом, відносяться: покращення умов життєдіяльності та доступності до соціальних благ; зниження захворюваності й смертності, збільшення тривалості життя; зростання освітнього та культурного рівня сільського населення; розвиток та більш повне задоволення матеріальних, духовних й інтелектуальних потреб людей; збільшення вільного часу та більш якісне його використання [2, с. 115].

Вагому роль у комплексній оцінці потенціалу розвитку закладів соціальної інфраструктури на селі відіграють соціологічні показники – задоволеність населення рівнем та якістю різних видів обслуговування, а також задоволеність життям у цілому. Велике значення має визначення престижності (перцепційності) сільського способу життя, його переваг або недоліків відносно міського; можливостей закладів галузі як сфери прикладання праці та забезпечення зайнятості сільських жителів. При цьому доцільно використовувати такі методичні інструменти: комплексної оцінки й діагностики стану соціальної інфраструктури села; системно-нормативний; планово-індикативний; системно-структурного аналізу і синтезу [2, с. 235].

В умовах нинішньої політики реформування сільської соціальної інфраструктури у зв'язку, насамперед, із значним зменшенням кількості сільського населення, людності сільських населених пунктів, їх кількості, старінням сільських жителів, значну інформацію про забезпеченість населення соціально-культурними й торгово-побутовими послугами надають показники їхньої фінансової й територіальної доступності. Вони характеризуються співвідношенням вартості послуг і платоспроможності та структури доходів і витрат споживачів; питомою вагою населення, що проживає за межами нормативного радіуса пішохідної й транспортної досяжності інфраструктурних об'єктів.

При цьому нормативні радіуси доступності об'єктів соціальної інфраструктури мають бути єдиними для всіх регіонів [3, с. 172]. Такий підхід до прийняття управлінських

рішень щодо підвищення потенціалу їх розвитку на основі нового нормативного оцінювання й прогнозування середовища їх розміщення дозволить проводити на всій території країни єдину державну політику соціальної підтримки населення. З іншої сторони, це сприятиме врахуванню регіональних особливостей сільських територій, розселення та потреб населення в соціальній інфраструктурі в управлінні потенціалом подальшого розвитку її закладів.

Список використаних джерел

1. Паленичак О. В. Вплив соціальної та ринкової інфраструктури на розвиток сільських територій регіону. *Економіка АПК*. 2011. № 8. С. 101-107.
2. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 470 с.
3. Городенко С., Горьовий В. Розвиток соціальної інфраструктури села та сільських територій. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 163. Ч. 2. С. 169-174.

Andrii Mykhailov, Dr. in Economics, Professor,
Sumy National Agrarian University
Yin Haiyan, Huo Zhiping, PhD student's,
Sumy National Agrarian University
Henan Institute of Science and Technology, Henan, China

JAPAN'S LONG-TERM CARE INSURANCE AND ITS ENLIGHTENMENT TO CHINA

Japan is a typical representative country for social long-term care insurance. Nursing is called care in Japan. The meaning in Japanese is the concept of comprehensive body care and housekeeping services. With the decline in the birth rate, the development of medical technology and the improvement of people's living standards, the average life expectancy of Japanese people continues to increase. According to the statistics of the World Health Organization, Japan's life expectancy is once again ranked first in the world in 2018. Figure 1 details the past ten years.

The average life expectancy of Japanese men and women Japan entered the ageing society as early as 1970, 30 years earlier than China. One out of every four Japanese nationals is an elderly person

over 65 years old. The deepening of the aging population has led to an increase in the number of disabled elderly people who need care [1].

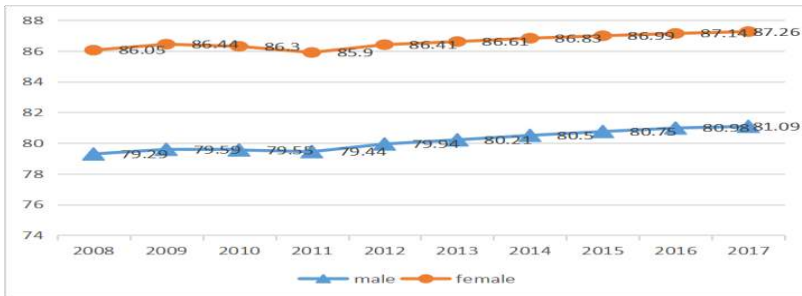


Figure 1. Curve of life expectancy of men and women in Japan in recent ten years

Before the establishment of Japan's long-term care insurance system, long-term care for the elderly was mainly provided by the welfare system and the medical care system for the elderly, both of which were imperfect and deficient in the face of new aging problems. Specifically, the welfare system has the problems of weak free choice, low service level and high service price. The types and providers of services in the welfare system shall be decided by the municipal government or the SAR government, and users shall not be free to choose. At the same time, the nursing service process lacks competition and the nursing level is difficult to improve. In the aspect of medical care system, due to the insufficient infrastructure of nursing service and the price of medical care is lower than that of nursing service, the phenomenon of "socialized hospitalization" increases, that is, the elderly with nursing service demand choose to be hospitalized in the hospital for a long time [2].

The important ideas of this paper study are shown in figure 2.

It reduces the utilization rate of medical resources and increases the financial burden of the government. Therefore, Japan reformed long-term care insurance from the following aspects: define the coverage and payment conditions of the insured; develop reasonable nursing needs assessment and nursing plan; establish reasonable financing mechanism.

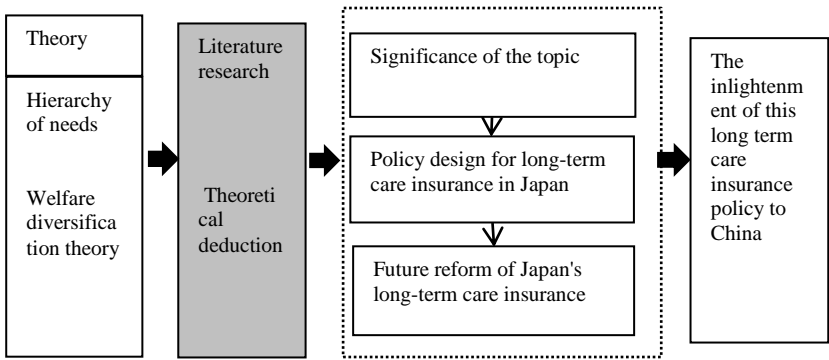


Figure 2. Ideas of Japan's long-term care insurance and its enlightenment to China

At present, under the background of "getting old before getting rich", it is necessary for China to learn from the beneficial experience of Japan's long-term care policy and actively respond to the growing demand for long-term care insurance [3]. According to the situation of our country, we should construct the long term care insurance system with Chinese characteristics. Specific practice has the following:

First: Create long-term care insurance, uphold the top-level design, and gradually create the concept.

Second: Accelerate the long-term care insurance legislation process to fill the gaps in China's long-term care laws.

Third: Construct a multi-level nursing care system to realize the socialization of nursing services.

Fourth: Set up diversified and humanized geriatric care programs to ensure the health and aging of the elderly.

Fifth: Cultivate professional nursing talents and improve the overall level of nursing services [4].

References:

1. Hu Hongwei, Tang Aixue, Wang Jianxiang. Evaluation and enlightenment on the development of long-term care insurance system in the United States, Germany and Japan [J]. Journal of huangxi economic management cadre institute, 2013, v. 25(n. 3): P:7-14
2. Hai long. Policy design, basic characteristics and development trend of long-term care insurance in Japan [J]. Economics and management, 2013, v.27 (n.8): p14-19.
3. Hu Hongwei, Li Jia Yi, Tang Aixue. Japan long-term care insurance system [J]. Population and society, 2016, v. 32(n. 1): 94-103.
4. Liu Cui, Yu Yang. Research review of long-term care insurance system in Japan [J]. Modern business industry, 2016 (1) : 201-202.

В.М. Орел, д.е.н., доцент
*Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ

Наявність на підприємстві результативно функціонуючої системи управління харчовою безпекою підтверджується його зовнішньої сертифікацією по одній з визнаних світових спільнотами та організаціями схем. Вже зараз можна прогнозувати, що в найближчі кілька років в рамках внутрішнього ринку продуктів харчування сертифікація стане диференціюються фактором, особливо при роботі з міжнародними лідерами ринку, що мають виробництва або торгові мережі і ретельно відбирати своїх постачальників в частині забезпечення якості та безпеки харчових продуктів. Впровадження систем управління якістю та безпечністю продукції – це шлях до економічного зростання будь-якого підприємства.

На сьогоднішній день актуальними стають питання вивчення поняття, структури системи менеджменту якості, передумов та етапів її формування, особливостей впровадження на підприємствах харчової промисловості. Крім того, вони не відображають особливостей реальної практики функціонування харчових підприємств.

На сьогоднішній день успішно працює система менеджменту якості, яка дозволяє підприємству досягти наступних переваг: забезпечувати стабільність роботи організації; дозволяє уникнути випадкових «збоїв» і конфліктів, мінімізувати вплив особистісного фактора; забезпечує дотримання обов'язкових державних нормативних вимог до якості; підсилює виробничу дисципліну і покращує контроль над діяльністю підприємства; дозволяє робити роботу компанії прозорою для її керівництва; полегшує оперативне управління і підвищує його ефективність; забезпечує зниження виробничих витрат за рахунок зниження кількості браку і підвищення ефективності праці; скорочує цикл розробки нової продукції; дозволяє досягти необхідної якості продукції і постійно підтримує його на рівні, відповідному

вимогам замовників, які встановлюються в договорах і інших документах; постійно підвищує ступінь задоволеності споживача, а значить, і обсяг продажів, прибуток і конкурентоспроможність компанії; безперервно удосконалює діяльність організації в рамках напрямків і пріоритетів, що встановлюються вищим керівництвом.

У харчовій промисловості застосовується система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point) – це визнана в світі система аналізу ризиків та управління критичними точками контролю, яка використовується в харчовій промисловості для забезпечення безпеки продуктів харчування [0].

Метою НАССР є забезпечення безпеки продуктів для споживачів шляхом контролю над факторами ризику протягом повного циклу виробництва і транспортування харчових продуктів. Дана система визначає систематичний підхід до визначення можливих ризиків хімічного, фізичного і біологічного (мікробіологічного) походження, їх оцінці і контролю.

Переваги менеджменту підприємств, які впроваджують систему НАССР: однозначне визначення відповідальності за забезпечення безпеки харчових продуктів; уявлення документального підтвердження впевненості щодо безпечності харчових продуктів; забезпечення системного підходу, що включає всі параметри безпечності харчових продуктів, від сировини до кінцевих користувачів; економне використання ресурсів для управління безпекою; підвищення довіри споживачів до продукції, що випускається харчової продукції; можливість успішно конкурувати на ринку; ознайомлення з перевагами в важливих тендерах; підтримку репутації виробника якісного і безпечного продукту харчування; забезпечення стабільної якості, від якого залежить імідж компанії [2]. Ця система є основною моделлю управління якістю та безпечністю харчових продуктів в промислово розвинених країнах світу.

Система GMP (Good Manufacturing Practice), що застосовується в галузях харчової промисловості гарантує якість продукції відповідно до стандартів, що відповідають її призначенню і вимогам торгової ліцензії. Система GMP – це

єдина система вимог щодо організації і здійснення технологічних процесів і контрольних випробувань проміжних і кінцевих продуктів на всіх стадіях виробничого процесу. Правила GMP встановлюють вимоги до персоналу, приміщень та обладнання, документації, виробництва продукції, контролю якості та проведення аналізів за контрактами, рекламацій, порядку відкликання продукції і організації само інспекцій [3]. Правила GMP призначені в першу чергу для зниження ризику, властивого продукції, який не може бути повністю запобігли шляхом проведення випробувань готової продукції.

Аналізуючи різні системи менеджменту, можна виявити у них загальні структурні компоненти, інтегруючи які можна досягти органічного співіснування цих систем і поліпшення не кожній окремо, а діяльності організації в цілому, що призводить до вдосконалення продукції. Правильним буде використання тієї методології або комбінації систем менеджменту, яка принесе найбільшу користь і стане «працювати» в конкретній організації.

Список використаних джерел:

- 1.Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика. К.: КНЕУ, 2001. 240 с.
- 2.Пономарьова О. С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства. Економіка, фінанси, право. 2009. № 5. С. 8.
- 3.Траченко Л. А. Блок-схема управління якістю на підприємствах харчової промисловості. Науковий журнал «Вісник». Тернопіль: «Економічна думка» ТНЕУ, 2007. № 1. С. 79-86.

**Kseniia Bliumska-Danko, PhD, Associate Professor,
Zhao Haipeng, PhD Student
Sumy National Agrarian University**

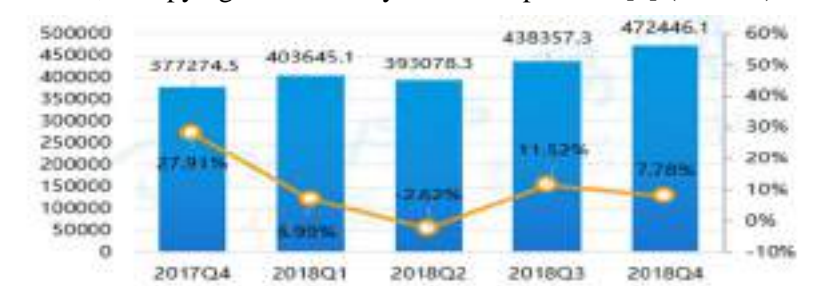
THE ROLE OF THE GOVERNMENT OF CHINA IN THE COMPETITION OF MOBILE PAYMENT

In recent years, with the rapid development of the mobile network, mobile payment has more and more penetrated into the business field, it makes our mode of consumption payment more convenient. Mobile payment is a new upstart breed from the development of the network, but its rapid development also exposes many problems. So what role should the government play in the

development of mobile payments? How should guide its healthy development?

Current situation and application of mobile payment in China: In recent years, China has made remarkable achievements in the field of mobile payment. In February 2017, the financial times published an article titled "compared with China, the mobile payment market in the United States looks like a pygmy", which cited two consulting companies' research data on the mobile payment market in China and the United States respectively, the research show that the size of China's mobile payment in 2016 was about 50 times that of the United States in the same period [1].

According to *Analysis Data* from «the quarterly monitoring report of China's third-party payment mobile payment market, q4, 2018» The transaction scale of China's third-party payment mobile payment market reached 47244.61 billion yuan, up 7.78% month on month. The market share of Alipay and Tencent finance (WeChat) reached 92.65%, occupying an absolutely dominant position [2] (Table 1).



Tabl 1. 2017Q4-2018Q4 transaction scale of China's third-party payment mobile payment market [2]

Payment is a kind of popular demand, while mobile payment has the characteristics of portable, real-time and fast. It can also solve some problems that cannot be solved by the traditional payment and improve the efficiency of the traditional business process. Therefore, it has a broad application field and development prospect [3].

Strengthen supervision and effectively protect the legitimate rights and interests of consumers. The government should strengthen the construction of legal norms for mobile payment, formulate relevant policies conducive to the development of mobile payment,

establish an effective management system, strengthen market supervision in the Internet environment, regulate online transactions, and ensure the safety of user information and funds.

Integrate development and supplement traditional payment methods. User demand and business law determine that mobile payment cannot replace cash, but will supplement cash and coexist with multiple payment methods for a long time. A complete «cashless society» will never emerge, but with the integration of mobile payment and all walks of life, a new era of intelligent life has arrived [4].

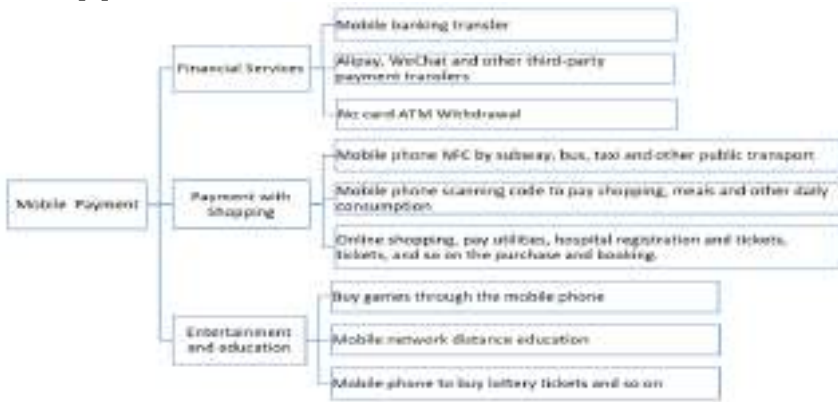


Table 2. The Application field of mobile payment

Government is the supplier of public goods, but not the provider directly, the government can through the way of marketization of government function, and the cooperation between enterprise and market, use of competition mechanism, supply and demand mechanism, price mechanism and constraint mechanism, modulation, the supply and demand mechanism, price mechanism and constraint mechanism, to mobilize social resources to engage in public service supply process, so as to realize the government with fewer resources and cost, provide more and better quality public services.

References:

1. On the application and development of mobile payment in China, Jia Fengju, School of economics and management, Inner Mongolia agricultural university, Hohhot 010019, China.

2. Analysis on digitization process of mobile payment industry –Analysis.
3. Role and strategy of commercial Banks in mobile payment competition, Cheng Hua, China Banking Industry.
4. The role of government in the formation and development of social organizations, Fang Changchun, School of Sociology, Nanjing University, Nanjing 210046, China.

К.С. Богомолова, к.е.н, доцент,
О.П. Пахуща, здобувач вищої освіти «Магістр»
*Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Забезпечення зайнятості населення це не лише актуальне завдання усунення соціального протиріччя, але і пріоритетний напрям урегулювання доходів населення. Зайнятість населення і в розвинених країнах і в країнах перехідного періоду залежить від структурних змін в економіці, від типу і характеру економічної політики, від рівня розвитку виробничих сил і напрямку виробничих стосунків.

Зміни на ринку праці – це головні тенденції масштабу і динаміки зайнятості, соціальне ділення праці і безробіття. Під забезпеченням зайнятості розуміється ефективне використання трудових ресурсів на мікроекономічних умовах. А це, передусім, характеризується ефективним використанням виробничого потенціалу і рівня розвитку економіки країни. Зайнятість відбиває в собі багатосторонні і найважливіші прояви суспільно-соціального життя [2].

Забезпечення зайнятості охоплює ринок робочої сили. Вартість робочої сили на ринку праці визначається умовами найму, а також об'ємом заробітної плати, умовами праці, освітою, рівнем професіоналізму і забезпеченням зайнятості. Рівень зайнятості пов'язаний з потребою в робочій силі країни. Потреби в робочій силі мають великий вплив на формування багатокладної економіки, а зміни в галузевій інфраструктурі економіки на розвиток ринкової інфраструктури.

Зміни в трудових стосунках у зв'язку з переходом на ринкові

стосунки впливають на формування і будову індивідуальної зайнятості. Індивідуальна зайнятість пов'язана з розвитком підприємницької діяльності. Не дивлячись на те, що індивідуальна зайнятість характеризується як критерій прихованого безробіття, нові форми власності пов'язані з розвитком ринкових процесів. Тому в суспільстві забезпечення ефективної зайнятості населення вважається важливим соціально-економічним і складним політичним завданням державного рівня.

На сьогодні велика увага приділяється розробці і втіленню в життя низки заходів політики зайнятості. Рівень зайнятості населення повинен відповідати змінам, що відбуваються в суспільстві. Забезпечення зайнятості характеризується як соціально-економічний процес, що виник з об'єднання провідних чинників, виробничих засобів, робочої сили і виробничої сили, саме поєднання в собі цих чинників вказує на розвиток.

Чинники зайнятості залежно від їх специфіки можна об'єднати в декілька груп: демографічні, економічні, соціальні і загальноосвітні.

Демографічні чинники зайнятості пов'язані з особливостями відтворення населення (віково-статева структура населення, народжуваність, смертність і міграція).

Економічні чинники зайнятості пов'язані з особливостями розміщення і розвитку продуктивних сил (розміщення продуктивних сил, галузева структура народного господарства, економічне стимулювання та ін.).

Економічне стимулювання, з точки зору зайнятості, – це система заходів держави (заробітна плата, пільги і т. п.), спрямованих на забезпечення ширшої участі окремих груп населення в громадському виробництві, створення умов для поповнення і стабілізації руху зайнятих в економіці.

Соціальні чинники зайнятості пов'язані з особливостями формування системи умов для трудової діяльності населення (рівень розвитку сфери обслуговування і мережі дошкільних установ, рівень утворення населення, національні традиції, рівень розвитку охорони здоров'я та ін.).

Загальноосвітні чинники зайнятості пов'язані з

особливостями способу виробництва матеріальних благ (форма власності на засоби виробництва, характер з'єднання засобів виробництва і робочої сили та ін.).

В умовах ринкової економіки зайнятість ніколи не носить загальний характер. Конкуренція, рух капіталу неможливі без резервування частини робочої сили. В зв'язку з цим об'єктивно виникає проблема безробіття. Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому певна частина трудящих не може влаштуватися на роботу і, стаючи відносно надмірним населенням, перетворюється на резервну армію праці. Як бачимо рівень безробіття зростає. В Україні найвищий рівень безробіття серед осіб працездатного віку, із зрозумілих причин, зафіксований у Луганській (17,8%) та Донецькій (15,0%) областях. Ще у 15 регіонах рівень безробіття перевищував середній показник по Україні. Найменше від безробіття потерпало працездатне населення Харківської та Київської областей, де його рівень не підійнявся вище 7% [1].

Отже, можемо сказати, що зайнятість – це така сфера діяльності держави, ефективно регулювати яку можна, тільки притягаючи усі рівні влади, а в якихось питаннях віддаючи пріоритет регіональній і місцевій владі.

При цьому слід мати на увазі, що роль роботодавців в здійсненні політики сприяння зайнятості населення проявляється в дотриманні умов договорів, що регулюють трудові стосунки, і в реалізації заходів, передбачених трудовим законодавством, колективними договорами і угодами щодо захисту працівників у разі призупинення виробництва або звільнення працівника.

Список використаних джерел:

1. Зайнятість населення за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2018 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Шаров О.І. Тенденції працевлаштування випускників ВНЗ у кризовий та посткризовий період [Електронний ресурс] / О.І. Шаров. – Режим доступу : <https://www.tempus.org.ua/uk/national-team-here/239-tendenciji-pracevlashtuvanna-vipusknikov-vnz-u-krizovij-ta-postkrizovij-period.html>.

ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

Консалтингові послуги продовжують набирати популярність у всьому світі. У 2015 році обсяг глобального ринку склав 245 млрд доларів, продемонструвавши приріст майже на 5 % у порівнянні з 2014 роком. Лідером сфери продовжує залишатися ІТ-консалтинг, оборот якого у 2015 році склав 50 млрд доларів. Цей вид консультування найбільш популярний в США і в Західній Європі. У Східній Європі перше місце займає операційний консалтинг. Така диференціація переваг може бути обумовлена менталітетом і національною бізнес-моделлю. Захід звик орієнтуватися на завтрашній день, інвестувати в майбутнє, в той час як бізнес у країнах Центральної та Східної Європи прагне зміцнити свої позиції на ринку тут і зараз. Крім перерахованих вище регіонів, консалтингові послуги мають дуже високий рівень популярності в країнах із надрозвиненою економікою – Японії та Сінгапурі. Приплив інвесторів-нерезидентів з усього світу, зашалюючи темпи зростання невиробничої сфери та багато інших економічних чинників є причинами зростаючого обороту ринку консалтингових послуг в цих країнах.

Що стосується українського ринку консалтингу, у нашій країні існує кілька обмежень, які поки не дозволяють ринку стрімко розвиватися, а саме:

- слабка поінформованість про те, що таке консалтинг;
- певна складність отримання об'єктивної інформації;
- недовіра до консалтингу в цілому, що обумовлено не завжди достатнім рівнем професіоналізму з боку консультантів;
- невисокий рівень інтеграції українських консультаційних компаній у міжнародні консультаційні структури і об'єднання;
- низька активність професійних об'єднань на консультаційному ринку;
- низький рівень звернення до консалтингових компаній;
- слабка поінформованість про те, що відбувається на ринку консалтингових послуг;

- недостатній рівень фінансової грамотності керівників. Відсутність інформації, що пояснює доцільність, необхідність і вигоди використання таких видів послуг в поточних умовах ринку.

Такі «тренди» були виявлені у ході дослідження «Аналіз ринку України на предмет надання послуг професійного консалтингу в області фінансів 2018», яке провела компанія E & S на замовлення компанії «Група Фінансових Рішень».

З урахуванням економічного зростання і залучення нових інвестицій в розвиток бізнесу перспективи консультаційного бізнесу в Україні існують. Є потенціал попиту, перш за все, на такі послуги як: фінансовий консалтинг і менеджмент, оптимізація бізнесу, інтеграція CRM систем. В умовах нестачі інформації і спеціалізованих знань серед керівників актуальною послугою також є професійні тренінги, проте, цей напрям потребує підвищення якості сервісу.

Тенденції виходу на український ринок світових брендів у галузі консультування – хороший знак і перспектива для українських підприємств, але реальна загроза для вітчизняних консультантів. На сьогоднішній момент світові лідери займають великий обсяг ринку, від 25 до 40 %, залежно від сегменту. Вони нараховують велику кількість співробітників компанії, працюють з великими підприємствами або іноземними представництвами, які розташовані на території України. Місцеві консультанти також представлені у всіх сегментах. Замовниками вітчизняних компаній виступають невеликі підприємства малого і середнього бізнесу. Основна перевага вітчизняних консультантів – невисока вартість послуг у порівнянні з іноземними.

Найбільшим регіональним ринком консультаційних послуг є місто Київ і Київська обл., який займає близько 86,7% ринку (за обсягом доходу). Станом на початок 2019 р. консалтингові послуги в Україні надавали більше 5 тис. компаній і близько половини з них були зареєстровані в столичному регіоні.

Найбільший сукупний дохід на одного співробітника зафіксований в сегментах фінансового консалтингу (18,6 %), консалтингу в сфері ІТ (17,02 %). Також вагому роль займають аудиторські, юридичні та бухгалтерські послуги. Як показало

дослідження, основними споживачами послуг є промисловість 26,27 %, ГМК – 20,53 %, фінансова і страхова діяльність – 17,61 %, решта – 35,59 % ринку розподілилися серед інших галузей.

Аналізуючи обсяг ринку консалтингу, варто робити поправку на ситуацію, що склалася в Україні, яка в результаті військових дій на сході країни спровокувала зниження споживання консультаційних послуг з 490 млн. доларів у 2014 р. до 437 млн. доларів у 2020 р. На думку розробників дослідження, відновлення ринку почнеться у 2018 році і буде відбуватися протягом наступних чотирьох років. «Ведення бізнесу» по-чорному» йде в минуле і на зміну йому наступає ера ведення прозорого бізнесу, яка означає відкритість, зрозумілість компанії для всіх зацікавлених осіб: інвесторів, кредиторів. І позитивно впливає на ділову репутацію, активність і зростання фінансових показників компанії», – прогнозує Любов Цимбал, генеральний директор компанії «Група Фінансових Рішень». За її словами, з огляду на зміни тенденцій ведення бізнесу, усе більше українських компаній будуть приходити до розуміння важливості і необхідності використання консалтингових послуг. Тому, вітчизняним консалтинговим компаніям необхідно зосередити основні зусилля на перспективах, які ефективно вплинуть на бізнес і економічний стан країни в цілому.

Я.В. Качан (Мельник), к.держ.упр.
*Інститут підготовки кадрів державної
служби зайнятості України*

ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Становлення демократичної, правової держави, розвиток засад громадянського суспільства, європейська інтеграція України, проведення адміністративної реформи вимагають, щоб такі чинники, як професіоналізм, компетентність відігравали провідну роль в діяльності органів державної влади. Потреба посилити ефективність державного управління, зробити його відкритим і прозорим для суспільства є актуальною для сучасної

України. Вона вимагає нових підходів до вирішення проблеми кадрового забезпечення органів публічної влади кваліфікованими фахівцями. Сучасна державна кадрова політика країни зорієнтована на професіоналізм та утвердження норм демократичного громадянського суспільства має стати ефективним інструментом розбудови всіх сфер його життя. Проте аналіз існуючої ситуації засвідчує, що сучасний стан кадрового потенціалу органів влади та кадрової роботи не відповідає вимогам часу. Зокрема це стосується підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів. Крім того, чинна нормативно-правова база не повною мірою дає змогу розробити систему безперервного навчання державних службовців.

Професійне зростання – це освоєння професії у всій її повноті і різноманітності, приріст професійних знань, умінь і навичок, що приводить, як правило, до визнання результатів праці професійним співтовариством, придбання авторитету в конкретному виді професійної діяльності. Занурення в вузькоспрямовану діяльність дозволяє людині стати унікальним професіоналом і бути затребуваним у своїй сфері діяльності, виступати експертом і т.п. Для просування по щаблях службової ієрархії необхідно розвивати нові компетенції, які не були задіяні раніше. Службово-посадове просування (кар'єра в типовому розумінні) – це розширення відповідальності і повноважень, рух вгору, перехід з одного рівня на інший.

Одним із найважливіших критеріїв ознак фахівців різних спеціальних підготовок був і залишається рівень їхнього професіоналізму. На думку В. Олуйка, професійний розвиток державних службовців слід здійснювати у двох напрямках: професійно-кваліфікаційному і професійно-посадовому [1].

Процес професійно-кваліфікаційного розвитку на основі навчання і підвищення кваліфікації кадрів повинен базуватися на наступних засадах і принципах:

Обов'язковість – передбачає, що державні службовці підвищують свою кваліфікацію постійно, у тому числі через навчання у відповідних навчальних закладах, як правило, не рідше одного разу на п'ять років. Обов'язковість підвищення кваліфікації для кожного державного службовця впливає з

базового принципу державної служби – професіоналізму. Обсяг і рівень знань мають забезпечувати державним службовцям якісне виконання поставлених завдань, службових обов'язків на рівні сучасних вимог, які постійно зростають. Щоб їм відповідати, кожний державний службовець зобов'язаний постійно вчитися, поповнювати, оновлювати й поглиблювати свої знання, вдосконалювати вміння й навички.

Принцип професіоналізму державних службовців є провідною засадою при організації і функціонуванні державної служби. Це не тільки одна з основних вимог, що визначає формування та практичну діяльність персоналу, але й необхідна правова умова, без якої неможливе отримання права на здійснення посадових повноважень.

Плановість – базується на систематичному аналізі складу державних службовців і вивчені потреб державних органів та їх фахівців у навчанні і передбачає розроблення, погодження та затвердження планів-графіків підвищення кваліфікації державних службовців у відповідних структурах на черговий навчальний рік;

Диференційований підхід – державні службовці – це працівники, що належать до різних професійних груп, виконують різноманітні функції в системі державного управління. Підвищення їх кваліфікації має будуватися так, щоб до навчальних потоків, груп зараховувалися працівники, що виконують однакові або близькі функції в органах державного управління. Під час організації і методичного забезпечення навчальних та інформаційних процесів потрібно цілеспрямовано враховувати необхідність формування рівнів знань фахівців різної кваліфікації.

Неперервність, наступність та інноваційність – здобуття знань службовцем слід розглядати як безперервний процес, а не як кінцевий результат певного періоду його життя. Адже, як свідчить практика, ці знання з часом старіють. Працівник, який систематично не підвищує професійний рівень, не збагачує знання, працює менш ефективно, бо використовує застарілі ідеї, методи, засоби роботи.

Тому керівники державних органів. їх структурних підрозділів мають постійно піклуватися про систематичне

підвищення рівня знань державних службовців, їх компетентності.

Забезпечення гуманістичного, демократичного підходу – цей принцип вимагає підтримання й розвиток інтелектуального й морального потенціалу працівників, всебічної демократизації навчального процесу за їх активною участю.

Необхідність гуманістичного підходу визначається й вимогами чинного законодавства України до етики поведінки державного службовця. Етика займає важливе місце в управлінні. Прерогативою реформування державно-управлінських структур є створення нової моделі управлінської культури.

Нерозривний зв'язок теорії з практичною діяльністю органів виконавчої влади – враховуючи, що державні службовці представляють державні органи серед громадян України, що за їх діями, компетентністю, цілеспрямованістю люди судять про роботу цих органів і держави в цілому, важливо підвищити роль теоретико-ідеологічної сторони їх навчання.

Ефективне функціонування системи професійного навчання працівників органів державної влади, її наукове, навчально-методичне, матеріально-технічне вдосконалення, ефективність кадрової політики на регіональному рівні прямо залежать від застосування інноваційних моделей освітніх закладів, пошуку та утвердження нових форм професійного навчання управлінських кадрів.

Отже, необхідною умовою ефективного державного управління є його професіоналізація. Важливим інститутом професіоналізації державного управління є система фахового професійного навчання державних службовців шляхом підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації з використанням нових форм і методів навчання, освітніх механізмів і технологій з урахуванням досвіду розвинутих країн світу. Такий підхід дасть змогу якісно підійти до забезпечення державної кадрової політики та створить умови для послідовного оновлення персоналу державної служби України.

Список використаних джерел:

1. Олуйко В. М. Кадри в регіоні України: становлення та розвиток. – К.: Науковий світ, 2001. – С. 136.

ОЗНАКИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Різноманітність видів державно-приватного партнерства та широкий спектр завдань, що розв'язуються в його межах, роблять його сьогодні все більш популярним інструментом досягнення важливих цілей загальнодержавної, регіональної чи муніципальної політики. Чисельність країн, в яких сьогодні щораз активніше розвивається державно-приватне партнерство, збільшується щороку.

Щодо України – потенціал такого партнерства використовується лише частково, про що свідчить лише невелика кількість реалізованих таких чином проєктів у взаємодії державного і приватного партнерів. Це посилює важливість й актуальність пошуку шляхів активізування державно-приватного партнерства в умовах розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності.

Завдяки реалізації проєктів державно-приватного партнерства можна досягнути низку переваг як з позиції державного, так і приватного партнерів, а саме [1-3]:

- можливість дострокового завершення низки важливих проєктів загальнодержавного, регіонального чи місцевого значення завдяки залученню, окрім бюджетного, ще й додаткового приватного капіталу;

- можливість отримання синергічного ефекту від проєктної діяльності завдяки поєднанню фахових знань державного та приватного партнерів;

- можливість розподілити ризик між державним та приватним партнером залежно від конкурентних переваг кожного з них тощо.

Конкретизування сутності державно-приватного партнерства слід здійснити шляхом виокремлення його ключових ознак. Так, низка таких ознак зазначена в Законі України «Про державно-приватне партнерство» №2404-VI від 01.07.2010 р. зі змінами та доповненнями, а саме:

– «надання прав управління (користування, експлуатації) об'єктом партнерства або придбання, створення (будівництво, реконструкція, модернізація) об'єкта державно-приватного партнерства з подальшим управлінням (користуванням, експлуатацією), за умови прийняття та виконання приватним партнером інвестиційних зобов'язань відповідно до договору, укладеного в рамках державно-приватного партнерства;

– довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

– передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;

– внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством».

Цей перелік ознак за результатами вивчення теорії та практики слід доповнити й іншими, зокрема:

– наявність в обов'язковому порядку як державного, так і приватного партнерів;

– суспільна значимість проектів, що реалізуються в межах державно-приватного партнерства;

– індивідуальність проектів державно-приватного партнерства;

– нормативно-правова регламентованість державно-приватного партнерства;

– тимчасовий характер взаємовідносин державного та приватного партнерів в межах конкретного проекту державно-приватного партнерства;

– наявність спільних цілей та інтересів державного і приватного партнерів, що є передумовою поєднання їхніх зусиль;

– використання переваг приватного сектора під час реалізації суспільно значимих проектів;

– розподіл ризиків і відповідальності між державним і приватним партнером;

– можливість реалізації проектів державно-приватного партнерства на загальнодержавному, регіональному чи локальному рівнях;

– поширеність державно-приватного партнерства як на інноваційні, так і на традиційні проекти;

- обмін досвідом між приватним та державним секторами під час реалізації проєктів;
- повне чи часткове фінансування об'єктів державно-приватного партнерства приватним суб'єктом.

Виокремлені ознаки державно-приватного партнерства певним чином дають змогу нівелювати проблему різновекторності у трактуванні змісту цього поняття у теорії і практиці.

Список використаних джерел:

1. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: теория и практика: учебн. пособие / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев. – Москва: Издательский дом Государственного университета – Высшая школа экономики, 2010.
2. Карпа М.І. Місце та роль державно-приватного партнерства у виконанні функцій публічної служби / М.І. Карпа // Вісник НАДУ при Президентові України. Серія «Державне управління». – 2017. – №2. – С. 95-103.
3. Степанова Е.С. Способы классификации государственно-частных партнерств / Е.С. Степанова // Вестник Финансовой академии. – 2008. – №3. – С. 170-179.

С.Ю. Кучеренко, к.е.н., доцент,

В.В. Малишко, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Інвестиційна діяльність будь-якого суб'єкта господарювання в умовах глобальних трансформацій набуває якісно нового змісту. Вона супроводжується поступовим поєднанням інтересів транснаціональних корпорацій та національних країн і утворенням, на цій основі, державно-транснаціонального капіталу. Формами такого поєднання є надання державою гарантій при здійсненні прямих інвестицій ТНК, страхування таких інвестицій, створення сприятливого інвестиційного клімату.

Стан залучення прямих іноземних інвестицій в Україні значно ускладнює інвестиційну діяльність, оскільки наявний

обсяг вкладень не забезпечує передумов економічного зростання і навіть повноцінного відтворення їх наявного стану. На інвестиційну привабливість значно впливає не лише загальний стан економіки країни, а й умови ведення бізнесу, зокрема ступінь втручання держави та рівень корупції. За останні 10 років обсяг інвестицій із країн ЄС значно збільшився, щодо країн СНД, спостерігається значне скорочення обсягу прямих іноземних інвестицій. При цьому перспективи іноземної інвестиційної діяльності в Україні здебільшого визначаються обсягами та структурою вже накопиченого в країні іноземного капіталу.

Зміну інвестиційного клімату найбільш наочно демонструє динаміка інвестицій, особливо прямих іноземних інвестицій, яка вважається індикатором зміни рівня довіри та рейтингу країни. Економічна активність іноземних інвесторів в Україні незначна [1].

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [2] обсяг залучених у 2017 році прямих іноземних інвестицій в економіку України іноземними інвесторами становив 1630,4 млн. дол. США. У 2017 році інвестиції надходили з 76 країн світу.

Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку України на початок 2018 року становив 39144,0 млн. дол. США. Інвестиції спрямовуються у вже розвинені сфери економічної діяльності. Найбільші обсяги надходжень прямих інвестицій у 2017 році були спрямовані до підприємств промисловості – 27,3 % та установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність – 26,1 %.

Основні країни-інвестори: Кіпр – 25,6 %, Нідерланди – 16,1 %, Російська Федерація – 11,7 %, Велика Британія – 5,5%, Німеччина – 4,6 %, Британські Віргінські Острови – 4,1 %, і Швейцарія – 3,9 %.

Обсяги освоєння капітальних інвестицій підприємств України у 2017 році складають 412,8 млрд. грн., що на 22,1 % більше від обсягу капітальних інвестицій за відповідний період 2016 року.

Провідними сферами економічної діяльності за обсягами

освоєння капітальних інвестицій у 2017 році залишаються: промисловість – 33,1 %; будівництво – 12,3 %; сільське, лісове та рибне господарство – 14,0 %; інформація та телекомунікації – 4,1 %; оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів – 7,0 %; транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 8,7 %; державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування – 7,4 %.

Основним джерелом фінансування капітальних інвестицій у 2017 році, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 69,9 % капіталовкладень.

У загальних обсягах капіталовкладень частка кредитів банків та інших позик становила лише 5,3 %. За рахунок державного і місцевих бюджетів освоєно 12,7 % капітальних інвестицій. Частка коштів іноземних інвесторів становила 1,4 % усіх капіталовкладень, частка коштів населення на будівництво житла – 7,8 %. Інші джерела фінансування становлять 2,9 %.

На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Підписано та ратифіковано Верховною Радою України міжурядові угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій з більше ніж 70 країнами світу.

Зазначені заходи покликані сприяти покращенню інвестиційного іміджу України та збільшенню обсягів залучення іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в економіку держави.

Напрацьований європейською спільнотою успішний досвід цільового стимулювання іноземного інвестування з об'єктивних і суб'єктивних причин практично не використовується або не може бути на сьогодні використаний в Україні, а ті механізми, що діють в українській економіці, є переважно неефективними та мають несистемний суперечливий характер.

З метою пошуку дієвих механізмів залучення іноземних інвестицій в Україну Урядом держави на регулярній основі проводяться бізнес-форуми за участю потенційних іноземних інвесторів. Зазначені заходи покликані сприяти покращенню інвестиційного іміджу України та збільшенню обсягів залучення

іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в економіку держави.

Отже, Україна залишається привабливою для іноземних інвестицій, одночасно вона не перебуває осторонь глобальних процесів, є достатньо інтегрованою у всесвітнє господарство і порушення макроекономічної стабільності має своє відображення в Україні.

Список використаних джерел:

1. Переверзева А. В. Оцінка сучасного стану залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки.* 2016. № 1. С. 74-81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2016_1_11
2. Інвестиційна діяльність в Україні. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=09ebfb1d-0c58-490b-96dd-453a41285d4b>
3. Дупай Р. М. Інструментарій регулювання і стимулювання притоку іноземних інвестицій: світовий досвід та українська практика. *Вісник Тернопільського національного економічного університету.* 2014. №2. С. 74-82.

А.М. Орел, к.е.н., ст. викладач

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Увага до проблем мотиваційних процесів та децентралізації соціально-економічного розвитку сільських територій з боку офіційної влади, економістів і наукової громадськості в нашій країні в різній мірі була завжди, але в основному носила теоретичний, і лише іноді – практичний характер. На сучасному етапі реформ місцевого самоврядування та бюджетного процесу, в умовах ключових змін принципів фінансування інвестиційної діяльності з боку держави, ці проблеми стали надзвичайно актуальними. Поява третього рівня бюджетної системи – сільських поселень – дає повноцінну необхідність в розробці стратегій територіального розвитку та змін у самоврядуванні. У реформах місцевого самоврядування проявляється усвідомлення державною владою неможливості

ефективного соціально-економічного розвитку країни без активізації трудового (в тому числі сільського) потенціалу населення, що створює передумови для гармонізації цілей і інтересів держави та суспільства.

Забезпечення більш високого ступеню гнучкості регіональних і місцевих економік може бути досягнуто тільки за рахунок зміни мотиваційних принципів регіонального управління, що особливо значимо для сільського господарства та сільських територій. Сама галузь сільськогосподарського виробництва завжди була і залишається органічно пов'язаною з територією та людьми, які проживають на ній, що безпосередньо інтегрується з усіма галузями економіки, такими як: харчова і легка, комбікормова та інші промисловості. В силу історично сформованої традиції на сільськогосподарські підприємства покладено тягар житлово-комунального господарства, побутового обслуговування, торгівлі та громадського харчування. Звідси можна зробити чіткий висновок про те, що для розвитку галузі сільськогосподарського виробництва необхідно створити умови життя людей на даній території, що відповідатимуть сучасним вимогам життя суспільства, керуючись стратегічним баченням пріоритетності галузі в рамках гармонійного розвитку людини та продовольчої безпеки.

Рішення проблем сталого розвитку економіки та підвищення добробуту населення багато в чому визначається розвитком сільських територій (сільської місцевості) [1]. В нашій країні протягом багатьох десятиліть основним шляхом розвитку сільських територій був вузькогалузевий аграрний підхід, в тому числі на територіях з обмеженими аграрними потенціалами. Це призвело до однобокого аграрного розвитку сільських територій, часто нерационального розміщення на них продуктивних сил, нерозвиненості соціально-побутової інфраструктури й інших серйозних проблем, пов'язаних з децентралізацією.

Розвиток будь-якої території підпорядковується поєднанню двох принципів: функціональної відповідності та позиційному. Перший передбачає використання земель в залежності від їх внутрішніх, природних властивостей та ресурсної цінності.

Другий вимагає брати до уваги просторове положення земель щодо інших природних і антропогенних об'єктів, а в більш широкому сенсі – соціально-економічну обстановку [2].

У загальноприйнятому понятті мотиваційний процес децентралізації – це стабільний соціально-економічний розвиток, який не руйнує своєї природної основи, а забезпечує безперервний прогрес суспільства із застосуванням та втручанням влади [3]. Перехід до сталого розвитку означає поступове забезпечення цілеспрямованої самоорганізації суспільства в економічній, соціальній та екологічній сферах. Забезпечення сталого розвитку сільських територій є комплексною проблемою і можливе за умови: макроекономічної стабільності та збільшення ВВП; забезпечення економічного зростання в сільському господарстві; розвитку несільськогосподарської зайнятості в сільській місцевості; досягнення на селі соціально рівних з містом умов отримання доходів і суспільних благ; поліпшення доступу для господарюючих суб'єктів, які ведуть підприємницьку діяльність на селі, до ринків матеріально-технічних, кредитних, інформаційних, інших ресурсів; формування в сільській місцевості інститутів громадянського суспільства, які забезпечують захист економічних і соціальних інтересів різних груп сільського населення; здійснення програм щодо поліпшення екологічної ситуації в сільській місцевості.

Метою сталого розвитку сільських територій є визначення ключових проблем розвитку сільської громади в середньостроковій перспективі і вироблення комплексу заходів економічного, правового та адміністративно-управлінського характеру, спрямованих на зростання сільської економіки, рівень і якість життя в сільській місцевості, подолання істотних соціально-економічних відмінностей між містом і селом, виконання селом загальнонаціональних функцій, зниження рівня бідності сіл. Створення мотиваційних умов для сталого розвитку сільських територій є однією з найважливіших стратегічних цілей державної політики, що забезпечує ефективне використання всього потенціалу економіки країни. Аграрний сектор, який займає домінуюче становище в економіці села, є багатофункціональним і не тільки виробляє товарну

продукцію, але також забезпечує відтворення суспільно значущих цінностей, які не завжди піддаються кількісній або вартісній оцінці.

Суспільство зацікавлене не тільки в підвищенні рівня продовольчої самозабезпеченості країни, але і в збереженні багатофункціональності сільського господарства, історичного укладу життя сільського населення, поліпшення навколишнього середовища. Багатофункціональність сільського господарства є однією зі складових забезпечення національного добробуту і визначає необхідність державної підтримки в забезпеченні умов сталого розвитку сільських територій. Сталий сільський розвиток забезпечить вдосконалення сільського способу життя, більш повне виконання селом його загальнонаціональних функцій – виробничої, соціально-демографічної, культурної, рекреаційної, екологічної, соціального контролю над територією, зближення умов життєдіяльності в місті та на селі.

Список використаних джерел:

1. Заблоцькій Б. Ф. РПС України. Національна мікроекономіка. К.: Академвидав, 2003. 368 с.
2. Сазонєць І. Л., Джінджоян В. В., Чубар О. О. Розміщення продуктивних сил. К.: ЦНЛ, 2006. 320 с.
3. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник. 2-е вид., доп. і перероб. К. : КНЕУ, 2002. 624 с.

Ю.О. Романченко, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

МАЙНО ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ – ПІДПРИЄМЦЯ: ПРАВОВИЙ СТАТУС

Статус фізичної особи – підприємця – це юридичний статус, який засвідчує право особи на заняття підприємницькою діяльністю, а саме: самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Згідно з частиною першою ст. 128 Господарського кодексу України [1] громадянин визнається суб'єктом господарювання у

разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи. Саме у господарських відносинах фізичні особи – підприємці приймають участь перш за все як підприємці, а не як фізичні особи, та лише на підставі їх реєстрації і внесення відомостей про них до Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб – підприємців.

Правовий статус майна фізичної особи – підприємця, зокрема як і коли можна розрізнити його особисте майно і майно, яке він використовує у своїй підприємницькій діяльності, викликають багато питань у практиків. Сьогодні вивчення проблем правового статусу майна підприємців, що обрали єдину систему оподаткування в Україні, є актуальним.

Звернімо увагу, що українське законодавство не поділяє їх майно на особисте та підприємницьке (тобто використовуване в підприємницькій діяльності). Так, згідно зі ст. 52 Цивільного кодексу України [5] підприємець відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, усім своїм майном, крім майна, на яке за законом не може бути звернене стягнення (перелік такого майна наведено в додатку до Закону України «Про виконавче провадження» № 606 [2]). При цьому не важливо, використовував він це майно у своїй діяльності чи ні.

При державній реєстрації діяльності фізичної особи-підприємця громадянина (резиденту України) потрібно враховувати даний факт. Наприклад, якщо громадянин зареєстрував приватне підприємство або товариство з обмеженою відповідальністю, він ризикує відносно діяльності таких підприємств тільки своїм внеском у їх статутний капітал. З фізичною особою - підприємцем усе набагато складніше - він відповідає всім своїм майном.

Отже, законодавство не розмежовує особисте та підприємницьке майно фізичної особи – підприємця. Водночас відносно банківських рахунків такий поділ існує. Згідно з п. 7.7 Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах № 492 [3] забороняється використовувати поточні рахунки фізичних осіб для проведення операцій, пов'язаних зі здійсненням підприємницької діяльності.

Ніякі санкції з боку Національного банку України за порушення даного правила законодавством не передбачені. Водночас використання особистого рахунка фізичної особи в підприємницьких цілях може обернутися проти самого підприємця, якщо податкові органи вважатимуть, що всі надходження на особистий рахунок є доходами від підприємницької діяльності. Тому фізичним особам – підприємцям потрібно бути обачними в даному питанні.

Законодавчими правилами, ще регламентують порядок відкриття банківських рахунків [3] установлено, що особа, яка відкриває рахунок фізичній особі (власник рахунка, його представник або фізична особа, яка відкриває рахунок на користь третьої особи), зобов'язана в письмовій формі повідомити банк про наявність або відсутність у власника рахунка статусу підприємця або особи, яка здійснює незалежну професійну діяльність.

Сьогодні практикуючих бухгалтерів, юристів і турбує питання: чи не буде дохід від продажу власного автомобіля визнано як підприємницький (за умови, що автомобіль використовувався раніше в підприємницькій діяльності).

Дійсно, дане питання актуальне для підприємців, які обрали спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, адже якщо отриманий дохід визнати підприємницьким, то можливе перевищення встановленого для кожної групи «єдинників» обмеження за обсягом річної виручки (для «єдинників» 1 групи єдиного податку – 300 тис грн, для 2 групи – 1,5 млн грн та для 3 групи – 5 млн грн), та й із забороненими видами діяльності теж можуть виникнути проблеми. Якщо купівля - продаж автомобілів не є основною діяльністю підприємця (про що є відповідні дані в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців і громадських формувань), то підстав уважати дохід від продажу автомобіля підприємницьким немає. Крім того, реєстрація автомобілів також не передбачає їх поділу на підприємницькі та непідприємницькі. У п. 6 Порядку № 1388 [4] зазначено, що транспортні засоби, які належать фізичним особам – підприємцям, реєструються на них як на фізичних осіб. Тобто ніякого особливого статусу при реєстрації автомобіля підприємця не буде.

Іншим актуальним питанням для підприємців є обмеження щодо здачі в оренду нежитлових приміщень (споруд, будівель) або їх частин – вони не мають права займатися таким видом діяльності, якщо загальна площа приміщень перевищує 300 м². Деякі фізичні особи - підприємці намагаються обійти це обмеження, здаючи частину своєї нерухомості як підприємець (у межах дозволених 300 м²), а іншу частину – як звичайна фізична особа.

Однак таке оформлення відносин навряд чи можна назвати правильним вирішенням даного питання, оскільки законодавство не розмежовує особисте та підприємницьке майно фізичної особи. Якщо фізична особа – підприємець здає в оренду нерухомість площею більше 300 м² (причому одну частину в допустимих межах як підприємець, а іншу – як проста фізична особа), то він не має права перебувати на спрощеній системі оподаткування.

Таким чином, у розглянутій ситуації єдиним законним виходом буде перехід підприємця, що здає в оренду нерухомість площею понад допустиму величину, на загальну систему оподаткування.

Отже, підприємець відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, усім своїм майном. Законодавчо майно не поділяється на підприємницьке та не підприємницьке. При відкритті банківських рахунків слід чітко визначати, який рахунок ви відкриваєте – як звичайна фізична особа чи як підприємець. Особисті рахунки фізичних осіб (громадян) заборонено використовувати у процесі ведення підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
2. Закон України «Про виконавче провадження» від 21 квіт. 2019 р. № 606-XIV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
3. Інструкція про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах, затверджена постановою правління НБУ від 12 лист. 2003 р. № 492 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
4. Порядок державної реєстрації (перереєстрації), зняття з обліку

автомобілів, автобусів, а також самохідних машин, сконструйованих на шасі автомобілів, мотоциклів усіх типів, марок і моделей, причепів, напівпричепів, мотоколясок, інших прирівняних до них транспортних засобів та мопедів, затверджений постановою КМУ від 09 вер. 1998 р. № 1388 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

5. Цивільний кодекс України від 06 січ. 2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

Н.Г. Сейсебаєва, к.е.н., доцент,
В.О. Діброва, здобувач вищої освіти
Запорізький національний університет

ПОДОЛАННЯ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ В УКРАЇНІ

У період кризового стану економіки та соціально-економічної нестабільності в Україні дуже гостро постало питання дефіциту бюджету. Дефіцит державного бюджету – це перевищення його видатків над доходами.

Згідно даним Держстату України ,починаючи з 1990-х років в Україні постійно спостерігався брак грошових коштів у бюджеті. [1],а за останні роки це питання дуже гостро постало перед урядом. Це свідчить про необхідність вибору раціональних методів подолання дефіциту бюджету.

Серед конкретних причин виникнення бюджетної розбалансованості в Україні варто виокремити: неефективний механізм оподаткування суб'єктів господарювання, посилення фіскальної функції податкової системи; невпорядковану систему соціальних та економічних пільг.

Проблема подолання бюджетного дефіциту в Україні є предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як С. Булгакова, А. Машко, Л. Маршук, О. Барановський, В. Базилевич та ін.[2].

На рис. 1 представлена динаміка зміни рівня дефіциту бюджету України з 2004 р. по 2018 р.Результати дослідження дозволяють визначити стрімке зростання дефіциту бюджету.В 2015 р. дефіцит знизився на 58% в порівнянні з 2014 р., але в 2016 р. він знову зріс на 43,5%.В 2017 році він знизився – на 31.01.2018 р. він склав 56 652 млн. грн., що на 25,7% більше ніж

у попередній рік. Проаналізувавши динаміку фактичного дефіциту державного бюджету, можемо спостерігати постійні коливання обсягу бюджетного дефіциту у бюджеті України.

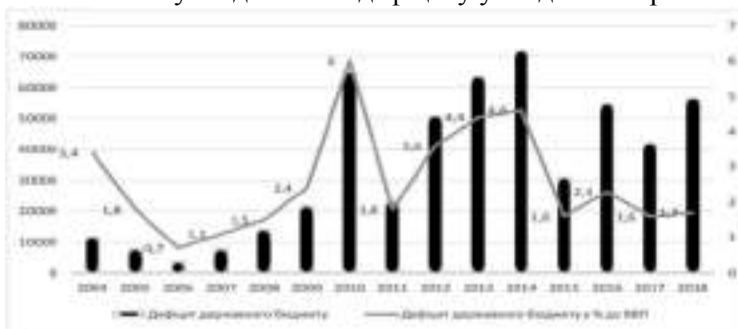


Рис. 1. Динаміка фактичного дефіциту державного бюджету України, млн. грн.

Для виконання поставлених МВФ умов щодо рівня бюджету в Україні було б доцільним, за досвідом Естонії, перейти до використання механізму оподаткування розподіленого бюджету, який передбачає оподаткування тільки тієї частини прибутку підприємств, що направляється на виплату дивідендів. Це б дозволило вивести з «тіні» значну частину економіки України та залучити до нашої країни іноземних інвесторів, а також швидко розплатитися за кредити МВФ та інших кредиторів.

В цілому, фіскальну політику в Україні необхідно переорієнтувати на сприяння зростанню ВВП шляхом стимулювання сукупного попиту.

Для залучення іноземних інвестицій в нашу країну було б доцільним використати й механізм спеціальних економічних зон (СЕЗ), щоб послабити залежність України від кредитів МВФ [3].

Також необхідно переглянути і удосконалити законодавчу базу, вивчати та адаптувати приклади інших держав у регулюванні надходжень і витрат грошових коштів з бюджету.

Так, у червні 2017 року Міністерство фінансів оприлюднило проект під назвою «Основні напрямки бюджетної політики на 2018–2020 роки». Відповідно з цим документом [4], в Україні відбудеться певна реструктуризація бюджетної політики, а саме:

- середньострокове бюджетне планування. Це допоможе

більш чітко зорієнтуватися на значущих проблемах і окреслити цільові настанови на майбутнє;

– Парламент буде залучений до розробки бюджету на ранніх стадіях – це дасть змогу правильно розподіляти видатки бюджету;

– запровадження нової системи комплексної оцінки ризиків [5].

Існує дві основних форми пониження дефіциту: зменшення суспільних витрат та підвищення податків. Кожна з цих форм має своїх прихильників та противників у різних політичних партіях.. Сучасна практика показує, що для цього насамперед використовують підвищення непрямих податків.

Для оптимізації дефіциту бюджету в нашій країні слід насамперед скоротити частку перерозподілу доходів через державні фінанси і як найбільше видаткових повноважень передати бюджетам різних рівнів. Важливим чинником, що може скоротити дефіцит, є пріоритетність фінансування тих видаткових статей, які потенційно можуть забезпечити зростання доходів держави. Насамперед це стосується розвитку ІТ-галузі, в якій Україна досягла значного розвитку

Подолання бюджетного дефіциту та зменшення державного боргу України є вкрай важливим питанням для нашої країни. Його раціональне та своєчасне вирішення є запорукою фінансової стійкості держави, яка суттєво залежить від збалансованості бюджетного дефіциту та рівня життя громадян.

Список використаних джерел:

1. Держстат України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/fin/fin_ric/fin_u/2003.html

2. Л. М. Янів, О. А. Зінченко «Проблеми дефіциту державного бюджету України і шляхи їх розв'язання».

3. Карлін М.І., «Управління дефіцитом бюджету України: проблеми та перспективи».

4. Основні напрями бюджетної політики на 2018–2020 роки. URL: <https://minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/%D0%9E%D0%9D%D0%91%D0%9F%202018-2020.pdf>

5. «Бюджетний дефіцит: причини та методи його подолання» Є. О. Громко, В. І. Матвійчук.

СУТНІСТЬ КОМПЛАЄНС-РИЗИКІВ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Одним із важливих компонентів фінансового сектору є банківська система, яка забезпечує перерозподіл тимчасово вільних коштів між суб'єктами підприємницької діяльності (резидентами та нерезидентами), населенням та державними установами. За останні роки банківська система України переживає не найкращі часи: з 2014 року кількість платоспроможних банків скоротилася з 147 до 77 (на 12 грудня 2018 року). Якщо за весь 2018 р. кількість дієвих банків зменшилася всього на один, то з вересня по грудень цього ж року кількість скоротилася ще на 3. Тобто за 1 квартал ми втратили 4 банки, де 2 є результатом злиття, один змінив форму господарювання, а ВТБ-банк було визнано неплатоспроможним, який вже в стані неплатоспроможності мав загальну суму активів в обсязі 25,5 млрд грн, що за сумою поступається лише 14 з 77 діючим банкам. Це дозволяє стверджувати про досить відчутно втрату на ринку банківського продукту [1].

Визнання банку неплатоспроможним є складним процесом, який базується на комплексній оцінці діяльності, але найчастіше причиною цьому виступають банківські ризики. Підходів до класифікації банківських ризиків дуже багато. В роботі [2] надано узагальнення бачення ряду авторів типів ризиків, що дозволяє стверджувати про відсутність єдності бачень. Зручну в управлінні класифікацію ризиків можна знайти в роботі [3], де вони розподілені на класи, представлені ринковими, кредитними та операційними, категорії та підкатегорії із виокремленням прямих та непрямих ризиків. Розгляд всіх ризиків є трудомістким завданням, але більшість із них мають вплив на репутацію та стійкість банку, де особливу роль відіграє «комплаєнс» ризик.

Це поняття є відносно новим, але законодавче закріплення його необхідності вимагає ґрунтовного дослідження його природи та сутності. У [4] значення «compliance» надається як

«the practice of obeying rules or requests made by people in authority», що варто перекласти як «практика дотримання правил або запитів, поданих людьми, що мають владу». Федеральна корпорація страхування вкладів виокремлює комплаєнс-ризик, який включає продуктовий та регулятивний, де перший об'єднує характеристики які вірогідно приводять до дотримання відповідності, а другий відноситься до потенційних наслідків для широкого кола громадськості і недотримання банком регулятивних вимог [5]. Відповідно до Базельського комітету функція комплаєнс включає 10 складових, 4 з яких стосується корупційної діяльності співробітників, 2 – кодексу корпоративної етики та поведінки, 2 – взаємодії з клієнтами, 1 – належної добросовісності та 1 протидії легалізації доходів та тероризму [3]. В законодавстві він визначений як дотримання банком законодавчих актів, ринкових стандартів, а також стандартів та внутрішніх документів банку, у тому числі процедур [7]. В нормативних документах визначається і зміст комплаєнс-ризиків – як ризику юридичних санкцій, фінансових збитків або втрати репутації внаслідок невиконання банком законодавчих актів, ринкових стандартів, а також стандартів та внутрішніх документів банку, у тому числі процедур [7]. Щодо запровадження ефективної системи внутрішнього контролю законодавці [7] наголошують, що ефективність управління ризиками та комплаєнс є різними цілями, і навіть зазначають на потребі у виокремлення комплаєнс-підрозділу, який має реалізовувати відповідні функції і визначенням його взаємодії з іншими підрозділами щодо управління комплаєнс-ризиками.

Відповідно виокремлюють два підходи до організації системи комплаєнс в банках: заснований на дотриманні норми та на аналізі ризиків. Другий підхід є більш розширеним і розглядається більш перспективним. Отже, варто зауважити, що комплаєнс-ризиків можуть наступити як наслідок настання інших ризиків, таких як: ризик ліквідності, процентний, валютний, ціновий, рейтинговий ризиків, так як всі вони в більшій або меншій мірі шкодять репутації банку та призводять до фінансових збитків, але враховуючи положення Базельського комітету питання внутрішньої етики та протидії корупції, як важливі складові функції «комплаєнс», на теренах української

банківської сфери враховані недостатньо, що з огляду високого рівня корупції в нашій державі вимагає особливо ретельного дослідження та впровадження в поточну діяльність банків. Саме тому при плануванні реалізації функції «комплаєнс» в банках мають, перш за все, бути встановлені взаємозв'язки між всіма іншими ризиками та комплаєнс-ризиками, на основі чого мають бути побудовані заходи їх недопущення.

Список використаних джерел:

1. Огляд банківського сектору. Жовтень 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80799454>
2. Аналіз фінансових результатів банківського сектору України / В. В. Фатюха, О. В. Яришко, Л. І. Кирилова, Є. Ю. Ткаченко // Ефективна економіка. – 2018. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6292>
3. Ключко Л. А. Фінансовий моніторинг та комплаєнс-контроль в банках / Л. А. Ключко // Финансы, учет, банки. – 2014. – №1 (20). – с. 154–160.
4. Oxford Advanced American Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/compliance
5. Перерва П. Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність и задачі / П. Г. Перерва// Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут». Економічні науки. – 2017. – № 24 (1246) – с. 153–158.
6. Ключко Л. А. Фінансовий моніторинг та комплаєнс-контроль в банках / Л. А. Ключко // Финансы, учет, банки. – 2014. – №1 (20). – с. 154–160.
7. «Про затвердження Положення про організацію внутрішнього контролю в банках України». Постанова правління національного банку України від 29.12.2014 № 867. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0867500-14>

*М.І. Сьомич, к.держ.упр., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

ПРОФЕСІОНАЛІЗМ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ДЕРЖАВОТВОРЕННІ

Діяльність органів місцевого самоврядування потребує спеціально підготовлених фахівців. Відповідно, управління персоналом в органах місцевого самоврядування має свою специфіку.

В сучасних умовах реформування економічних інститутів України, вирішення питання формування системної кадрової політики в органах місцевого самоврядування може стати вирішальним фактором подолання негативних процесів в економіці і в соціальному житті країни, її регіонах, так як здатність влади ефективно управляти прямо залежить від професійного рівня її управлінців. Зрозуміло, що жодна реформа, закон, будь-які нормативно-правові акти, розумні меморандуми та універсали не зможуть бути реалізовані і залишаться лише добрими намірами, якщо не буде звертатись увага на «людський фактор» управлінських кадрів.

В даний час будь-які починання, що проводяться в Україні, наштовхуються на такі складнощі, як:

- існування кадрів, які не можуть повною мірою відповідати новим цілям, що стоять перед Україною;

- «текучка» в органах влади, відсутність реального матеріального стимулювання і системи кадрового росту не дозволяють створювати реальний кадровий резерв і готувати компетентних фахівців;

- відсутність реально працюючих системних антикорупційних механізмів;

- відсутність єдиної підходу до культури управління в органах влади на всіх рівнях.

При удосконаленні нормативно-правової бази антикорупційного контролю слід зосередити увагу на створенні прозорої системи добору кадрів, просуванні по службі на основі професійних знань, ділових навичок і службових здобутків, на підвищенні рівня соціального захисту, розмежуванні професійної державної служби від політичної діяльності, запровадженні стандартів відкритості та прозорості, покращенні умов доступу громадян до інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Виділяють основні блоки, що забезпечують успішність діяльності посадової особи органу місцевого самоврядування.

1. Соціально-психологічні властивості керівника, потребностно-мотиваційна система і емоційно-вольова сфера його особистості, відповідальність, доброзичливість,

вимогливість, схильність до взаємодопомоги, схильність до співпраці, рівноваженість і стриманість.

2. Професійні навички: знання, як результат розумової діяльності, включеної в процес управління та засвоєння фактів, понять, законів і т. д., рівень знань, їх невинне поповнення, освоєння суті справи, всебічний аналіз ситуації, виділення ключової проблеми, здатність знайти конструктивне рішення ключової проблеми, стаж роботи.

3. Мотивація трудової діяльності до тих чи інших досягнень, стилю життя, побудові кар'єри, яка припускає взаємодію внутрішніх і зовнішніх збудників до дії. Мотивація до праці у людини виникає далеко не випадково. Досвідчені керівники і психологи розуміють, що бажання, прагнення до наслідування, стилю, способу життя багато в чому можна виховати в людині. Однак процес виховання, на відміну від безпосереднього мотивування, більш тривалий, пов'язаний з ідеологічною концепцією організації або структури, більш послідовний і більш трудомісткий. Зате результатом з'явиться стійка мотивація до суспільно корисної діяльності, в набагато меншому ступені залежить від егоїстичних бажань конкретного індивіда.

Вищевказаний підхід до підбору персоналу в органі місцевого самоврядування майже відсутній. Винятком є вже добре розвинута інфраструктура навчання та розвитку кадрів державної служби, що складається з мережі навчальних закладів з підготовки магістрів державного управління та державної служби, центрів підвищення кваліфікації і короткотермінових курсів.

Для інших функцій управління персоналом, як то пошук та підбір кадрів, їх оцінка, мотивування, формування соціально-психологічного клімату, організаційної культури спеціальної інфраструктури для органів державної влади та місцевого самоврядування не існує. Окремо має бути аналізована проблематика делегування власних повноважень від керівника підлеглим, оскільки управлінська філософія, заснована на принципах управління та контролю, на жаль, в теперішніх умовах належним чином не застосовується.

Висновки. 1. На сьогодні в системі органів місцевого

самоврядування, незважаючи на наявність мережі навчальних закладів з підготовки магістрів державного управління та державної служби, центрів підвищення кваліфікації, все ж таки відсутні дієві умови для забезпечення реалізації механізму ефективної сучасної інноваційної моделі державної кадрової політики та підготовки нової генерації управлінських кадрів.

2. Завдяки постійній «текучці» в органах влади, відсутності реального матеріального стимулювання і системи кадрового росту існують складнощі у створенні реального кадрового резерву компетентних фахівців.

3. Пріоритетним завданням держави є: створення ефективних і надійних антикорупційних механізмів, створення умов для поширення єдиної культури управління на всіх рівнях влади, забезпечення успішності діяльності службовця органу місцевого самоврядування шляхом підвищення його мотивації до тих чи інших досягнень, стилю життя, побудові кар'єри.

4. Підхід до підбору персоналу в органи місцевого самоврядування необхідно змінювати, користуючись зарубіжним досвідом, який регламентує стиль діяльності службовців та впроваджувати технології оцінки кадрів, на основі яких можна було б визначити кваліфікаційний рівень керівника і фахівця.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. – режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
2. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»: Закон України від 21.05.1997 №280/97-ВР.- Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
3. Закон України «Про службу в органах місцевого самоврядування»: Закону України від 07.06.2001 №2493-III. - Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
4. Закон України «Про державну службу» від 17.11.2011 №4050-VI. - Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
5. Указ Президента України від 01.02.2012 №45 «Про Стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 роки».
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2000 року № 1922.
7. Постанова Кабінету Міністрів України від 07.07.2010 №564 «Про затвердження Положення про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування».
8. Наказ Голодержслужби від 31.10.2003р. № 122 «Про затвердження загального порядку проведення щорічної оцінки виконання державними службовцями покладених на них обов'язків і завдань».

9. Наказ Нацдержслужби України від 05.03.2012 № 46 «Про затвердження Типового порядку оцінювання результатів службової діяльності державних службовців».

10. Колесніков Б.П. Традиційні та новітні функції в органах виконавчої влади // Проблеми підготовки управлінських кадрів на регіональному рівні: Матеріали регіон. наук.-практ. конф. – Д.: ДРІДУ НАДУ, 2004. – С. 27 – 30.

11. Фільштейн Л.М. Організація менеджменту інноваційної діяльності. К-д, РВЛ КНТУ. – 2009. – с. 148.

К.А. Баркова, О.Г. Лосева, викладачі
*Харківський національний економічний університет
імені Семе́на Кузне́ця*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Стратегічне управління розвитком адміністративної території – це особливий вид управління, який зосереджується на виконанні поставлених завдань, реєструє необхідні кроки для досягнення мети в майбутньому. Потужним інструментом державного впливу на розвиток адміністративно-територіальних одиниць є державне стратегічне планування.

Згідно з загальними положеннями проекту Закону України «Про державне стратегічне планування» під державним стратегічним плануванням розуміється функція органів державного управління з визначення та досягнення цілей, оцінки альтернативних моделей та напрямів розвитку, обрання пріоритетів з урахуванням наявних ресурсів, розроблення та виконання взаємозв'язаних завдань і заходів розвитку, орієнтованих на досягнення результатів, оцінку ефективності та аналіз причин відхилення результатів від цілей, прийняття рішень щодо перегляду державних політик [1].

Метою стратегічного планування розвитку адміністративних територій є вирішення нагальних та стратегічно важливих проблем сталого розвитку території на основі концентрації зусиль і ресурсів владних інституцій на певній території.

Теорія та практика стратегічного планування в Україні свідчить про наявність двох підходів до ідентифікації стратегічного планування: стратегічне планування як процес; стратегічне планування як діяльність.

Прийняття Закону України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» зобов'язало органи місцевого самоврядування створювати взаємоузгоджені прогностичні та програмні документи економічного і соціального розвитку на всіх рівнях державного управління.

Принциповим для стратегічного планування розвитку адміністративної території є дотримання критеріїв цілісності та об'єктивності стратегічного плану, наукове підґрунтя отриманих результатів, залучення громадськості та врахування загальнодержавних інтересів. В Україні система державного стратегічного планування у середньо- та короткостроковій перспективі забезпечена низкою нормативно-правових актів. До таких можна віднести:

ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997);

ЗУ «Про місцеві державні адміністрації» (1999);

ЗУ «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» (2000);

Розпорядження Президента України «Про підготовку проекту Стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002–2011 р.» (2001);

Указ Президента України «Про Концепцію державної регіональної політики» (2001);

Постанову КМУ «Про розроблення прогностичних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання проекту державного бюджету» (2003);

ЗУ «Про державні цільові програми» (2004);

Стратегію економічного та соціального розвитку України «Шляхом європейської інтеграції» (2004);

Державну стратегію регіонального розвитку України на період до 2015 року (2006);

Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» (2015) [2].

Наразі відсутній документ, що узгоджує всю систему державного стратегічного планування на довгостроковий, середньостроковий та короткостроковий періоди. Іншим проблемним аспектом є відсутність чітких методів контролю за виконанням стратегічних планів розвитку адміністративних

територій.

Таким чином на сучасному етапі розвитку підготовка, затвердження та реалізація стратегічного управління адміністративними територіями, по-перше, ґрунтується на необхідності визначення прогностичних документів, що забезпечують стратегічне планування, їх зв'язку, підпорядкованість та виконавців; по-друге, на необхідності інформаційного супроводу щодо формування та реалізації документів стратегічного планування та визначенні джерел їх фінансування.

Список використаних джерел:

1. Проект Закону України «Про державне прогнозування та стратегічне планування в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e7b8af7a-7c03-4d5b-aaa5-e1c0d7e84388&title=ProektZakonuUkrainiproDerzhavneStrategichnePlanuvannia>.

2. Євмешкіна О. Л. Стан нормативно-правового забезпечення державного стратегічного планування в Україні / О. Л. Євмешкіна // Публічне управління та митне адміністрування. – № 2 (15). – 2016. – С. 54-59.

Yussuf Suleiman Khalfan, PhD student
Poltava University Economics and Trade

STATE, PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY OF TANZANIA

Tanzania has achieved high growth rates based on its vast natural resource wealth and tourism with GDP growth in 2013-2017 averaging 7 % per year (table 1). Dar es Salaam used fiscal stimulus measures and easier monetary policies to lessen the impact of the global recession and in general, benefited from low oil prices. Tanzania has largely completed its transition to a market economy, though the government retains a presence in sectors such as telecommunications, banking, energy, and mining.

The economy depends on agriculture, which accounts for slightly less than one-quarter of GDP and employs about 65 % of the work force, although gold production in recent years has increased to about 35 % of exports. The findings show that the majority of establishments are micro business enterprises (77,3 %) followed by small business enterprises with 21,7 %.

Table 1

Dynamics of gross domestic product of Tanzania (key indicators) [3]

Indicator Name	2013	2014	2015	2016	2017
GDP per capita, PPP (constant 2011, intern. \$)	2316,4	2402,1	2491,0	2583,5	2683,3
GDP per capita, PPP (current intern. \$)	2397,2	2530,5	2652,5	2786,2	2945,9
GDP per capita growth (annual %)	4,0	3,7	3,7	3,7	3,9
GDP per capita (constant 2010 US\$)	777,4	806,2	836,0	867,0	900,5
GDP per capita (current US\$)	903,4	950,8	872,2	878,4	936,3
GDP, PPP (constant 2011 international \$)	113887488559,7	121819905812,9	130297806065,4	139377050836,2	149278621293,6
GDP, PPP (current international \$)	117858526432,1	128330033530,7	138749500756,9	150311178325,0	163886238965,5
GDP growth (annual %)	7,3	7,0	7,0	7,0	7,1
GDP (constant 2010 US\$)	38222960435,2	40885241206,0	43730597179,9	46777776620,3	50100945307,4
GDP (current US\$)	44413614439,2	48219739330,7	45628320355,2	47388394818,1	52090321003,1
GDP deflator (base year varies by country)	184,1	193,3	206,0	218,7	229,8
Inflation, GDP deflator: linked series (annual %)	7,7	5,0	6,6	6,2	5,1

The medium and large business enterprises were the least with less than 1 percent of all establishments surveyed. The majority of establishments had more male workers (57.6 %) than female workers (42.4 %) [1].

With respect to employment by categorisation, most of the workers were permanent, followed by other workers and temporary category. The data also indicate that, the majority of permanent workers were males (56.3 %) compared to 43.7 % females. A similar observation revealed that among temporarily workers, 68.1 % were males and 31.9 % were females [2].

All land in Tanzania is owned by the government, which can lease land for up to 99 years. Proposed reforms to allow for land ownership, particularly foreign land ownership, remain unpopular.

The financial sector in Tanzania has expanded in recent years and foreign-owned banks account for about 48% of the banking industry's total assets. Competition among foreign commercial banks has resulted in significant improvements in the efficiency and quality of financial services, though interest rates are still relatively high, reflecting high fraud risk.

The World Bank, the IMF, and bilateral donors have provided funds to rehabilitate Tanzania's aging infrastructure, including rail and port, which provide important trade links for inland countries. In 2013, Tanzania completed the world's largest Millennium Challenge Compact grant, worth \$ 698 million, but in late 2015, the MCC Board of Directors deferred a decision to renew Tanzania's eligibility because of irregularities in voting in Zanzibar and concerns over the government's use of a controversial cybercrime bill [2].

The new government elected in 2015 has developed an ambitious development agenda focused on creating a better business environment through improved infrastructure, access to financing, and education progress, but implementing budgets remains challenging for the government. Recent policy moves by President Magufuli are aimed at protecting domestic industry and have caused concern among foreign investors.

With regard to source of initial capital investment, the majority of establishments (40.5 %) uses personal income as a source of initial capital followed by loans from banks (7.7 %). However, those

secured loans from Government and Social Security Fund were the least with less than 1 percent of all establishments surveyed.

Reference:

1. Statistical Business Register Report. Tanzania Mainland. National Bureau of Statistics. Ministry of Finance and Planning: Dar es Salaam, May 2016. – 65 p. [in English].
2. Tanzania Economy – 2019. Retrieved from <https://theodora.com> [in English].
3. Tanzania. Basadate of The World Bank [Электронный ресурс]. / Basadate of The World Bank – Режим доступа: <https://data.worldbank.org>.

Zhang Lei, Ph.D. student
Sumy National Agrarian University

A COMPARATIVE RESEARCH OF AGRICULTURAL POLICY SUPPORT IN CHINA AND UKRAINE

The total agricultural support estimate (TSE) reflects the total value of government financial assistance to the agricultural sector, transferred annually from taxpayers and agricultural consumers to agricultural producers. Total agricultural support mainly includes producer support, general service support and consumer support.

Producer support standards (PSE) is the core index of OECD agricultural support level, which is calculated according to the sales price of farmers, the net cash transfer from taxpayers and consumers to agricultural producers generated by agricultural subsidy policy measures every year.

General service support (GSSE) is a value transfer caused by a government's general (or public) service policy for the agricultural sector. In the long run, GSSE may affect agricultural production and consumption of agricultural products, but will not have a direct impact on farmers' incomes or consumer spending.

Consumer support quantity (CSE) occurs when market price support is negative, that is, by reducing the price of agricultural products, consumers are prompted to consume a large number of agricultural products. In addition, it is the transfer payment from government finance directly to consumers.

From 2010 to 2016, China's total agricultural support (TSE) was relatively large, over 100 billion Euros. In recent years, the annual

growth rate is 11%. In 2012, the growth rate of total agricultural support was 62%, and the highest year was 1.2 times of the lowest year. Ukraine's total support for agriculture was the smallest and on a downward trend, at less than 5 billion Euros. Total agricultural support was negative from 2013 to 2016.

From 2010 to 2016, China's agricultural producer support volume (PSE) is the largest. Over 70 billion Euros. In recent years, the annual growth rate is 15%. PSE had the highest growth rates in 2012 and 2016, at 86 percent and 32 percent, respectively. Ukraine's (PSE) is smaller and generally on a downward trend, while Ukraine's (PSE) has been on a downward trend since 2012 and negative from 2012-2016.

Agricultural consumer support (CSE) in China is the lowest and declining. China's (CSE) is lower than that of OECD. In 2015 and 2016, China's (CSE) is about 1.2 times that of OECD. Except for 2010 (CSE), which was negative, Ukraine had positive values in all other years, with an average of 1.5 billion Euros. From 2011 to 2016 (CSE), the annual growth rate was 23%.

China's (GSSE) is the largest, both at more than 15 billion Euros, with an average annual growth rate of about 11 percent, accounting for more than 50 percent of the OECD. From 2010 to 2015, it showed a growth trend, with the fastest growth in 2015 and exceeded the level of OECD, and decreased in 2016. Ukraine's GSSE increased and then decreased.

China's total amount of energy in agriculture, agricultural producer support and general service support are higher. The total number of agricultural stocks accounts for more than 50 per cent of the OECD. Ukraine has a total amount of energy in agriculture, and agricultural producer support is low, but its agricultural consumer support is the largest, except for negative values in 2010, and the rest of the year is positive. The average is 1.5 billion Euros.

Reference:

1. Ministry Of Commerce Of China: country trade and investment environment report, [HTTPS://countryreport.mofcom.gov.cn/record/view110209.asp?News_id=58254](https://countryreport.mofcom.gov.cn/record/view110209.asp?News_id=58254)
2. The OECD Database [HTTPS://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/data/oecd-agriculture-statistics_agr-dat](https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/data/oecd-agriculture-statistics_agr-dat)

ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

Питання, пов'язані з розвитком енергоефективності України є предметом пильної уваги на всіх рівнях державного управління – від місцевих адміністрацій до Глави держави. Але державне управління в цій сфері є малоефективним, а впорядкування діяльності органів державної влади відбувається вкрай повільно. Зокрема, не враховується, що в країнах із ринковою економікою державне втручання має набувати переважно економічного характеру, використовуватися як засіб, що надає можливість повніше аналізувати стан справ, дозволяє застерегти, попередити та вплинути на настання кризових ситуацій чи здійснення неправомірних дій. І лише за негативного кінцевого результату настає черга адміністративних чи силових інструментів політики.

Сучасний же етап розвитку системи державного управління можна охарактеризувати активною реалізацією нової ініціативи – реформи децентралізації. Основними завданнями цієї реформи є створення умов для розвитку громад, передача більшої частини повноважень на базовий рівень управління та чітке розмежування функцій між рівнями управління, а також гарантування належного ресурсного забезпечення місцевого самоврядування. Таким чином, формується новий активний учасник економічних відносин, що може підняти ефективність розвитку ресурсного потенціалу на новий рівень.

Реалізація проектів енергоефективності в такому випадку може отримати новий виток розвитку через ефективне виконання регіональних, місцевих завдань в економічній, соціальній та екологічній сфері. Тому формування умов розвитку зацікавленості місцевої ініціативи до даних проектів є особливо актуальним завданням.

Проблеми ефективного енергоспоживання та енергозбереження на фоні постійного зростання цін на енергоносії стали особливо актуальними для України в цілому

та окремих територіальних громад. Проблеми зниження викидів, енергозбереження та енергоефективності є одними з найактуальніших, адже безпосередньо впливають на рекреаційний потенціал, є запорукою їх сталого розвитку в майбутньому [1, 2].

Розуміючи загрози та виклики, що стоять перед місцевою владою, місцеві громади приєднуються до Європейської ініціативи «Угода мерів».

Угода Мерів – це провідна ініціатива, започаткована Європейським Союзом, котра охоплює місцеві та регіональні органи влади, які беруть на себе добровільні зобов'язання підвищувати енергоефективність та нарощувати використання відновлювальних джерел енергії на своїх територіях. Керуючись цим зобов'язанням підписанти Угоди прагнуть скоротити власні викиди CO₂ щонайменше на 20% до 2020 року та на 30% до 2030 року, сприяючи, таким чином, розвитку екологічно орієнтованої економіки та підвищенню якості життя.

Результатом такої системної роботи підписантів Угоди стає не тільки заощадження енергії, а й надання екологічно чистих і фінансово доступних енергетичних послуг, створення постійних робочих місць, підвищення фінансової та соціальної стабільності, більш чисте довкілля, краща якість життя, підвищення економічної конкурентоспроможності за рахунок розвитку бізнесу й інновацій, а також, поліпшення якості суспільних послуг та інфраструктури.

В Україні до Ініціативи «Угода Мерів» приєдналися 173 міст та громад. Втілення заходів, передбачених Планом Дій зі Сталого енергетичного розвитку (далі – ПДСЕР) в рамках «Угоди Мерів» – стратегічна ціль та пріоритет діяльності територіальної громади міста. Метою ПДСЕР є забезпечення розвитку на засадах енергетичної безпеки, енергоощадливості та енергоефективності з використанням альтернативної та відновлювальної енергетики.

Підвищення результативності та ефективності діяльності в галузі енергозбереження та підвищення енергетичної ефективності вимагає застосування системного підходу до реалізації сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих процесів, які відображені в 5 головних характеристиках бачення реалізації

ПДСЕР:

- реалізації заходів у галузі енергозабезпечення та підвищення енергетичної ефективності;
- управлінні заходами в галузі енергозбереження та підвищення енергетичної ефективності;
- забезпеченні необхідними фінансовими ресурсами.

Першочерговим завданням місцевої ініціативи з формування прийняттого рівня енергоефективності є пошук раціональних джерел енергозабезпечення.

Таким чином, проблему диференціації регіонів за рівнем енергоефективності можна вирішити шляхом реалізації державної політики в напрямку підвищення енергетичної незалежності України. При цьому розроблення й реалізація будь-яких енергетичних програм є неможливою без чіткого розмежування повноважень і взаємної відповідальності між органами виконавчої влади та публічного управління в питаннях функціонування й розвитку енергозберігаючих технологій. Важливим вбачається узгодження інтересів виробників, постачальників і споживачів енергоресурсів шляхом налагодження ефективних організаційно-правових механізмів взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Базова та оновлена Енергетична стратегія України на період до 2035 року. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245239554>(дата звернення: 06.03.2019).
2. Суходоля О. М. Енергоефективність економіки в контексті національної безпеки: методологія дослідження та механізми реалізації: монографія. К.: Вид-во НАДУ, 2006. 424 с.

Т.В. Кудін, аспірант

Національний університет біоресурсів і природокористування

ЗАСТОСУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Енергія – не тільки одне з найчастіше обговорюваних сьогодні понять, крім свого основного фізичного, а в ширшому сенсі – природничо-наукового змісту, вона має численні

економічні, технічні, політичні і інші аспекти. Як сильно людство залежить від енергоресурсів можна показати на прикладі: в сімдесятих роках, коли арабські країни скоротили видобуток нафти, світові ціни зросли в 4-5 разів. Проблема полягає в тому, щоб знайти нові джерела енергії. Знайти таке рішення, такий енергоресурс, який був би загальнодоступним кожній країні в необхідному обсязі. І такий енергоресурс є - це альтернативна енергетика, а саме: сонячна, вітрова, гідро тощо. На відміну від викопних палив ці форми енергії не обмежені геологічно накопиченими запасами. Це означає, що їх використання і споживання не веде до неминучого їх вичерпування.

Перші пропозиції щодо використання альтернативних джерел енергії здавалися просто неможливими і недоцільними[2]. Але варто враховувати, що барель нафти тоді коштував 2 долари, а кілька років тому він переступив психологічну позначку 100 доларів, і прогнози щодо запасів енергоресурсів невтішні. Не в тому річ, чи буде альтернативна енергетика популярною, а в тому, як швидко вона стане традиційною. Використання різних альтернативних джерел енергії залежить від особливостей місцевості регіонів світу, сезонів року на інших факторів.

Енергія Сонця використовується людством вже давно – щодня протягом мільйонів років. Енергії Сонця, що випромінюється на Землю протягом однієї хвилини, вистачить для того, щоб забезпечити енергетичні потреби людства протягом цілого року [1]. У деяких країнах вартість виробництва електрики з сонячної енергії вже зрівнялася з роздрібними цінами на електроенергію в побутовому, комерційному та промисловому сегментах ринку. Тобто сонячна енергетика вже може бути рентабельною без додаткової підтримки. На думку експертів сонячна енергетика за кілька десятиліть пройшла шлях від екзотичної і практично незатребуваної ідеї до дешевої і актуальної технології, яка сьогодні надає гігантські обсяги електроенергії по всьому світу. Більш того, у багатьох частинах планети сонячні електростанції стають найбільш перспективними і практичними джерелами електроенергії. Країнами, лідируючими в розвитку сонячної

енергетики, сьогодні є Китай (175 ГВт), США і Японія (по 60 ГВт), а також Німеччина (45 ГВт) [3].

За даними досліджень Інституту відновлюваної енергетики НАНУ, середньорічна кількість сумарної сонячної радіації, що поступає на 1 м² поверхні на території України, є достатньо високою. У квітні 2018 року компанії ДТЕК і China Machinery Engineering Company (СМЕС) підписали договір на проектування та будівництво сонячної електростанції (СЕС) потужністю 200 МВт в Дніпропетровській області. Новий об'єкт – Нікопольська СЕС – стане найпотужнішою сонячною електростанцією України та увійде в ТОП-3 найбільших в Європі. Загальні інвестиції в проект – 230 млн євро.

Компанія UDP Renewables теж мітить в лідери-рекордсмени. Ще влітку 2017 року в селищі Димерка під Києвом добудували першу чергу (на 6 МВт) майбутньої великої СЕС. Рік по тому UDP Renewables оголосила про підписаний контракт з іспанським інвестором ACCIONA ENERGIA. Потужність всього об'єкта повинна скласти 57 МВт, а тільки прямі інвестиції ACCIONA - 53,7 млн євро. При цьому восени запустили в експлуатацію станцію Фрі Енерджи в Генічеську на 18,3 МВт. Серед планових СЕС, які повинні стартувати в 2019 році, є: Скіфія Солар-1 і Скіфія Солар-2 в Запорізькій області на 13 і 33 МВт, відповідно, а також Порт Солар в Одеській області на 8,4 МВт. В місті Кам'янка, що в 60 км від Черкас, почалося будівництво нової СЕС на 25 МВт. Інвестор – норвезька компанія Scatec Solar. Восени компанія TIU Canada почала будівництво СЕС в Миколаївській області. Максимальна потужність майбутнього об'єкта на ім'я Vita Solar – 13,5 МВт. Французько-українська компанія Main Group Ukraine будуватиме станцію на 85 МВт прямо на околиці Дніпра. Ціна питання – майже 90 млн євро. До будівництва компанія планує залучити індійських партнерів. У листопаді 2018 го в Яворівському районі Львівської області відкрили першу чергу СЕС з майбутнього найбільшого комплексу на західній Україні. Її потужність - 36 МВт. Реалізує проект компанія Еко-Оптіма. А от відкриття другої черги - ще на 36 МВт – заплановано на літо цього року. Інвестицій в проект – 34 млн євро. З них 70% виділив Європейський банк реконструкції і розвитку. Об'єкт,

який буде генерувати 55 МВт, хочуть побудувати в Брусилівському районі Житомирської області, компанією Еней Інтернешенал. Інвестиції в проєкт складуть 50 млн євро, об'єкт може з'явитися вже восени цього року. Один з найбільш незвичайних за своєю суттю проєктів – проєкт в Чорнобильській зоні. У жовтні країна ввела в експлуатацію СЕС потужністю 1 МВт, що розташувалася в безпосередній близькості від запечатаного в саркофаг 4 енергоблоку ЧАЕС. Це спільний проєкт української компанії Rodina і німецької Enerparc AG. Він обійшовся їм близько \$ 1,15 млн. Однак це тільки початок. Консорціум планує збільшити потужність своїх сонячних електростанцій в Чорнобильській зоні до 100 МВт [3].

Отже, як видно із вище зазначеного, наша країна в тренді світових тенденцій в цьому напрямку.

Інший перспективний вид альтернативної енергії – це енергія вітру. Так само, як і енергія сонця, енергія вітру використовується людством із давніх-давен – згадайте вітрила чи вітряки, а сьогодні вона також розглядається як дешевий та екологічно чистий спосіб отримання електроенергії. Саме тому останні двадцять років поширюється розвиток вітрової енергетики.

В багатьох країнах чимало уваги приділяється вітроенергетиці (ВЕС). Вже сьогодні в Данії вітроенергетика покриває близько 80% потреб країни в електроенергії. Протягом 2018 року по всьому світу ввели в дію 52,57 гВт нових потужностей[3]. Загальна встановлена потужність ВЕС в світі до кінця 2018 р досягла значення 539,58 ГВт. Лідер цього руху - Китай. За даними Windpower Intelligence, встановлена потужність ВЕС в Китаї становить 171,8 ГВт. У 2018 р Китай ввів в дію 19,5 ГВт потужностей - 37% нових світових потужностей. У десятирічній перспективі до 2027 р щорічно Китай буде вводити більше 20 ГВт енергії. Передбачається, що до 2020 р сукупна потужність перевершить показник в 210 ГВт. У Європі в 2018 р додалося 16,8 ГВт, з яких 15,7 ГВт припали на країни Євросоюзу. Лідирують Німеччина і Великобританія, що додали по 6,6 ГВт і 4,3 ГВт відповідно. У Північній Америці темпи приросту падають. Переважна більшість нових установок ВЕС довелося на США: 7 ГВт із загальних 7,8 ГВт континенту.

Отже, за підсумками 2017 р трійка лідерів по загальній потужності вітроенергетики в світі як і раніше складається з Китаю (188,2 ГВт, 35%), США (89 ГВт, 17%) та Німеччини (56,1 ГВт, 10%). Частка рейтингу цих країн в світовому вітроенергетичному балансі становить 62% [3].

За оцінками вчених Інституту електродинаміки й Інституту відновлюваної енергетики НАНУ, наша країна має значний потенціал в області відновлюваних джерел енергії. Якщо сьогодні використовувати вітровий потенціал України повністю, то можна забезпечити 20-30% усіх енергетичних потреб держави. Найперспективнішими з точки зору розвитку вітрової енергетики є причорноморська, приазовська і карпатська території.

За останні роки будівництво вітроелектростанцій отримало серйозний фінансовий імпульс і впевнено розвивається завдяки бажанню іноземних компаній інвестувати в цю галузь. Сьогодні, в умовах сприятливого інвестиційного клімату в нашій країні реалізуються проекти вітроенергетичних установок, здатних виробляти до 7,5 МВт електроенергії кожна. Нещодавно Україна підписала угоду з норвежцями (NBT) і французами (Total-Egen) про будівництво вітряної електростанції "Сиваш". Вона розташується в Херсонській області і матиме потужність 250 МВт. Загальна сума інвестицій в проект - 350 млн євро. Норвежці заявили, що в майбутньому можуть налаштувати "вітряків" ще на 700-800 МВт.

В останні роки в країні відбувається бум альтернативної енергетики. Особливо активно формується екосистема сонячних та вітрових станцій. Темпи вражають. За даними Держенергоефективності, в 2018 році потужність СЕС становила 1389 МВт, а це - майже в 2 рази більше, ніж в 2017-му. І це рекордне зростання [3].

Список використаних джерел:

1. Ясинчук Л. Ставка на сонце / Л. Ясинчук // Експрес. – 2001. – 31 березня – 7 квітня.
2. Мельник Н. В. Про використання первинних джерел енергії / Н. В. Мельник // Економіка АПК. – 2010. – № 12. – С. 152-155.
3. LIGA.tech – LIGA.net [електронний ресурс]
<https://tech.liga.net/technology/article/energiya-solntsa-2019-kto-i-za-skolko-stroit-novye-elektrostantsii>

МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Економіка України – один із самих важливіших складників для відображення рівня життя країни, а її розвиток створює сприятливі соціально-економічні умови для життя населення. Економіка України в сучасних реаліях перебуває в дуже складних умовах: проведення АТО, невизначеність в системі політичних процесів та інші фактори сповільнюють її розвиток. У зв'язку із цим виникає необхідність пошуку шляхів вирішення проблем, які гальмують розвиток національної економіки. Основними складниками розвитку економіки є: економічне зростання, повна зайнятість, стабілізація цін, бездефіцитний бюджет і рівновага платіжного балансу. Також розвиток ускладнюється впливом світової фінансово-економічної кризи, яка переросла в економічний спад виробництва, зростання безробіття, зниження рівня життя широких верств населення. (1, 248 с.) Саме тому головною метою економіки країни є ефективне співвідношення різних економічних складників. Для уникнення негативної динаміки основних макроекономічних показників та стабілізації економіки України необхідно усунути структурні диспропорції в галузевій структурі економічної системи і також потрібно вирівнювати розвиток усіх сегментів фінансової системи. Це дасть змогу економіці України створити певний фінансовий потенціал для зростання економіки в подальшому.

Ще один складник для успішного розвитку економіки – стабілізація цін. Інфляція є однією з найбільш гострих проблем сучасного розвитку економіки в багатьох країнах світу. Вона знецінює результати праці, знищує заощадження суб'єктів господарювання, перешкоджає довгостроковим інвестиціям та економічному зростанню. Висока інфляція руйнує грошову систему і провокує втечу національного капіталу за кордон.

Для забезпечення фінансової стабільності економіки України та її розвитку необхідно провести оновлення структури

економічної системи. Для визначення напрямів розвитку економіки України доцільно проаналізувати такі макроекономічні показники, як рівень безробіття, індекс інфляції та ВВП. (2, 88 с.)

Існує залежність між темпом росту ВВП і безробіттям. Безробіття має негативний характер та не може бути доцільним ні в економічному, ні в соціальному плані, оскільки його зростання створює низку проблем: знижується купівельна спроможність населення; скорочується дохідна частина бюджету за рахунок втрати платників податків; збільшується кількість відтоку інтелектуального капіталу за кордон; зростає соціальна напруженість тощо. Безробіття формують такі чинники, як структурні зрушення в економіці, зниження темпів економічного розвитку, співвідношення цін на фактори виробництва, інфляція, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки та перепідготовки, недостатній рівень програм зайнятості та демографічні процеси. (3, 147 с.)

Можна припустити, що позитивна тенденція рівня безробіття в Україні не відображає реальну ситуацію на ринку праці, оскільки існує низка проблем щодо статистики безробіття в Україні, які не дають змоги об'єктивно оцінювати реалії безробіття. Статистика не враховує часткову зайнятість (ті, які примусово знаходяться у відпустках з ініціативи адміністрації, вважаються зайнятими, а також неправдива інформація з боку безробітних). Також слід ураховувати кількість працівників, які працюють без офіційного оформлення, тому майже неможливо перевірити тих, які задіяні в тіньовій економіці. (4)

Таким чином, можна зробити висновок, що зниження обсягів ВВП і зростання інфляції в Україні викликані незбалансованістю фіскальної системи і високим рівнем безробіття. Ефективний розвиток держави в умовах низької продуктивності праці та стимулювання попиту знаходяться під впливом інфляції та знецінення національної грошової одиниці. Суперечлива динаміка макроекономічних показників не дає змоги забезпечити оптимальну рівновагу основних ринкових параметрів без здійснення структурних економічних зрушень.

Зростання цін на тлі збільшення кількості зайнятого

населення зумовлене тим, що ринок трудових ресурсів впливає на ціни та сталість фінансової системи не прямо, а опосередковано – через ВВП.

Глобальною метою держави є досягнення повного задоволення матеріальних і соціокультурних потреб людей, забезпечення всебічного розвитку особистості й суспільства. Для досягнення перелічених складників держава у своєму розпорядженні має низку регулятивних механізмів. На жаль, досягти всіх наведених вище цілей неможливо, тому що вони несумісні. (5, 323 с.)

Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що для економічного зростання та стабілізації необхідна ефективна грошово-кредитна політика, спрямована на створення конкурентоспроможної економіки, пошук суб'єктами господарювання власних ніш як основи для підвищення попиту економіки, а також забезпечення повної зайнятості і усунення безробіття.

Список використаних джерел:

1. Мельникова В.І. Національна економіка : [навч. посіб.] / В.І. Мельникова [та ін.]. – К. : Центр учбової літ-ри, 2011. – 248 с.
2. Сусіденко Ю.В. Вплив інфляційних процесів на економіку України / Ю.В. Сусіденко // Економічний аналіз. – 2014. – Т. 18. – № 1. – С. 88–92.
3. Янішевська А.В. Аналіз стану ринку праці та зайнятості молоді в Україні / А.В. Янішевська // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 3. – С. 147–155.
4. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Гео економічні сценарії розвитку і Україна : монографія / М. З. Згуровський [та ін.]; ред. А. С. Філіпенко. – К. : Академія, 2010. – 323 с.

СЕКЦІЯ 5
АГРАРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.
МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.
МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА
МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

І.Ю. Гришова, д.е.н., професор,
Хоу Тецзянь, д.е.н., професор,
Янь Хуаньхуань, викладач
Цянзуский педагогічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН КИТАЮ ТА УКРАЇНИ

Китайська Народна Республіка (далі – КНР) є дуже перспективною для українського бізнесу, оскільки проявила себе авторитетною державою до того ж з могутньою економікою. Варто зауважити, що КНР займає друге місце за обсягом товарообігу України з країнами світу. Україна та КНР вже співпрацюють по деяким напрямам, таким як машинобудування, транспортні послуги та інші. Але все ж таки Україна для КНР більш цікава як постачальник сировини, та ринок збуту своїх товарів, і саме це в довгостороковій перспективі не може влаштувати Україну. З іншого боку підтримка стабільних та передбачуваних економічних відносин з КНР виступає для України важливим елементом підтримки національної економічної безпеки. Взаємовигідні торгово-економічні відносини є запорукою формування привабливого поля для поглиблення двостороннього інвестиційного, інноваційного, науково-технічного, освітнього співробітництва [1] При цьому слід врахувати, що китайська влада проголосила ініціативу «Один пояс – Один шлях». Дійсно, Великий шовковий шлях, що з'єднав на початку нашої ери Китай та Європу, знову може з'явитися на карті світу. Для відродження

легенди Китай запропонував світовій спільноті безпрецедентну по масштабності та амбітності ініціативу, яка об'єднує у світі понад 60 держав з населенням майже 4,4 млрд чол. і сумарним ВВП 29% від світового. Це не просто проект, це своєрідна глобальна «економічна платформа» подальшого розвитку країн на євразійському континенті [2] Китай має досить значний запас інвестицій, в яких відчуває потребу Україна. В свою чергу, Україна є привабливою для Китаю в сфері технологій та сільського господарства. Проте тісне співробітництво може мати не лише позитивні, але й негативні наслідки для української економіки.

Українсько-Китайські відносини досліджувалися вченими економістами всебічно. Питання стратегічного партнерства та економіко-торгівельних відносин в цілому у складі зовнішньоекономічних відносин України з КНР особливо актуальне на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки. Зокрема, їх вивчали та досліджували Ю. Лупенко, В. Поворзник, М. Смикова, П. Камінський, П. Черник, Г. Батищева, Х. Менг, В. Левківський, І. Гришова, О. Дяченко, І. Маркіна, Є. Медведкіна, С. Сіденко, Шестаковська Т.Л., Стоянова-Коваль С.С. та інші.

Вважаємо, що українсько-китайська двостороння торгівля, за умови ефективною зовнішньоекономічної політики і раціонального використання ресурсного потенціалу двостороннього співробітництва має великі перспективи. Підтвердженням нашої точки зору є дані в географічній структурі зовнішньоторговельного обороту протягом 2001-2017 років, де частка КНР становить у середньому 4,69% (3,08 загального обсягу експорту і 6,04% загального обсягу імпорту) (табл. 1). Завдяки зростанню привабливості внутрішнього ринку, який стрімко розвивався, КНР змогла отримати технології в безпрецедентних масштабах, що привело до створення науково-дослідних центрів. В той же час КНР вдалося, використавши сприятливу кон'юнктуру ринку, об'єднати різних іноземних інвесторів і досягти багатостороннього обміну технологіями. Китайські компанії-виробники автомобілів підписали угоди про спільні підприємства з іноземними компаніями-конкурентами [4, 5].

Таблиця 1

Показники зовнішньої торгівлі Україна-КНР, 2008-2017 рр.

Роки	Експорт України в КНР, млрд. дол. США	Імпорт України в КНР, млрд. дол. США	Сальдо, млрд. дол.	Доля КНР в зовнішній торгівлі
2008	0,55	5,6	-5,05	6%
2009	1,43	2,73	-1,3	6%
2010	1,32	4,7	-3,38	5,80%
2011	2,18	6,27	-4,09	6,10%
2012	1,78	7,9	-6,12	6,30%
2013	2,73	7,903	-5,18	7,50%
2014	2,67	5,41	-2,73	7,40%
2015	2,4	3,77	-1,37	8,10%
2016	2,3	3,5	-1,5	8,70%
2017	2,3	3,3	-1,4	8,90%

Джерело: (Державна служба статистики України)

Така ситуація дозволила китайському партнеру перейняти «найкращий досвід» у обох конкурентів і бути єдиним гравцем серед трьох учасників, який має доступ до двох інших. Іншою цікавою особливістю є те, що китайські компанії почали отримувати частку в акціонерному капіталі зарубіжних інвестицій провідних технологічних компаній, відкриваючи, таким чином, ще один канал доступу до технологій. Слід зазначити, що співробітництво на основі залучення ліцензійних технологій є також стратегічно продуманим кроком: по-перше, у процесі передачі ліцензій відбувається взаємодія з іноземними компаніями, на долю яких припадає найбільша кількість інновацій; по-друге, на базі цих технологій здійснюються власні вдосконалення. Про постійне зростання наукового потенціалу країни свідчить неперервний розвиток однієї з важливих форм науково-технічного обміну – створення науково-дослідних центрів спільно з іноземними компаніями.

Список використаних джерел:

1. Gryshova, I., Shestakovska, T. FinTech business and prospects of its development in the context of legalizing the cryptocurrency in Ukraine. *Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 2018 (5), 77-89. Retrieved from <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/1625>

2. Хоу Тецзянь, Гришова І. Конкурентні війни бізнесу в умовах стрімкого розвитку цифрової економіки та фінансового інжинірингу. Цифрова

економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 120-122.

3. Гришова І, Шестаковська Т, Янь Хуаньхуань Роль фінтех бізнесу у розвитку цифрової економіки України. Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 61-64.

4. Shabatura T. S. Model of economic development enterprise in the context to European integration / T. S. Shabatura, A. A. Kravchuk, T. M. Hnatieva // Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 3 (11). Ч. 2. – С. 89-94.

5. Дяченко О.П. Імплементация міжнародних стандартів у напрямку удосконалення механізму державного регулювання процесів протидії розвитку тіньової економіки в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління.* 2018. Том 29 (68). №1. С. 70-74.

М.В. Зось-Кіор, д.е.н., доцент
*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

ПОТЕНЦІЙНІ ПЕРЕВАГИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізацію та її вплив на розвиток суспільних відносин варто розглядати в безперервному процесі адаптації конкретних індивідуумів, їхніх груп, територіальних громад, громадських організацій, підприємств, держав та їх груп на мінливі умови зовнішнього середовища, первісною якою є внутрішні зміни зазначених суб'єктів глобалізації. На сьогодні в основному аналізуються наслідки, і самі глобалізаційні впливи, зокрема на управління земельними ресурсами, в науці системно не вивчені, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Національна земельна реформа з урахуванням чиннику глобалізації стикається з рядом основних позицій, які можна назвати вихідними.

По-перше, в Україні, площа якої в загальній площі земель світу займає менше 0,5 %, видобувається, переробляється і залучається до виробництва приблизно 5 % світового обсягу мінерально-сировинних ресурсів, що перебувають в господарському обігу [1], в тому числі і найцінніших у світі

ґрунтів. До того ж дані ресурси використовуються нерационально і екстенсивно. На нашу думку, недовикористовувані аграрні ресурси на фоні світової продовольчої кризи стають інтересом міжнародних агентів. З цієї точки зору Україна має і гарантовані ринки збуту, і можливість значного підвищення свого міжнародного статусу, з яким не можливо не рахуватися.

По-друге, екстенсивне землеробство, окрім беззаперечних економічних втрат, забезпечує конкурентну перевагу України на світовій арені – не тільки з позицій екологічності продукції, і й більшої їх повноцінності, порівняно з розвиненими країнами, що мають бідніші ґрунти та занадто інтенсифікували землеробство. Даний факт підтверджується не тільки біохімічними аналізами ґрунтів, і й конкуренцією на міжнародному ринку капіталу за право оренди українських чорноземів.

По-третє, для України позитивні наслідки може мати «ефект запізнення», тобто ситуація, коли реформи в країні проходять пізніше за аналогічні в країнах-піонерах. Це дає можливість сформувати більш досконалу економіку з урахуванням чужих помилок.

Дані три фактори є беззаперечними потенційними перевагами аграрного сектору України, але фактично вони є проблемами, які за умов євроінтеграції та децентралізації влади мають вмішуватися оперативно, комплексно і гармонізовано.

Адаптація наштовхується на протилежно спрямовані інтереси учасників суб'єктів навіть національної економіки, що обумовлює необхідність посилювати рівень міжнародної конкуренції в екологічній сфері, відходу від практики подвійних стандартів постіндустріальних країн виробництва на території країн, що розвиваються. Це обумовлює залежність тенденцій розвитку всього світу від стратегій розвитку окремих країн. Стратегія розвитку сільського господарства, зокрема високоефективного землеробства, виглядає для України привабливою та такою, що дозволяє зайняти суттєву нішу в системі міжнародного поділу праці.

Слід також зазначити, що для формування та розвитку систем превентивних та адміністративних адапторів і країнового

люфта у України час обмежений. Адже останнім часом аграрні ринки інших країн дуже активно розвиваються і Україна може не встигнути зайняти свою нішу на світовому ринку, що і обумовлює необхідність науково виваженого підходу до подальшого обґрунтування адекватної системи управління земельними ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Robertson В., Pinstrup-Andersen. Global land acquisition: neo-colonialism or development opportunity? *Food Security*, 2010. С. 71-83.

Viktoriia Medvid, Dr. In Economics, Professor
Sumy National Agrarian University,
Zhang Fenghe, Ph.D. student
Sumy National Agrarian University,
Henan Institute of Science and Technology, Henan, China

**CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT PROPOSALS
OF TRADE COOPERATION BETWEEN CHINA AND
UKRAINE**

Ukraine is the first Central and eastern European countries to establish strategic partnership with China and the third former Soviet Union country to do so after Russia and Kazakhstan. At the BBS meeting in Davos in January 2017, the heads of state of China and Ukraine met for the first time since the «square revolution» in Ukraine, marking a new historical chapter in bilateral relations. On December 5, 2017, the third meeting of the china-Ukraine intergovernmental cooperation committee was held in Kiev, bringing new opportunities for bilateral trade and bringing it to a new level.

Current status of China – Ukraine trade cooperation. In terms of trade scale, in 2017, the trade volume between China and Ukraine ranked the third among the 15 countries in China and the former Soviet union, and it could rank the fourth among the 16 countries in China and central and eastern European[1]. In terms of country, China has been Ukraine's second largest trading partner in the past six years. In 2017, China – Ukraine trade volume reached nearly 7.7 billion us dollars, up 17.9% year-on-year, accounting for 8.28% of Ukraine's total foreign trade. Ukraine's imports from China

accounted for 11.4% of Ukraine's total imports, and its exports to China accounted for 4.6 percent of Ukraine's total exports, up 11.5 percent year-on-year. China has become Ukraine's sixth largest export market and second largest source of imports. From January to May 2018, china- Ukraine trade volume reached us \$3.457 billion, up by 23.09 % year-on-year. Ukraine's export strategy for 2017-2021 lists China as the second most promising commodity export market. Generally speaking, in the trade between China and countries along the «The Belt and Road» route, the volume of bilateral trade cooperation is small and the cooperation is not stable enough, which belongs to the «to be strengthened type». Similar to the trade in goods, the service trade between China and Ukraine also shows an overall growth trend. Trade in services between China and Ukraine increased to 234 million us dollars in 2017.Ukraine exports \$0.75 billion and imports \$165 million from China. In the first half of 2018, Ukraine exported \$48.8322 million of services to China, up 98.4% year-on-year, including \$20.695 million of transportation services and \$22.23 million of trade services. Ukraine's imports of services from China reached \$84.2428 million, an increase of 53% year-on-year, including \$45.66 million in financial services imports and \$13.06 million in trade services imports [2].

There are risks to trade cooperation between China and Ukraine. The first is the geopolitical crisis. Ukraine is in the collision zone of geopolitical competition between Russia and the west. Ukraine chose to join the EU and NATO, but in the short term not to be accepted by the EU and NATO and the deterioration of relations with Russia dragged down Ukraine's relations with the Commonwealth of independent states countries. This situation makes it difficult for china- Ukraine cooperation to be integrated into the cooperation framework between China and central and eastern European countries and the cooperation framework between China and Commonwealth of independent states countries (such as «one belt, one union» and the Shanghai cooperation organization).This makes the bilateral trade environment between China and Ukraine uncertain. The second is a political crisis. The chances of another political crisis in Ukraine have fallen sharply. But political risk is still high. Political «farce» and street politics happen from time to time. Discontent with life and distrust of the government, resistance

to reform, populism, anarchism and challenging the government are among the problems facing Ukraine. Finally, there is the economic crisis. Judging by economic indicators, the Ukrainian economy has bottomed out and begun a slow recovery. Ukraine's economy grew by 2.3% in 2016 and 2.1% in 2017. The World Bank forecasts that Ukraine's economy will grow at an annual rate of 3.5% to 4% from 2018 to 2020[3]. However, Ukraine still faces many obstacles in its economic development. First, its economic structure is unitary. The price and quantity of imported energy are restricted by the supply side. Second, low foreign exchange reserves, heavy national debt burden, dependence on foreign capital and difficulty in implementing reform measures will affect the inflow of funds from the EU and international financial organizations. Third, the loss of professional talents and labor force.

Conclusion. First, taking advantage of the «The Belt and Road» initiative, the two sides should further promote the development of cross-border e-commerce, financial services, tourism and local cooperation, upgrade the level of cooperation in various fields and expand the scale of cooperation.

Second, China and Ukraine need to face the risks and difficulties in trade cooperation, and actively resort to cooperation platforms such as the Chinese chamber of commerce in Ukraine and the Development of the Silk Road association of Ukraine to strengthen communication, be honest and find ways to defuse trade risks.

Third, the two sides should attach importance to the development of cooperation in educational institutions, promote mutual exchanges of talents, train talents for cooperation between China and Ukraine, constantly enhance the rapid dissemination of information between China and Ukraine and enhance mutual understanding.

References:

1. The ranking is based on the 2016 statistical bulletin of China's ministry of commerce issued by the ministry of commerce of the People's Republic of China and the national bureau of statistics of the People's Republic of China, <http://fec.mofcom.gov.cn/article/tjsj/tjgb/>.
2. Liu Jun: «One Belt And One Road» helps the continuous development of China-Ukraine economic and trade cooperation, «international business daily», September 12, 2018.
3. The data comes from the world bank's website. (<https://data.worldbank.org/country/Ukraine?view=chart>).

Н.Г. Міценко, д.е.н., професор,
І.П. Міщук, д.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЛОГІСТИЧНІ АКЦЕНТИ

Лібералізація ЗЕД в Україні, скорочення тарифних і нетарифних обмежень, спрощення митних, експортно-імпортних процедур призводять до зниження економічних бар'єрів, появи нових напрямків розвитку економічної свободи та ініціативи господарюючих суб'єктів. Це актуалізує формування чіткого бачення власниками та керівниками підприємств-учасників ЗЕД мети їх діяльності на відповідних сегментах зовнішнього ринку, цілей, завдань і можливих шляхів їх реалізації на основі розробки відповідної стратегії.

Ділову стратегію підприємства слід розглядати як узагальнену модель дій, необхідних для досягнення поставленої мети через координацію та розподіл ресурсів. Її мета полягає в тому, щоб досягти довгострокових конкурентних переваг, які б забезпечили компанії високу рентабельність.

Під час розробки стратегії підприємства-учасника ЗЕД потрібно враховувати такі аспекти, як: створення відносно відкритих економічних, в т.ч. логістичних систем; економічне прогнозування з використанням знань про еволюційні закони; удосконалення методів державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності; скорочення тарифних і нетарифних обмежень; оптимізація рівня податкових платежів; спрощення митних, експортно-імпортних процедур з одночасною їх комп'ютеризацією; створення «прозорого», чіткого законодавства щодо ЗЕД підприємств.

В умовах глобалізації економіки значно зростає активність господарюючих суб'єктів різних країн, які формують нові, більш ефективні системи постачання і збуту товарів, що є предметом логістики у сфері ЗЕД.

Специфіка розробки стратегії ЗЕД підприємства передбачає необхідність оптимізації процесів руху товарних, фінансових, інформаційних потоків, що пов'язане з формуванням окремої

функціональної стратегії логістичної діяльності підприємства-учасника ЗЕД.

Важливе значення для розвитку економіки України має досвід формування глобальних торговельних, транспортних і телекомунікаційних мереж, метою більшості з яких є підвищення якості сервісу під час управління товаропросуванням, покращення екології, зниження логістичних витрат за рахунок зняття митних, тарифних, податкових та інших бар'єрів, раціоналізації вантажопотоків, створення мережі розподільчих логістичних центрів, формування торговельної, транспортної та телекомунікаційної інфраструктури.

Це, своєю чергою, вимагає пошуку нових форм менеджменту, маркетингу, відносин координації та інтеграції партнерів по бізнесу. Актуальними завданнями в зв'язку з цим є встановлення раціональних зв'язків між посередниками, розробка методів оцінки ефективності таких зв'язків, мінімізація кількості транзакційних операцій і відповідних логістичних витрат, що може бути успішно реалізовано в глобальних логістичних системах різного рівня. Тому впровадження сучасних концепцій та систем глобальної логістики є одним із стратегічних шляхів підвищення конкурентоздатності вітчизняних суб'єктів бізнесу.

Окремі учасники ЗЕД в процесі взаємодії встановлюють господарські зв'язки, формуючи тим самим логістичні ланцюги. В сфері міжнародної торгівлі основними ланками логістичних ланцюгів, як правило, є експортери та імпортери, транспортні організації, митні органи, а також різноманітні митні посередники.

Слід враховувати, що кінцевими споживачами імпортованих та призначених для експорту товарів є окремі громадяни або їх родини, котрі, хоча і не вважаються ланками логістичних ланцюгів у сфері зовнішньої торгівлі, але опосередковано впливають на напрямки руху, обсяги та асортиментний склад зовнішньоторговельних потоків.

Як показує практичний досвід, операції з організації та реалізації товарних потоків на світовому ринку є більш дорогими і складними, ніж аналогічні операції, виконувані на національному ринку в сфері внутрішньої торгівлі. За

експертними оцінками, витрати на переміщення матеріальних потоків у сфері міжнародного обміну складають 25-35 % вартості продажу експортно-імпоротної продукції, в той час, як подібні витрати на внутрішньому ринку не перевищують 8-10 % вартості товарів, призначених для відвантаження [1, с. 20]. Враховуючи те, що широке застосування методів логістики дозволяє скоротити час руху продукції на 25-30 % і знизити рівень запасів продукції у її споживачів на 30-50 %, можна очікувати, що використання логістики в міжнародній торгівлі сприятиме значному підвищенню ефективності ЗЕД.

В сфері збуту товарів виробники і торговці можуть використовувати різноманітні варіанти логістичних каналів, які характеризуються різним кількісним складом і якісною структурою суб'єктів розподілу. В ЗЕД основне місце серед потокоформуєчих операцій відводиться експортно-імпортним операціям з товарно-матеріальними цінностями, виконуваним у міжнародних каналах розподілу та закупівель продукції. Зокрема, міжнародні канали розподілу продукції розглядаються як шляхи руху національних продуктів від виробників до зарубіжних споживачів як безпосередньо, так і через посередників.

Учасниками міжнародних каналів розподілу можуть бути: національний виробник, національний продавець, національний оптовик, експортер, імпортер, зарубіжний агент або оптовик, зарубіжний роздрібний торговець, зарубіжний споживач. Подібною складною побудовою характеризуються і міжнародні канали закупівель матеріальних ресурсів (товарів).

Успішна реалізація ділової стратегії учасників ЗЕД вимагає ретельного формування їх цілей і завдань у сфері логістичної діяльності, підбору ефективного інструментарію їх забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Аникин Б. А., Тяпухин А. П. Коммерческая логістика. Москва : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. 432 с.

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ВІДНОСИНАМИ У ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ

У найзагальнішому вигляді управління може бути визначено як процес цілеспрямованого впливу на яку-небудь систему з метою підтримки її в певному стані або переведення в новий стан з урахуванням об'єктивних властивостей і закономірностей. Управління завжди мало величезне значення для розвитку суспільства, але його роль особливо зросла в умовах ринкових відносин і глобалізації світового господарства. Серед основних чинників, що підвищують значущість відтворення ефективної стратегії управління аграрною сферою, слід визначити наступні:

- зростання масштабів аграрного виробництва і якісні зрушення в економіці в цілому;
- ускладнення соціально-економічних зв'язків в національній економіці;
- прискорення науково-технічного прогресу, яке особливо високими темпами відбувається в корпоративному секторі сільського господарства;
- посилення концентрації й інтеграції, розширення кооперації і комбінування в аграрному виробництві;
- перехід від екстенсивних до інтенсивних форм сільського господарювання;
- розширення можливостей менеджменту завдяки загальному зростанню рівня освіти, розвитку науки управління, використанню комп'ютерної техніки;
- зміна змісту і організації управлінської діяльності із заміною традиційних методів управління науковими;
- наявність великих невикористаних можливостей підвищення ефективності суспільного виробництва, в аграрній сфері зокрема;
- розвиток і ускладнення корпоративних відносин в аграрній сфері, нових форм господарювання;
- перехід від прямого державного управління сільським

господарством до непрямого, зміна пропорцій централізованого і децентралізованого регулювання;

- зміни в характері праці в сільській місцевості – заміна фізичної праці використанням техніки, автоматизація процесів виробництва.

Таким чином, аграрне виробництво як об'єкт управління має специфічні особливості як соціально-економічного, так і організаційно-технічного характеру. Також слід зазначити, що стратегія управління корпоративним сектором в сучасних умовах повинна будуватися за принципом взаємозалежності [1, с. 80]. Це обумовлено тим, що виробництво кінцевої продукції сільськогосподарської галузі залежить ще і від інших галузей, а отже, необхідна координація дій органів управління з іншими галузевими міністерствами. Отже, здійснення окремих заходів в управлінні в сільському господарстві буде малоефективним, – необхідна цілісна система, комплексна стратегія управління.

В стратегії управління та регулювання розвитку корпоративних відносин найбільш доцільно виокремити два підходи до управління інтегрованими формами їх організації в аграрній сфері України: державне регулювання і саморегулювання.

1. Створення аграрно-фінансово-промислових груп на основі законодавчих і нормативних актів для розвитку сукупності аграрних, промислових фірм і фінансових структур через впровадження прогресивних технологій і здійснення структурних змін в економіці задля підвищення експортного потенціалу і конкурентоспроможності аграрної продукції на основі концентрації інвестиційних ресурсів і фінансування науково-дослідних робіт та впровадження їх результатів.

2. Самоорганізація і саморегулювання без організаційно-правових рамок або меж затвердженої структури. Управління здійснюється на основі обговорених зв'язків і відносин, участі, особистої унії, довгострокових кредитних зобов'язаннях та інших формах залежності підприємств в холдинговій групі. Така форма управління гарантує доступ до фінансово-кредитних і матеріально-технічних ресурсів, а також надійність і прибутковість розміщення капіталу.

Стратегія державного регулювання розвитку корпоративного

сільського господарства включає цілеспрямовану дію держави на організацію господарської діяльності корпоративних структур шляхом видання нормативно-законодавчих актів та контролю їх виконання. Найважливіші інструменти такого регулювання: податкова, цінова, кредитна, страхова, закупівельна, зовнішньоекономічна політика – тобто в більшій мірі економічні.

Найважливіші напрями регулюючої діяльності визначені як наспунні:

- прогнозування розвитку аграрного виробництва, яке зараз практично відсутнє;

- здійснення ефективної структурної перебудови в галузі на підставі запропонованої стратегії взаємодії;

- коригування змісту розділів державних програм розвитку АПК окремо для корпоративного, кооперативного і приватного секторів з врахуванням їх інтересів і особливостей розвитку;

- сприяння розвитку всіх форм власності і організаційних структур в аграрній сфері;

- ефективна урівноважена комерціалізація, кооперація, корпоратизація і демонополізація.

Список використаних джерел:

1. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції / за ред. П. Т. Саблука. – К.: IAE, 2000. – 556 с.

Olena Slavkova, Dr. in Economics, Professor
Sumy National Agrarian University,

Zhang Rui, Qiu Hongzhou, PhD student's
Sumy National Agrarian University,

HeNan Institute of Science and Technology, Henan, China

EXTERNAL DRIVING FACTORS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE STRATEGY

1 policy. Since the beginning of the 21st century in China, the government has taken the development of leading enterprises as an opportunity to promote the implementation of various policies on agricultural industrialization. As far as policy orientation is concerned, the development of new agricultural business entities and the innovation of agricultural business models are the key to

invigorating agricultural economy, while the cultivation of modern agricultural «leading» enterprises is the foothold of the above policies. Thus, an important external driver of strategy is the policy factor.

2 market. China's agricultural market has several problems: the first industry concentration is low, the organization scale is small. The technical level of agricultural enterprises is low and the scale is limited, and the operation scale of farmers is small and excessively dispersed, so it is difficult to improve the entry and exit barriers. The second industry chain is short with low added value. The organization of the industrial chain lacks independent research and development capability, and the intensity of deep processing, marketing and other links is small. Meanwhile, the added value level of China's agricultural products export is low. Third, the international market has broad prospects and trade barriers still need to be broken through. Despite the steady growth of China's agricultural products in recent years (an average annual growth of 5.4%), it is not matched with the growth of the overall economy. In particular, the proportion of the export of agricultural products is getting lower and lower (23.3% in 1980, 3.1% in 2012), which shows that China's agricultural products lack international competitiveness [1, 4].

As a big country producing agriculture and agricultural products, the international trade volume of agricultural products is increasing year by year and the trend of economic globalization is becoming more and more obvious. For agricultural enterprises, in this context, they should effectively improve their capabilities in operation and industrial chain management and control, break down trade barriers by improving product quality and its added value, and get a head start in competition. Thus it can be seen that the international agricultural trade market is also a major factor driving the strategy of Chinese agricultural enterprises.

3 consumption. With the development of agricultural economy, the quality and safety problems of agricultural products are becoming more and more prominent, so that the agricultural products market is suffering greatly. According to statistics, from 2004 to 2012, the media exposed 276 such incidents annually – among which, the problems in the four links of food production and processing, primary product production, circulation and sales, and

catering consumption accounted for 64%, 1.3.4%, 10.5% and 9.2% respectively. At the same time, due to poor process management and control in the production process, the abuse of pesticides and fertilizers is a serious problem. Up to now, China's fertilizer application amount and the average application amount per hectare are all the highest in the world. In this context, consumers' demand for agricultural products with reliable and safe quality is increasing. Affected by «melamine», the import volume of dairy products has increased by about 300 percent annually in recent years [2, 5].

Above – mentioned circumstance, it is rare likewise high grade produce brand, agricultural business opportunity. From the perspective of agricultural enterprises, activities must be carried out at the source to effectively solve problems, and the establishment of a «whole-process control» system to manage the whole process of agricultural products participating in the market is essential. Thus, consumer demand is also the driving factor.

4 technology. In the world agriculture centralism tendency, the agricultural technology monopoly may say «the important engine». The average content of agricultural science and technology in China is 40%, much lower than 75% in developed countries. For a long time, due to the lack of corresponding technical accumulation and talents in agricultural enterprises, the scientific and technological innovation ability has been at a low level. At the same time, agricultural scientific research is difficult to obtain funds and policy support, and its technical achievements are difficult to promote. It can be seen from the statistical data that more than 50 % of cows, egg-broiler chickens and hogs of fine breeds, more than 90% of high-end vegetable and flower varieties, and more than 70% of complete sets of corresponding equipment are heavily dependent on imports.

Thus it can be seen that the practice of enhancing the added value of agricultural products and the transformation of innovative achievements by means of agricultural scientific and technological innovation will be a major development direction of modern agriculture in China, and the economic benefits it brings and the driving force of agricultural enterprise strategy [3, 5].

References:

1. Yang weimin, li jieli, pu ying mastiff, Chen rao. Enlightenment of sustainable development of American family farms on China. world agriculture, 2013, (12).

2. Li Tao. Don't blindly follow the "whole industry chain" strategy. Business management, 2013. (08).
3. Dong Guangmao, Li Weili, Jiang Tao. Research on the impact of technological innovation on vertical industry specialization-from the perspective of technology spillover. journal of xi'an university of technology, 2013, (01).
4. Feng Changli, Lan Ying, Zhou Jian. Research on the value creation path of cofco's "whole industry chain" strategy. Management case studies and reviews, 2012, (02).
5. Zhang Yanan, Ma Yong. A brief exploration of the whole industrial chain strategy of cofco group. Cooperative economy and technology, 2012, (01)

О.В. Вараксіна, к.е.н.
Полтавська державна аграрна академія

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Сільське господарство в Україні є однією з провідних галузей економіки та значним джерелом валютних надходжень. Саме ця галузь гарантує продовольчу безпеку держави, яка є складовою частиною економічної безпеки України. У сільському господарстві зосереджено понад 19 % трудових ресурсів, 71,2 % земельного фонду і 92 % сільськогосподарських угідь, 5,6 % основних засобів. Таким чином, зростання за 2018 рік стало максимальним за останні п'ять років, (у 2013 році зростання було на рівні 13,3 %). За даними статистичного відомства, обсяги продукції рослинництва у 2018 році збільшилися на 10,7 %, обсяги продукції тваринництва – на 0,3 %. Сільськогосподарські підприємства збільшили обсяги виробництва на 12,1 %, господарства населення – на 2,2 [1].

Сільське господарство має свій ряд специфічних ознак, від яких і залежить його конкурентоспроможність, а саме [2, с. 256]:

- а) значна конкуренція за використання земельних ресурсів;
- б) економічне змагання між великою кількістю підприємств галузі, яке набуває ознак монополістичної конкуренції;
- в) сільськогосподарська продукція може використовуватися як кінцевий продукт споживання та сировина для подальшої переробки.

Слід зазначити вагомий вплив сукупності факторів на конкурентоспроможність підприємств аграрної сфери, до яких належать: низький рівень якості продукції, слабка матеріально-технічна база аграрних підприємств, низький рівень інвестиційної привабливості, недостатньо ефективна організація управління, яка не завжди спроможна вести конкурентну боротьбу на аграрному ринку [3]

Через низьку фінансову спроможність сільськогосподарських товаровиробників відсутня можливість купувати нову техніку; заводи-виробники, втративши ринки збуту, не розширюють виробництво, не модернізують виробничі потужності. Відставання вітчизняного сільськогосподарського машинобудування від зарубіжних аналогів енергетичних засобів, збиральних машин, комбінованих агрегатів сягає майже двох поколінь [4].

Також, ще однією причиною, що гальмує результативність сільськогосподарського виробництва, є: погіршення стану родючості ґрунту, насамперед через недостатнє використання органічних добрив у виробництві; слабка матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств; низький рівень продуктивності землеробства і тваринництва та ін.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного аграрного виробництва полягає у створенні умов для зростання загального рівня продуктивності сектору на засадах сталості, за гармонійного поєднання різних галузей сільського господарства і типів господарств (великих, середніх і малих), коли кожне з них займає найбільш притаманну йому ринкову нішу. Це поєднання має відкрити можливості для раціонального використання земельно-ресурсного потенціалу, а також створення умов рівного доступу виробників до техніко-технологічних та організаційних інновацій, фінансів, ринкової інфраструктури, вигід від експорту продукції [5].

Відтак, з метою розвитку вітчизняного сільського господарства необхідними є:

- підтримка створення нових та сприяння оптимізації діяльності існуючих сільськогосподарських підприємств шляхом залучення сучасних технологій виробництва, що забезпечували б зростання їх економічної ефективності та

конкурентоспроможності продукції;

- активізація виробництва продукції тваринництва з одночасним врегулюванням проблеми кормів, ціни на які спричиняють нерентабельність здійснення даного виду діяльності в Україні та постійне скорочення виробництва м'яса та м'ясопродуктів;

- створення пільгових умов для закупівлі сільськогосподарської техніки підприємствами та господарствами населення;

- наближення нормативів стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції та продуктів харчування європейським з метою активізації виходу вітчизняних виробників на зовнішні ринки збуту;

- забезпечення інформаційної підтримки сфери сільського господарства з поширенням сучасного досвіду виробництва та управління агропромисловими підприємствами [6].

Вирішення цих проблем дозволить виявити найбільш слабкі місця в ринковій економіці і допомогти як органам управління сільським господарством, так і безпосередньо товаровиробникам підвищити ефективність виробництва та забезпечити сталий розвиток аграрного сектора.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств : навч. посібник / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І.В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2009. – 256 с.

3. Сітковська А.О. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: стан і перспективи / О.А. Сітковська // Економіка, фінанси. – 2012. – № 6. – С. 6.

4. Мрачковська Н. К. Оцінка забезпечення сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними ресурсами / Н. К. Мрачковська // – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Agroin/2010_1012/MRACHKOVSKA

5. Яка модель агросектору необхідна Україні? // Дзеркало тижня. Україна. [Електронний ресурс] – 2012. – 18 травня. – № 18. – Режим доступу до ресурсу: http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/yaka_model_agrosectoru_neobhidna_ukrayini.html

6. Крупін В. Є. Аспекти формування продовольчої безпеки України / В. Є. Крупін, Я. Я. Пушак // Економічні інновації. – 2012. – Вип. 47. – С. 70-80.

АГРОКОНСАЛТИНГ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Сільське господарство є однією із найперспективніших галузей України, яка генерує 14% ВВП і забезпечує робочі місця для 17% зайнятого населення країни. Європейські орієнтири надають аграрному сектору України відповідний вектор розвитку і відкривають нові можливості для відродження сільського господарства, створюють додаткові порівняльні переваги в умовах глобалізації економіки. Для успішного вирішення завдань євроінтеграції український ринок має такі передумови: багатий природно-ресурсний та експортний потенціал, кваліфікований недорогий людський капітал і багатотисячолітні традиції ведення сільського господарства.

Сільськогосподарська практика більшості розвинутих країн світу вказує на необхідність упровадження інноваційних технологій, використовуючи інформаційно-консультаційну діяльність [1].

Ринок агроконсалтингу на сьогоднішній день у багатьох регіонах є в певній мірі стихійним. Розвиток системи інформаційно-консультаційного обслуговування формується в умовах забезпечення попиту і пропозиції. Попит на ці послуги формують сільськогосподарські виробники, які потребують наукового обґрунтування напрямів розвитку виробництва або вирішення конкретних короткострокових завдань. Пропозиції на цьому ринку можуть формувати спеціалізовані консультаційні служби, аграрні ВНЗ, галузеві НДІ, малі інноваційні підприємства, створювані при ЗВО і НДІ.

Варто зазначити, що до основних напрямів агроконсалтингу в інноваційно-розвинутому сільському господарстві можна віднести:

- консультації та економічне обґрунтування з питань техніко-технологічного переоснащення сільськогосподарських виробників;
- обґрунтування впровадження енерго- і ресурсозберігаючих

технологій виробництва, зберігання і переробки сільськогосподарської продукції;

- консультування з питань збереження та відтворення родючості ґрунтів, запобігання ерозії та інших видів втрати родючості;

- формування економічно та агротехнічні обґрунтованої структури посівних площ і стада;

- формування пакету документів та обґрунтування організаційних аспектів з виробництва і виходу на ринок органічної та екологічно чистої продукції;

- розробка бізнес-планів, обґрунтування інвестиційних проєктів, підготовка документів для участі суб'єктів агробізнесу в заходах державної підтримки розвитку АПК;

- посилення ролі консультаційних та наукових організацій в активізації інноваційної діяльності сільськогосподарських товаровиробників;

- участь в розробці регіональних та муніципальних програм розвитку АПК на основі впровадження інновацій та наукової діяльності;

- розвиток системи підготовки та перепідготовки кадрів для сільського господарства за напрямками освоєння інновацій, що забезпечують підвищення інноваційної активності організацій і комерціалізацію результатів наукових досліджень, так як доцільно організовувати консультаційну діяльність при аграрних ЗВО силами науково-педагогічних працівників.

У процесі консультування аграрних виробників використовуються різні методи та форми роботи: індивідуальні зустрічі та групові консультації – поради, семінари-тренінги, виїзди на передові підприємства, короткотермінові навчальні курси; масові заходи – виставки, теле- та радіопрोगрами, розповсюдження друкованої інформації тощо.

Список використаних джерел:

1. Галич О.А. Соціально-спрямовані дорадчі послуги в системі інформаційно-консультаційного забезпечення АПК / О.А. Галич, М.О. Маркеева // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2. – Т. 1. Економічні науки. – Полтава : ПДАА. – 2011. – С. 64-71.

М.В. Коваленко, к.е.н., доцент,
О.С. Простак, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Рівень розвитку і використання сучасних інноваційних високоточних технологій у рослинництві в умовах сьогодення виступають однією з визначальних складових системи ведення сільського господарства та у кінцевому підсумку є показником загального рівня економічного розвитку країни взагалі та її агропромислового комплексу зокрема.

Вирішення завдань, що сьогодні постають перед інноваційними точними технологіями у рослинництві, з використанням традиційним механічних засобів не виявляється можливим [3].

Використання точних технологій у рослинництві дозволяє індивідуалізовувати процеси вирощування відповідно до винятковості об'єкту управління, що обумовлюється його нестандартними характеристиками – агроекологічними, організаційними та економічними. У даному випадку основним об'єктом управління виступає агроценоз певного поля, який розглядається у просторі і часі за широким діапазоном диференційованих ознак, таких як місце розташування земельної ділянки, її конфігурація, рельєф, вміст доступних для культурних рослин форм поживних речовин у ґрунті, його кислотність, рівень забур'яненості, фітосанітарний стан посіву тощо. При чому, процес управління такою системою є дуже динамічним внаслідок постійної мінливості багатьох варіативних характеристик, бо об'єкт управління перебуває у стані лише короткотермінової стабільності при визначенні параметрів функціонування [2].

Сучасний рівень розвитку науково-технічного прогресу дозволяє залучити до їх розв'язання електронні автоматизовані системи, які у поєднанні з глобальною навігаційною супутниковою системою позиціонування GPS дають можливість приймати оптимальні рішення щодо управління продукційними

процесами під час організації виробництва у рослинництві. Сучасні геоінформаційні системи крім інформаційної функції здійснюють кількісно-якісний аналіз стану рослин та управління процесом вегетації за допомогою механізмів оптимізації термінів виконання всього технологічного циклу та дотримання агротехнічних вимог з метою отримання запрограмованого урожаю з заданими якісними характеристиками [3].

Створення систем глобального супутникового позиціонування послугувало поштовхом до зародження так званого «координатного землеробства», основні принципи якого обумовлюються використанням високо технологічного обладнання для визначення місця знаходження та управління мобільними сільськогосподарськими агрегатами у просторі, оцінки різних параметрів рослин і ґрунту, вибіркового застосування засобів захисту рослин і добрив та диференційованого обробітку на різних ділянках поля. Є припущення, що координатне землеробство у поточному столітті стане основним напрямом виробництва продукції рослинництва у світі [3].

До останніх інноваційних розробок з використанням глобальної супутникової навігаційної системи GPS у царині захисту сільськогосподарських культур можна віднести систему раннього попередження щодо настання хвороб рослин. За допомогою спеціальної комп'ютерної програми, яка у режимі реального часу здійснює спектральний аналіз знімків посівів з супутників, можна заздалегідь (приблизно за два тижні) передбачити масове настання хвороби [3].

Проведені дослідження довели, що використання сучасних інноваційних високоточних технологій дає можливість зменшити витрати насіння у 1,5-2 рази, хімічних засобів захисту рослин – у 2 рази, мінеральних добрив – на 20-30 %, паливно-мастильних матеріалів – у 2-2,5 рази. У високо розвинених країнах Західної Європи при застосуванні високоточних технологій сільські товаровиробники досягають урожайності зернових 80 ц/га і більше, цукрових буряків – до 700, картоплі – понад 400 ц/га [1].

За сучасних світових тенденцій сільському господарству

України потрібна не просто нова техніка, а така матеріально-технічна база, яка дозволить значно підвищити продуктивність праці у галузі, покращити ефективність виробництва та конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках за рахунок зменшення питомих витрат пального на 26-40 %, праці – на 30-60, прямих експлуатаційних витрат – на 22-50, підвищення урожайності сільськогосподарських культур – на 30-40 %, збільшення валового виробництва зерна на 10-15 млн т, м'яса усіх видів – до 5,1 млн т і молока – до 20 млн т [3].

Досягати таких показників необхідно за рахунок впровадження зонально адаптованих ресурсозберігаючих екологічно безпечних інноваційних технологій виробництва продукції у рослинництві і тваринництві. Технічною базою таких технологій є засоби механізації нового покоління, техніко-технологічні характеристики яких зорієнтовані на досягнення більш високих показників виробництва сільськогосподарської продукції за мінімальних витрат живої та уречевленої праці на її одиницю.

Список використаних джерел:

1. Иновационная политика технического перевооружения растениеводства. *Экономика сельского хозяйства России*. 2004. № 6. С. 10-13.
2. Мазнев Г.С. Геоінформаційні технології в аграрному виробництві. *Економіка АПК*. 2011. № 4. С. 132-137.
3. Петров В.М. Технічне забезпечення інноваційних технологій у рослинництві. *Економіка АПК*. 2013. № 2. С. 100-105.

Т.В. Устік, к.е.н., доцент, докторант,
С.С. Мазіленко, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПОЛІТИКИ

За своїм економічним, екологічним та соціальним значеннями АПК є однією з основних комплексних підсистем економіки. Розвиток АПК України на сьогоднішній день, переважно пов'язують, з активною агропродовольчої політикою,

яка спрямована на модернізацію аграрної сфери, формування організаційних, соціально-економічних чинників, що сприяють підвищенню інноваційної активності в усіх сферах агропромислового комплексу.

Агропродовольча політика виходить далеко за рамки безпосередньо сільського господарства, оскільки включає загальні елементи економічної політики держави в сфері інвестиційної, цінової, фінансової політики, розвитку інфраструктури в сільській місцевості.

Деякі сучасні дослідники стверджують, що основними напрямками агропродовольчої політики та державного регулювання аграрної сфери є: формування продовольчого ринку; забезпечення населення необхідною кількістю продовольства [1].

Інші вчені в якості пріоритетних напрямків агропродовольчої політики виділяють: створення сучасного конкурентоспроможного виробництва АПК; ресурсне забезпечення комплексу; розвиток і вдосконалення системи агробізнесу.

Саме напрями та заходи реалізації агропродовольчої політики дозволяють визначити її специфіку та особливості аграрних відносин в сучасних умовах.

Серед найбільш актуальних напрямків агропродовольчої політики варто визначити:

забезпечення продовольчої безпеки, до якого можна віднести такі заходи:

- досягнення економічної і фізичної доступності продовольства для населення;

- розвиток сільського господарства і збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції;

- зниження залежності від імпорту продовольства за рахунок підтримки вітчизняних сільгоспвиробників;

- розвиток транспортної, торговельної, інформаційної інфраструктури;

збереження і розвиток ресурсного потенціалу АПК. Для даного напрямку можна запропонувати наступні заходи:

- впровадження ресурсозберігаючих і природоохоронних виробничих технологій в аграрному виробництві;

- забезпечення підготовки та перепідготовки кадрів для АПК;
 - використання фінансово-кредитних інструментів для підтримки сільськогосподарських виробників;
 - забезпечення збереження і відновлення земельних, лісових і водних ресурсів;
- модернізація і стимулювання впровадження інновацій в АПК передбачає:
- сприяння розвитку аграрної науки і поширенню передових технологій;
 - стимулювання наукових організацій за впровадження інноваційних розробок в АПК;
 - розробка цільових програм з впровадження інновацій;
 - розвиток агросервісних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Петриков А. Задачи развития в аграрном секторе / А. Петриков // Экономист. –2010. – № 3. – С. 3-5.

О.М. Помаз, к.е.н., доцент,

Ю.В. Помаз, к.і.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІТЧИЗНЯНИЙ АГРОПРОМИСЛОВИЙ СЕКТОР

Залучення іноземних інвестицій дає економіці будь-якої країни додаткові можливості, які полягають у додаткових надходженнях капіталу, використанні зарубіжного організаційного та управлінського досвіду, доступі до новітніх технологій, створенні додаткових та збереженні існуючих робочих місць, активізації підприємницької діяльності тощо.

Україна має значний потенціал щодо залучення іноземних інвестицій. Цьому сприяє її вигідне географічне положення, вихід до моря, наявність інфраструктури, великий внутрішній ринок, кваліфікована і водночас дешева робоча сила, значний науково-технічний потенціал, значна ресурсна база, передовсім земельні, лісові та водні ресурси, багаті надра та ґрунти,

сприятливі природно-кліматичні умови, що дають змогу здійснювати господарську діяльність практично у будь-якій галузі економіки, незайнятій ніші економіки, зокрема в агросекторі, відносна простота реєстрації та ведення бізнесу [1, с. 50; 3].

При цьому все більше аналітиків останнім часом звертають увагу на непривабливість інвестиційного клімату в Україні для іноземних інвесторів. Головними факторами, що відлякують іноземних інвесторів, зазначають, в основному, наступні:

- війна на Сході України, терористичні загрози;
- корупційні ризики;
- складна система оподаткування;
- нестабільний курс валют;
- відсутність належного захисту прав власності;
- зарегульованість і виключення можливості участі на ринку нерезидентів;
- відсутність цивілізованого ринку землі в Україні;
- незадовільний стан інфраструктури, особливо шляхів сполучення, відмінна від прийнятої в ЄС ширина залізничних колій.

Результати опитування, здійсненого Європейською бізнес-асоціацією, інвестиційною компанією Dragon Capital та Центром економічної стратегії, показали, що корупція та недовіра до судової системи відлякують іноземних інвесторів більше, ніж військовий конфлікт та фінансова нестабільність. Респонденти переконані, що негативний вплив на інвестиційний клімат від монополізації ринків та захоплення влади олігархами є вищим (6 балів), ніж від військового конфлікту з Росією, а також непередбачуваності валютного курсу та нестабільності фінансової системи країни (5 балів) [4].

Деякі аналітики також звертають увагу на такий негативний фактор, як походження так званих іноземних інвестицій, що надходять в Україну. Зокрема, дві третини усієї суми (520,2 млн дол.) надійшло із трьох «офшорних» зон — Кіпру, Великої Британії та Нідерландів. Традиційно українські компанії реєструються саме там. Кіпр, Нідерланди і Британські Віргінські Острови приваблюють підприємства вигідним оподаткуванням, що дає змогу оптимізувати витрати, виводити

дивіденди та захищати інвестиції. У такий спосіб офшори прискорюють світові фінансові процеси, і аналітики припускають, що значна частка інвестованих в Україну коштів має саме українське походження, натомість іноземні інвестиції з інших країн майже не заходять до нас через непривабливий інвестиційний клімат [2].

Таким чином, для покращення інвестиційного клімату України в цілому і агропромислового сектору зокрема, необхідно здійснити ряд рішучих системних заходів, до яких можна віднести:

- захист майна інвесторів завдяки налагодженню ефективної роботи судової та правоохоронної систем, плідної праці інших органів влади (в тому числі так зване антирейдерське законодавство);
- підвищення політичної та економічної стабільності в державі;
- удосконалення податкової системи;
- подолання корупції на вищих рівнях влади;
- вирішення питання щодо створення цивілізованого ринку землі в Україні;
- покращення інфраструктури, зокрема капітальний ремонт шляхів сполучення та ін.

Список використаних джерел:

1. Гайдуцький А. П. Мотиваційні чинники міжнародних інвестиційних процесів / А. П. Гайдуцький // Фінанси України. – 2004. – №12. – С. 50 – 57.
2. Ковалівська С. Українське економічне «диво» — рейтинги зростають, а обсяги інвестицій падають / Світлана Ковалівська // ZN,UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/macrolevel/ukrayinske-ekonomichne-divo-reytingi-zrostayut-a-obsyagi-investiciy-padayut-261332_.html
3. Мороз П. Що потрібно інвестору від України і навпаки / Павло Мороз // Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2016/11/11/610831/>
4. Чому інвестори не довіряють Україні (Інфографіка) // Конкурент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://konkurent.in.ua/news/ukrayina/18620/comu-investori-ne-doviryayut-ukrayini-infografika.html>

ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Зважаючи на загострення енергетичної кризи в Україні та те, що аграрне виробництво є великим споживачем енергоресурсів, останнім часом все більшого значення набуває в аграрних підприємствах складова частина контролю матеріальних ресурсів – енергетичний контроль. Останній об'єднує всі форми контрольної діяльності на підприємстві з метою забезпечення якісного аналізу та енергетичної оцінки функціонування енергосистеми.

Контроль – це одна з головних управлінських функцій. Контроль – це таке регулювання організаційної діяльності, коли деякі заплановані елементи виконання ставлять у визначені межі [2, с. 298]. Без цього регулювання організація не може з'ясувати, наскільки добре вона функціонує відповідно до своєї мети. У будь-який момент часу система контролю порівнює, де організація перебуває за фактичним рівнем виконання, і де вона повинна бути. Виділяють сфери контролю залежно від типів ресурсів, які використовують організації: контроль матеріальних, людських та інформаційних ресурсів і фінансовий контроль.

Енергетичний контроль включає: адміністративний контроль енерговитрат, технологічний контроль енерговитрат, енергетичну ревізію (енергетичний аудит). Адміністративний контроль енерговитрат передбачає перевірку технологічних процесів на підприємстві шляхом постійного спостереження за ними з метою фіксування поточного стану енерговитрат. Технологічний контроль енерговитрат включає операційний контроль, спеціальну прийомку енергозатратної продукції, управлінський контроль використання енергоресурсів [3, с. 136].

Енергетичний аудит – це технічне інспектування енергогенерування й енергоспоживання підприємства з метою визначення можливості економії енергії і надання допомоги

підприємству в здійсненні заходів, що забезпечують економію енергоресурсів на практиці. Головною метою енергетичного аудиту є обстеження організацій для виявлення ефективності енерговикористання, оцінка потенціалу енергозбереження та розробка найбільш ефективних способів його реалізації [1, с. 7].

Енергоаудит виник на стику таких галузей науки, як енергетика, менеджмент, технологія виробництва. До деякої міри сюди повинна бути віднесена й екологія, особливо для тих виробництв, у яких ця складова (екологіобезпечність) має велику вагу в собівартості готової продукції, або значно впливає на її якість, що ми спостерігаємо у відношенні до сільськогосподарської продукції. Якщо енергетичну ревізію здійснює відповідна служба підприємства, то енергетичний аудит проводять незалежні особи (енергоаудитори) чи фірми, уповноважені на це суб'єктами господарювання.

Сільське господарство як об'єкт управління характеризується особливою складністю: невизначеністю умов функціонування, недостатньою оперативністю отримання і обробки інформації, що зумовлює неоптимальність рішень, що приймаються, і, як наслідок, нераціональне енергоспоживання. Це в свою чергу впливає на тривалість та вартість проведення енергоаудиту.

Серед переліку підприємств, де проводиться енергетичний аудит, сільськогосподарські відсутні. Така ситуація зумовлена наступними факторами: відсутність методики проведення енергоаудиту в аграрних підприємствах; аграрна сфера матеріального виробництва має ряд специфічних особливостей енергоспоживання, що ускладнюють проведення енергоаудиту (значна розосередженість виробництва як в часі, так і в просторі, використання живих організмів та переважно мобільних енергетичних засобів). частина аграрних підприємств не мають змоги оплатити послуги незалежних енергоаудиторів;

Енергетичний аудит в сільськогосподарських підприємствах спрямований на пошук можливостей енергозбереження і допомогу суб'єктам господарювання у визначенні напрямків ефективного енерговикористання та призначений для вирішення наступних завдань (рис. 1)ю

Отже, організація ефективної системи контролю за використанням енергетичних ресурсів в аграрних підприємствах

дозволяє вчасно визначити можливі напрямки втрат енергетичних ресурсів, та розробити ефективні заходи по їх усуненню.



Рис. 1 Завдання енергетичного аудиту машинно-тракторного парку сільськогосподарських підприємств

Джерело: власна розробка з урахуванням [1]

Важливого значення в даний час набуває застосування енергетичного аудиту в аграрних підприємствах як ефективного засобу зовнішнього контролю за використанням енергетичних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Енергозбереження: Енергетичний аудит. Загальні вимоги (ANSI/IEEE 739:1995, NEQ) / В. Мамалига (розроб.). – Чинний від 2002.07.01 – К.: Держстандарт України, 2002. – 38 с.– (Бібліотека офіційних видань).
2. Завадський Й.С. Менеджмент: Management: підруч. [для студ. вищ. економ. навч. закл.] [у 3-х томах] / Й.С. Завадський. – [Т.1.] – К.: УФІМіБ, 2002. – 542 с.
3. Перебийніс В.І. Енергетичний менеджмент: [навч. посіб.] / В.І. Перебийніс – Полтава: ІнтерГрафіка, 2004 – 232 с.

Д.Г. Черевко, к.е.н., доцент
Львівський національний аграрний університет

**ЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА
ЗБЕРІГАННЯ ЯГІДНИХ КУЛЬТУР**

Ягідництво сьогодні є досить перспективним бізнесом, оскільки він розвивається головним чином завдяки збільшенню світового споживання ягід.

В Україні 90% ягід виробляють дрібні домогосподарства, тому часто одержувана сировина є дуже низької якості, з якої

складно сформувати відповідну товарну партію

Прикладом такого спеціалізованого господарства є ТзОВ «Агро Фрукта Бишків» Жовківського району Львівської області, яке було створене з ініціативи української-швейцарської компанії «Галфрост» як таке, що повинно забезпечувати цю компанію в даному регіоні високоякісною сировиною для виробництва заморожених ягід, які користуються високим попитом за кордоном. Особливості ведення ягідного бізнесу пов'язані із тим, що це є сфера, де інвестиції окупуються відносно швидко, що приваблює сюди потенційних інвесторів. Найбільш важливими чинниками того, що ягідництво є інвестиційно привабливою галуззю, є наступні: відносно невисокі витрати для сфери промислового виробництва – 100-200 тис. дол. США, залежно від виду ягоди; швидка окупність вкладень у бізнес – 2-5 років. Наразі виробництво ягід з її подальшою переробкою на кінцевий продукт переважно у формі заморожених ягід має переважно експортоорієнтований характер внаслідок того, що такого виду переробних підприємств в Україні є мало і їх потрібно розвивати більше цікаво, що до країн ЄС найбільше заморожених ягід постачають такі країни як Польща, Італія, Німеччина. Литва і Австрія, але Польща реалізує на європейський ринок саме українську заморожену ягоду.

Частка України у виробництві ягідної продукції у світі знаходиться на позначці біля 1%. В т.ч. у виробництві полуниці – лише 0,6% світового обсягу цих ягід, малини і ожини – 2,2%, лохини – лише 0,1% та смородини – всього 4,6%. на сьогодні ягідні культури в Україні займають 23 тис. га, а щоб забезпечити потреби внутрішнього ринку потрібно загалом біля 300 тис. га. Найбільше затребуваними на сьогодні культурами ягід є чорна смородина, яка у світі сьогодні займає 40-50% всіх площ під ягодами. А садова полуниця у світі займає біля 24% площ всіх ягідних плантацій. Малина і ожина разом вирощуються на 12% всіх площ під ягідними культурами. У 2007 році українсько-швейцарська компанія «Галфрост» відносно швидко збудувала великий холодильний склад і розпочала процеси заморожування і сублімацію ягід. Свою таким чином заморожену продукцію (переважно полуницю та

малину) компанія ефективно продає як в Україні, так і теж - за кордоном. А от до сублімованої ягоди наш вітчизняний ринок ще практично не готовий, запевняють тут таки, бо вони зазвичай у практично декілька разів дорожча за зовсім свіжі. Головна культура господарства – полуниця, яка тут культивується вже досить давно, а тепер вона ще й вирощується за останніми передовими європейськими технологіями. Річний врожай тут - понад 650 тонн цих смачних і соковитих ягід, з яких 200 тонн відправляється на свіжий ринок у торгівельну мережу окремих супермаркетів України. За досліджуваний період рівень ефективності виробництва продукції вирощування ягідних культур у ТзОВ «Агро Фрукта Бишків» має слабко виражену тенденцію до зростання, якщо говорити виключно про економічні параметр цієї ефективності. Рівень товарності головної ягідної культури в даному господарстві – суниці і полуниці – поступово знижується – знижується частка продукції вирощування цієї культури, яка продається на зовні підприємства, а збільшується частка продукції, що залишається у самому господарстві безпосередньо. Обов'язковим нюансом у вирішенні проблеми оптимізації спеціалізації виробництва у досліджуваному господарстві є необхідність уникання надто широкої диверсифікації асортименту вирощуваних культур і намагання сконцентрувати свої зусилля на двох-трьох основних культурах.

Відносини із фірмою Галфрост, яка була ініціатором створення ТзОВ «Агро Фрукта Бишків» в ідеальному варіанті було б доцільно перевести із стану торгово-економічних у стан кооперативних, тобто вирішити цю проблему можна було б шляхом трансформації відповідних договорів і викупу частини власності і майна фірми Галфрост досліджуваним господарством з тим, щоб спільно здійснювати ягідний бізнес на основі справедливого розподілу кінцевого прибутку, як це передбачається основами кооперації, адже відомо, що переробник сільськогосподарської продукції як сировини завжди має більший прибуток, ніж той, хто цю сировину виробляє.

Досліджуваному підприємству потрібно більше слідкувати за змінами у процесах диверсифікації попиту на різні ягідні

культури – на сьогодні у світі попит на ягідні культури поступово зміщується в сторону органічних та так званих нішевих ягід – жимолость, агрус, чорниця, високоросла чорниця - лохина тощо, хоча за обсягами виробництва у світі на першому місці знаходиться чорна смородина.

Досвід Львівщини підтверджує: в кожного переробного заводу повинна бути своя сировинна база. У галузі ягідництва потужні переробні заводи, які займаються переробкою сировини, закупаючи її в населення, мають реально зрозуміти, що такий шлях є шляхом практично у нікуди, бо за такої моделі функціонування галузі не можна планувати хоча б якусь стратегію й укласти солідні довготермінові угоди. І надалі розвивати відносини між переробним заводом та його сировинною базою найдоцільніше є на основі активного розвитку кооперативних засад.

Список використаних джерел:

1. *Агро Фрутіка Бишків*. 2018. <https://www.ua-region.com.ua/33476964>.
2. Галатович Є. 2008. *Ягідництво: проблеми і перспективи*. Пропозиція. <https://propozitsiya.com/ua/yagidnictvo-problemi-ta-perspektivi>.
3. Петренко І. 2018. *Агробізнес Сьогодні.*, №11(378), с.28-29.
4. *Щедрий врожай полуниці*.2014. <http://gazeta.lviv.ua/2014/07/14/schedrij-vrozhaj-polunici/>.
5. Кернасюк Ю. 2018. *Ягідні тенденції і перспективи*. Агробізнес Сьогодні. №11 (378), с.16-17.

Т.С. Шабатура, к.е.н., доцент
Одеський державний аграрний університет

ДРАЙВЕРИ ФОРМУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Зміна традиційного підходу до економічного розвитку підприємств, що зумовлена об'єктивними ринковими процесами актуалізує питання визначення нематеріальних драйверів створення ринкової вартості потенціалу агропродовольчих підприємств.

Грунтуючись на наукових дискусіях про розвиток концепцій фірми [1-3], обґрунтованим, на наш погляд, є науковий підхід щодо формування системного контуру означення драйверів формування нематеріальних цінностей, що забезпечують

нарощення ринкової вартості потенціалу агропродовольчих підприємств.

Перший елемент системного контуру – інтелектуальні драйвери, що акумулюють в собі як накопичені знання, так і можливості їх трансформації і створення нових знань і передбачає, в першу чергу, наявність трансформаційних компетенцій персоналу. З'єднання соціальних взаємодій, формалізованих і неформалізованих знань створює основу для динамічних і трансформаційних здібностей як особливих компетенцій, що дозволяють здійснювати їх реконфігурацію для реалізації економічного потенціалу агропродовольчих підприємств у відповідності до динамічного ринкового середовища.

Для аналізу інтелектуальних драйверів формування нематеріальних активів агропродовольчих підприємств доцільно систематизувати їх за двома ієрархічними підсистемами: інтелектуальні драйвери підсистеми першого рівня – людські, клієнтські та організаційні здібності; інтелектуальні драйвери підсистеми другого рівня, що розкривають зміст зазначених здібностей. Такий підхід дозволяє досліджувати вплив інтелектуальних драйверів на формування нематеріальних активів підприємства, що у підсумку забезпечують зростання ринкової вартості його потенціалу навіть за умови відсутності їх оцінки. Зростання ролі інтелектуальних драйверів формування нематеріальних активів розглядається як каталізатор зміни уявлень про саме підприємство. Відбуваються істотні зрушення в розумінні механізмів створення ринкової вартості потенціалу підприємства, пов'язаних зі зміщенням зусиль від присвоєння ресурсу до процесу створення продукту до створення самого ресурсу у вигляді особливих здібностей, процесів і управлінських важелів в процесі розвитку агропродовольчого виробництва.

Другий елемент системного контуру нематеріальних активів підприємства – соціальні драйвери, що окреслюють сукупність норм, цінностей, умінь досягти домовленості і здібностей до самоорганізації і співпраці. Роль соціальних драйверів формування нематеріальних активів підприємства в контексті реалізації економічного потенціалу агропродовольчих

підприємств розглядається в науковій літературі як наявності у неї активів якості відносин (relational assets), що складають перший елемент соціальних драйверів [1]. До них відносять внутрішньо фірмові і зовнішні відносини між агропродовольчим підприємством та персоналом, всередині різних груп персоналу, відносини підприємства із зацікавленими сторонами бізнес-процесу. Другий елемент соціальних драйверів – когнітивні якості – здатності усвідомлення функціональних цілей, лояльності громадської думки, ступінь єдності активів і уявлень і т.і.

Синергійна залежність зазначених драйверів нематеріальних активів може створювати ефект внутрішнього і зовнішнього важеля. Дія внутрішнього важеля засноване на індивідуальних ініціативах членів колективу і передбачає створення сприятливого клімату для їх реалізації. Дія зовнішнього важеля залучає зовнішні зв'язки бізнесу, взаємне співробітництво, зустрічні ініціативні дії. Здатність гнучко використовувати внутрішній і зовнішній важелі формує самостійну економічну характеристику, яка допомагає звертати соціальні проблеми в економічний дохід суб'єктів агропродовольчої сфери за допомогою реалізації інноваційного інструменту, яким сьогодні є соціальних інвестицій.

Таким чином, коренева характеристика нематеріальних активів в агропродовольчих підприємства розкривається як формування архітектури зв'язків, які перетинають внутрішні і міжгалузеві рівні. Використання даних важелів спроможне створювати ринкову вартість потенціалу підприємства за наступними векторами: через відносини довіри і спільність активів прямо впливати на зниження транзакційних витрат у відносинах з клієнтурою, партнерами, персоналом; вести до підвищення якості персоналу, зростання корпоративної культури і тому сприяти прискоренню бізнес-процесів і зростання їх ефективності. Дані ефекти ведуть до нарощення ринкової вартості потенціалу підприємства в контексті збільшення його інвестиційної привабливості в наслідок залучення додаткових фінансових потоків і створення нових альтернативних джерел фінансування, що сприяє зменшенню ризик-невизначеностей економічного розвитку. Важливо, що

такі взаємодії формуються в самому процесі створення продукту і не можуть бути повністю враховані, вони носять прихований, латентний характер.

Системний контур соціально-відповідального драйверу, як інтелектуального і соціального капіталу, охоплює комбінації специфічних ресурсних потоків, що створюють унікальні і невідтворювані ефекти в самому процесі виробництва агропродовольчої продукції та її просування на ринку, що формує конкурентні переваги суб'єктів агропродовольчої сфери, які ми б класифікували як соціально-відповідальну конкурентоспроможність.

Таким чином, в умовах переходу до інноваційної моделі розвитку агропродовольчих підприємств процес створення ринкової вартості потенціалу підприємств не можливий без урахування драйверів формування нематеріальних активів підприємства.

Список використаних джерел:

1. Gryshova, I., Shestakovska, T. (2018). FinTech business and prospects of its development in the context of legalizing the cryptocurrency in Ukraine. *Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*, (5), 77-89. Retrieved from <https://instzak.com/index.php/journal/article/view/1625>
2. Хоу Тецзянь, Гришова І. Конкурентні війни бізнесу в умовах стрімкого розвитку цифрової економіки та фінансового інжинірингу. Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 120-122.
3. Гришова І, Шестаковська Т, Янь Хуаньхуань Роль фінтех бізнесу у розвитку цифрової економіки України. Цифрова економіка: тренди та перспективи : матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції [Тернопіль, 25 жовтня 2018 р.]. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2018. С. 61-64.

Я.А. Аксюк, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Апробація технології з заданими параметрами якості зерна в концепції активного маркетингу зернопереробного підприємства полягає в тому, щоб проілюструвати основний принцип ухвалення рішень, пов'язаний з виробленням

маркетингової політики зернопереробного підприємства по відношенню до зерновиробників-постачальників сировинного зерна на основі стимулювання оптимальної агротехнологічної політики сільськогосподарських підприємств. Результат апробації дозволяє порівняти звичайний метод оптимізації агровиробництва, який орієнтований на поточну індивідуальну вигоду, тобто максимізацію прибутку агропідприємства в даному річному циклі, з ефектом планування ефективності виробничо-збутового ланцюга «виробництво-переробка зерна» на тривалу перспективу.

Початковим етапом є моделювання впливу результатів діяльності сільськогосподарських підприємств-постачальників зерна на ефективність виробничого механізму зернопереробного підприємств.

Вихідною умовою діяльності зернопереробки є отримання зерна відповідної кількості та якості для оптимального завантаження устаткування та отримання планованого обсягу продукції, що забезпечує прибутковість зернопереробної діяльності. Тобто пусковим імпульсом виробничого механізму зернопереробного підприємства є отримання необхідного обсягу зерна відповідної якості, яку можна представити за якісною шкалою (незадовільна, задовільна, добра, вища та інше) або у вигляді нумерованих ступенів, наприклад 1...4, що наповнюються змістом через параметри та атрибути якості. Ці параметри та атрибути обов'язково мають впливати на ефективність технології переробки зерна. Використання числової шкали більш раціонально через можливість створення умов контролювання зміни якості при різних варіантах дій, що буде відображено при моделюванні управлінського імпульсу.

Таким чином, контрольованими параметрами сировини для зернопереробки в моделі є кількість зерна, яка відбирається валовим обсягом, та якість зерна, що відображається у вигляді числової шкали з ступінчато змінюваними параметрами. Тобто відповідні агротехнічні дії виробництва зерна можуть як підвищити якість зерна, наприклад, система добрив або захисту, або зменшити її від поточного рівня, наприклад невдала зміна посівного матеріалу. Такий підхід актуальний для будь-якого виду зерна.

Наступною дією моделювання впливу результатів діяльності сільськогосподарських підприємств-постачальників зерна на ефективність виробничого механізму зернопереробного підприємства є математичний опис самої технології переробки зерна. Для моделювання було досліджено 3 види зерна, виробництво і переробка яких є типовим як для регіону Полтавської області, так і сільськогосподарського виробництва України загалом: зерно пшениці з переробкою на борошно, зерно кукурудзи з переробкою на кукурудзяний крохмаль, зерно ячменю з переробкою на перлові і ячні крупи.

Вихідною передумовою є наявність неоднорідної структури. Міцність структури зернини навіть у межах ендосперму дає змогу при правильно поставленому процесі подрібнення і сортування частинок виробляти борошно з різних частин ендосперму (внутрішньої і периферійної), яке відрізняється за своїм хімічним складом, властивостями і поживністю у зв'язку з нерівномірним розподілом речовин у зернині. Тому у практиці застосовують кілька видів помелу і отримують різні виходи і сорти борошна.

Крім борошна, у процесі помелу утворюються побічні продукти – відходи різної цінності, які містять певну кількість зерна і насіння бур'янів, борошняний пил, висівки тощо. Слід зазначити, що розрахунок виходів ведеться на основі норм якості зерна, передбачених помольними базисними кондиціями. Тому на початковому етапі повинно враховуватися також механічний стан і засміченість зерна, через зменшення кількості корисної маси при підготовці зерна до переробки.

Засміченість – це кількість домішок у зерні, визначається у відсотках до його маси. Домішки знижують цінність зерна та можливість його зберігання. Домішки поділяють на смітні і зернові, для олійних культур – олійні. Види і вміст зазначених домішок нормуються стандартами по кожній культурі. До смітних домішок відносять мінеральну (земля, пісок, галька тощо) й органічну (рослинного і тваринного походження). До органічних смітних домішок тваринного походження включають неживих комах і їх екскременти.

Вміст зернових домішок у зерні обмежується 2–3 %. У партіях зерна 85 % і більше повинно займати основне зерно,

інакше його називають зерноsumішшю. До основного зерна відносять:

- а) нормальні за зовнішнім виглядом зерна основної культури;
- б) ушкоджені і поїдені зерна, за характером пошкоджень не віднесені до смітної і зернової домішок (для жита – биті і поїдені, 50 % від загальної кількості);
- в) дрібне зерно;
- г) зерно інших культурних рослин за цінністю, не нижчою від цінності зерна основної культури, його можна використати на ті ж потреби, що й зерно основної культури (наприклад, у партії жита зерно пшениці).

Таким чином, основою для моделювання технологічного процесу переробки є використання показнику виходу готової продукції в залежності від якісного стану сировинного зерна. Засміченість також повинна бути врахована при формуванні партій закупівлі сировинного зерна, особливо в умовах, коли більшість фермерів не мають достатніх потужностей з очищення та переробки зерна.

Список використаних джерел:

1. Danylenko A. Satyr L., Shust O. Price parity in the agricultural sector as a guarantee of the national food security. *Economic Annals-XXI*. 2017. №164(3-4). P. 61-64.
2. Natorina A. Congruent marketing product strategies of the enterprises. *Economic Annals-XXI*. 2017. №163(1-2(1)). P. 75-78.

Є.Л. Большакова, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ, РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ

Незамінним джерелом цілої низки амінокислот, білків і мікроелементів є м'ясо та м'ясопродукти. Саме тому у харчуванні людини вони відіграють першочергову роль. Однак з року в рік показники виробництва м'яса великої рогатої худоби в Україні скорочуються. За офіційними даними, останні 20 років воно залишається збитковим, хоча в інших країнах є стабільно процвітаючою галуззю. При цьому вітчизняна

м'ясопереробна галузь має перспективи для подальшого розвитку, успішна реалізація яких можлива лише за умови реформування аграрного сектору. Лише у цьому разі з'явиться реальна можливість розширення виробництва, появи додаткових робочих місць, отримання нових можливостей для сталого розвитку та перспектив для виходу на міжнародний ринок.

Вивченням актуальних питань реформування ринку м'яса, технології виробництва та чисельності великої рогатої худоби та птиці займається когорта вітчизняних авторів (як теоретиків, так і практиків). Однак у зв'язку з одновекторністю деяких досліджень актуалізується проблема появи комплексних наукових розвідок.

Варто зазначити, що нині Україна має всі передумови для подальшого розвитку м'ясної промисловості. І хоча дослідження продемонструють відчутні тенденції до зниження виробництва м'яса та м'ясопродуктів, це обумовлено здебільшого економічною та політичною кризою. Це значить, що Україна в перспективі зможе самостійно забезпечити населення якісною продукцією, з якою конкуруватиме на світовому продовольчому ринку. Констатуємо невідповідність між реаліями сьогодення та існуючим споживчим кошиком, що обумовлено сучасними тенденціями в сфері харчування. У зв'язку з цим для покращення структури споживчого кошика пропонуємо додати до нього питну воду.

Аналіз функціонування та розвитку вітчизняного ринку м'яса та м'ясопродуктів проводився шляхом дослідження наступних складових:

1) сировинної бази, структури вирощування ВРХ як профільними підприємствами, так і приватними господарствами;

2) динаміки виробництва м'яса та м'ясопродуктів, їх експорту та імпорту;

3) середніх цін виробників основних видів м'яса та м'ясопродуктів;

4) споживчого попиту на м'ясо і м'ясопродукти;

5) ємкості внутрішнього ринку;

6) балансу попиту та пропозиції.

Вивчення міжгалузевих зв'язків партнерів з виробництва та

переробки продуктів харчування показало, що в сучасних умовах результативність роботи промпідприємств та їхня економічна стабільність обумовлені характером взаємовідносин з виробниками м'яса, сировинною забезпеченістю, яка, до речі, залишається нагальним питанням, яке потребує негайного вирішення.

Останнім часом зменшується поголів'я великої рогатої худоби, зокрема корів. При цьому частка виробництва свинини збільшується. Така картина впливає і на обсяги виробництва, і на споживання м'ясних продуктів, яке за аналізований період зменшилося вдвічі. Відносно стабільну ситуацію на вітчизняному продовольчому ринку забезпечує виробництво м'яса птиці. Воно частково стабілізує ринкову кон'юнктуру, дохідність товаровиробників, зміцнює виробничі потужності, сприяє пристосуванню до чергових світових викликів, забезпечує конкурентоспроможність українських товаровиробників на внутрішньому та світовому ринках.

Об'єм споживання м'яса населенням забезпечено на рівні 885 тис. тонн з місячного розрахунку 4,1 кг на особу. Порівняно з 2017 роком обсяги виробництва ковбасних виробів в 2018 році зменшились на 1,1%. У той же час на 19 % збільшився експорт м'ясної продукції. Найбільше екпортується м'яса птиці. За аналізованих період цей експорт збільшився на 20%, а яловичини – на 23%. Зменшився й імпорт м'ясної продукції у 2017 році – на 37%. В результаті ведення військових дій на Донбасі, загострення економічної та політичної кризи ціни на продукцію м'ясної галузі в середньому зросли на 23% (найбільше на сало (39%) а найменше – на варену ковбасу (15%). Бажана місткість ринку, яка б могла задовольнити потреби українців у раціональній нормі споживання м'ясопродуктів, складає 3,432 млрд тонн, однак фактичний рівень споживання досягає лише 2,295 млрд тонн, що складає 66,9 % від раціонального показника.

Отже, проаналізувавши основні показники функціонування сектору м'ясного виробництва, нами були виділені пріоритетні напрямки його розвитку. Вважаємо за потрібне зосередити основну увагу на виробництві свинини та яловичини, доля яких порівняно з м'ясом птиці значно скоротилася, хоча в

загальносвітовому контексті спостерігається зворотній процес. Припускаємо, що для збалансування ситуації, що склалася, необхідно розробити та реалізувати комплекс організаційно-економічних заходів. Виробники зможуть розвиватися лише за умов, якщо буде компетентно досліджено ринок на предмет його структури, попиту та перспектив. То ж вітчизняне виробництво м'яса має всі шанси стати прибутковим видом агробізнесу.

О.М. Овчарук, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ІНСТРУМЕНТИ РІШЕННЯ ЗАВДАНЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬНОЇ СФЕРИ

Агропродовольча сфера України – одна з найбільш інвестиційно привабливих. Однак, є багато зовнішніх факторів, прояв яких дуже суттєво впливає на загальний економічний стан підприємств сфери, і, відповідно, є об'єктом їх антикризового управління. Зокрема можна сконцентрувати увагу на: суттєву волатильність попиту (що суттєво корелює з добробутом населення), а відповідно – волатильність цін на кінцеву продукцію; переробний сегмент має більш стабільну прибутковість, ніж постачальники сировини; посилення ролі вертикально інтегрованих бізнесів; російське продовольче ембарго; імпорт готових харчових продуктів перевищує їх експорт; збільшення обсягів експорту якісної та імпорту неякісної сировини тощо. Проте, слід визнати, що на сьогоднішній день в наукових і практичних колах відсутня методична база, що дозволила би зробити теоретичні узагальнення про забезпечення інноваційної безпеки в контексті антикризового управління підприємствами агропродовольчої сфери.

Антикризовий розвиток даних підприємств обумовлює застосування інноваційної інфраструктури задля забезпечення ефективного трансферу конкурентоздатних технологій. Тому

актуальним є проведення досліджень щодо створення технологічної платформи як інструмента інноваційної комунікації в межах системи антикризового управління [1, 2].

Передумови вибору технологічної платформи як інструменту рішення завдань антикризового управління наступні: необхідність представлення різних груп інтересів, забезпечення змістовного та показного обговорення перспектив технологічної модернізації і форм партнерства підприємств агропродовольчої сфери, науки, держави; багаточисельність потенційних учасників технологічної платформи та непрямих бенефіціарів від реалізації технологічної платформи; слабка структурованість інтересів бізнесу в розробці і впровадженні нових технологій, в підготовці кадрів; необхідність узгодження інтересів і визначення вимог до найважливіших базових технологій; скорочення термінів визначення практичних пріоритетів в проведенні досліджень і розробок, напрямів технологічної модернізації і консолідації ресурсів істотної частини бізнесу на реалізацію таких пріоритетів для забезпечення (збереження) лідерства; необхідність вдосконалення галузевого регулювання, також регулювання окремих ринків продукції агропродовольчої сфери для підвищення інноваційної активності підприємств, поширення передових технологій, залучення стратегічних інвестицій; необхідність істотної спеціалізації та «налаштування» існуючих механізмів фінансової підтримки дослідницьких, інноваційних, інвестиційних проектів (у тому числі у рамках діяльності інститутів розвитку); недостатній вплив бізнесу на визначення тематики підтримуваних державою досліджень і розробок, на навчальні програми (у тому числі відсутність орієнтації на окремі необхідні в перспективі компетенції у рамках існуючих учбових програм); потенційне мультисекторальне (багатогалузеве) застосування технологій, розробка яких передбачається у межах технологічної платформи; необхідність взаємодії підприємств агропродовольчої сфери для визначення технологічних стандартів, завдань і профілів; недостатньо розвинені механізми прямої взаємодії підприємств агропродовольчої сфери із науково-освітніми організаціями, фрагментарне, несистемне уявлення про інтереси і можливості сторін; можливості

вибудовування нових ланцюжків формування доданої вартості, нових стійких науково-виробничих партнерств; неясність існуючих наукових знань і та ринкового досвіду в українському науково-технологічному секторі, наявність відомчих бар'єрів між науковими організаціями, перспектив розвитку кооперації між науково-технологічними організаціями для реалізації антикризових проектів.

На сьогодні підприємства агропродовольчої сфери проводять пошук закордонного споживача та виступають постачальниками продукції (послуг) для міжнародних організацій, держави та іншим підприємствам також самостійно. Ця проблема ефективно вирішується у рамках створення інноваційної інфраструктури (технологічної платформи, наукового парку) як комунікаційного інструмента добровільного об'єднання установ, організацій і підприємств агропродовольчої сфери.

Список використаних джерел:

1. Шилова О. Ю. Розроблення антикризової програми підприємства в умовах інноваційного шляху розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. №4. 2013. С. 173-180.

2. Danylenko A., Satyr L., Shust O. Price parity in the agricultural sector as a guarantee of the national food security. *Economic Annals-XXI*. 2017. №164(3-4). P. 61-64.

Dong Yue, master student
Sumy National Agrarian University

**STUDY ON IMPROVING THE MARKET
COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Nowadays with the continuous development of agricultural industrialization, it is very important to improve the core competitiveness of agricultural enterprises so as to preempt the market and increase farmers' income.

The main purpose of this paper is to analyze the factors that affect the core competitiveness of enterprises, and combined with the unique characteristics of agricultural industrialization, finds out the problems in the existing agricultural enterprises, improves their core competitiveness, and maintains the core competitiveness of

agricultural enterprises; prevent the loss of core advantages.

With the development of the world, the intensification of competition, the shortening of product life cycle and the strengthening of global economic integration, the success of enterprises can no longer be attributed to short-term or accidental product development or smart market strategies. It is the external performance of the core competence of the enterprise.

By definition, competitiveness is a unique skill or technology that enables a company to bring special benefits to its customers. This ability can realize the value valued by customers, reduce the cost significantly, improve the quality of products, improve the efficiency of service, increase the utility of customers, and thus bring competitive advantage to enterprises.

There are main problems faced by Agricultural Enterprises at present:

1. Transfer of surplus agricultural labor force. Agricultural enterprises and the transfer of agricultural surplus labor force is an interactive process, but also a process of mutual restriction. To some extent, the speed of agricultural enterprise development is restricted by the transfer speed of agricultural surplus labor force.

2. Sources of senior management personnel in agricultural enterprises. Human capital is one of the most important factors in the development of modern economy. At present, in most agricultural enterprises, senior managers, including entrepreneurs, do not have a high degree and quality. It is difficult for such enterprises to obtain and retain highly educated and high-quality talents because of the most basic agriculture in the whole society, the poorest rural areas, the lowest incomes of farmers, and the fact that the graduates of agricultural colleges and universities are far from the countryside and agriculture.

3. Sources of funding for agribusiness. Almost all enterprises will face the problem of shortage of funds, agricultural enterprises are no exception. Although a number of financial institutions have been established to serve the rural sector, in order to avoid financial risks and protect their own interests, most of the loans are used only for agricultural infrastructure construction and the purchase of major agricultural products from grain, cotton and oil.

4. Agricultural market. The overall development level of

agricultural products market is not high, mainly in the agricultural products market system, especially the market access system construction lag, cannot ensure the quality of agricultural products involved in trade, quality and safety events repeatedly prohibited.

The competitiveness of agribusiness has extensibility, can be applied to a number of different tasks at the same time, so that enterprises can meet the needs of customers in a wide range. It can be expressed not only in technology, but also in production and management, marketing and finance.

1. Actively promote the establishment and development of agricultural enterprise organizations with farmers as the main body.

2. Promote the transfer of agricultural surplus labor to non-agricultural industries.

3. Cultivating management talents of agricultural enterprises.

4. Guide agricultural enterprises to provide agricultural products that meet the needs of consumers.

First of all, the government should regulate all kinds of intermediary organizations, market managers (enterprises) and market transactions, and provide institutional services for fair competition in the market.

Thus, agricultural enterprise is to apply modern enterprise system and mode of production to agricultural field, so that agricultural production can adapt to the demand of large market. Finally, promote the large-scale, specialization and socialized management of agriculture, and promote the development of modern agriculture. Under the condition of market economy, agricultural enterprise management is considered to be the best form of agricultural management, which can adapt to the requirements of modern agricultural marketization, industrialization and modernization. It is one of the most effective institutional arrangements to eliminate and overcome the limitations of family management.

Reference:

1. Li Jiange. Survey on China's new rural construction. [M]. Shanghai far east press. 2007.

2. Huang Jigang, Bernard H. Sonntag, Scott Rozelle, John H Skerritt. Agriculture and rural development in China in the 21st century. [M] China agriculture press. 2006

3. Hu Angang, Wu Qungang. Agricultural commercialization: an important approach to China's modernization. [J] Agricultural economy. 2001(1).

You Hanwei, master student
Sumy national agrarian university

MARKETING STRATEGIES OF SNACK FOOD INDUSTRY COMPANIES

Since the beginning of the 21st century, with the tide of world integration and economic globalization, people's work and life rhythm has gradually accelerated, and the traditional habit of eating dinner has gradually decreased, which has made snack food gradually become an international trend. . In this context, the snack food market is growing rapidly. When we walk into the supermarket, we will see a variety of snack foods such as potato chips, preserved fruits, fish fillets and dried meat. The packaging is novel and fashionable, and the purchase of consumers is endless. Snack food has become the new favorite of today's consumption. In 2017, the capacity of China's snack food market has reached 60 billion yuan. Although the market is growing rapidly, the average consumption per person in China is only 45.3 grams, far lower than the consumption level of 3.4 kilograms per capital in developed countries. The concept of snack food for Chinese consumers is still at the beginning of development, without leading brands, and has not yet formed a market structure of monopolistic competition. There are a large number of enterprises, various types of snack foods have been "price wars", and the promotion methods are varied. China has a large population base, rich consumption levels, and increasingly modernized social needs. Snack foods are brewing many new market opportunities and have huge consumption potential. The threat posed by consumers' misunderstanding of the common quality problems of snack foods.

The marketing strategy refers to the strategy of selecting and occupying the target market determined by the enterprise according to its internal conditions and external competition conditions. It is an important part of the development of a strategic marketing plan for the enterprise, and its essence is the overall design of the company's marketing activities.

The company's marketing strategy is designed to give full play to the advantages of the company, enhance its competitiveness, better adapt to changes in the marketing environment, and obtain the

greatest economic results with less marketing investment.

An important factor for enterprises to be invincible in the current increasingly fierce market competition is to make scientific choices about their marketing strategies. Marketing strategies are generally divided into three types: no difference marketing; differential marketing; centralized marketing. Enterprises should use the above three marketing strategies to select the best, and use them just right, so that they receive the expected results, usually should consider the following factors:

(1) The resource capacity of the enterprise. When the enterprise resource capacity is limited and cannot occupy a relatively large market, the only practical option is to adopt a centralized marketing strategy, that is, to specialize in the production of a certain specific consumer group, and concentrate the power on one or a few target markets. To gain a large market share in small markets.

(2) The homogeneity of the product. That is, the degree to which the purchaser feels similar to the product features. If the company puts on the market with homogeneous or similar products, such as gasoline and salt, then adopt a non-differential marketing strategy to meet the needs of the most people in the market through mass production orders and mass marketing, and win profits. .

(3) The homogeneity of the market. That is, the consumer's needs preferences, consumption habits, purchasing behaviors, and similarities in various market segments. If the market homogeneity is high, the quantity purchased in each market is the same or similar, and the response to marketing incentives is roughly the same, it is best to adopt a non-differential marketing strategy.

(4) The marketing strategy of competitors. When competitors use differential marketing, the company still loses its strategy with no difference. If competitors adopt a non-differential marketing strategy, if some other factors are beneficial to them, they can use differentiated marketing strategies to compete with them.

In short, when selecting a target marketing strategy, an enterprise must make overall considerations based on subjective and objective conditions, fully consider the trade-offs and advantages, and make wise choices.

Since snack foods are fast-moving consumer goods, then to increase the sales of products, promotional activities cannot stop for

one day.

According to the scale of promotion, the terminal promotion can be divided into the unified promotion activities of the national market and the respective promotion activities of each regional market; according to the promotion time, it can be divided into holiday promotion and daily promotion; according to the different promotion objects, it can be divided into children and children. Promotions and promotions for young women and more.

Terminal promotion activities and TV commercials, newspaper advertisements and terminal display are four closely related important links in integrated marketing communication, and they work together to promote the promotion of corporate brand and product sales.

The above is just a brief description of the general process and main content of the integrated marketing planning of snack foods. Due to the limitation of the length of the article, it is not fully discussed. However, the whole process of the enterprise in the actual operation process will be more complicated and changeable, and the marketing problems involved will be various. The snack food enterprises need to be flexible in the marketing practice. Snack food companies only constantly communicate with consumers, and communication with the market will make better in a highly competitive market.

Reference:

1. Wang Fanghua et al. Service Marketing. Shanxi People's Publishing House, 1998: 9.
2. Xia Jun. Direct marketing management. China Development Press, 2001: 2.
3. Zhang Wangyue. Trends in the development of foreign snack foods. Chinese Food, 2005.

М.Ю. Кобченко, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЕРЕХОДУ ДО ЕКОЛОГІЧНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Загальні правила, механізми та принципи ведення органічного виробництва, як цільової основи ефективного екологоорієнтованого землекористування визначені в значній

кількості міжнародних, національних та приватних стандартів. В Україні розроблені лише проекти детальних правил виробництва непереробленої органічної продукції (сировини) тваринного та рослинного походження, у тому числі грибів, органічної продукції (сировини) бджільництва та аквакультури, органічних морських водоростей, які на разі ще офіційно не ухвалені, оскільки знаходяться у процесі узгодження з чинним вітчизняним законодавством, локальними особливостями та можливостями сільськогосподарського виробництва.

Отже, перехід сільськогосподарського підприємства на органічне землеробство потребує виконання низки вимог і відповідної організації виробництва. Для цього необхідна розробка науково-обґрунтованої стратегії розвитку органічного землеробства та побудова організаційно-економічного механізму її реалізації. Такий механізм повинен враховувати як економічну доцільність виробництва, так і його екологічний аспект [1, 2].

Зазначимо, що процес переходу до екологічного господарювання пов'язаний із 2 аспектами: технологічним (встановлює різницю між екологічним і традиційним землеробством) та еколого-економічним (оцінює результати господарювання у процесі екологічного й традиційного ведення галузі).

Для переходу підприємств з традиційними методами господарства на етапі моделювання виробничих процесів застосовуються технологічні регламенти екологічного або органічного землеробства, які вважаються вхідними параметрами моделі. Еколого-економічний аспект відображено у вихідних параметрах математичної моделі, тобто є результатом процесу моделювання агроєкосистеми, який і визначає доцільність підвищення рівня екологізації агровиробництва.

Оцінка поточного землекористування відбувається на першому етапі переходу від традиційного до органічного землекористування. Цей етап збігається з оцінкою придатності земель для ведення органічного землеробства. Якщо агротехнології придатні або обмежено придатні, тобто структура виробництва відповідає нормативним показникам

екологічної оцінки, придатність ґрунтів для органічного виробництва визначається за ґрунтово-агрохімічними критеріями.

Якщо агротехнології виявляються непридатними, то в такому разі можливе інтегроване землекористування, принцип якого полягає в зниженні рівня хімікатів, виробництва на цих землях продуктів харчування, безпечних для здоров'я та навколишнього середовища.

Для оцінки стану та параметрів поточного землекористування використовується двоетапний аналіз за допомогою побудови матриці вирашів в системі ігрового моделювання організаційної поведінки на першому етапі та тривимірних поверхневих контурних карт для оцінки розподілу учасників на другому етапі. Поверхневі контурні карти використовуються в розвідувальному аналізі даних через тривимірні діаграми розсіювання. За допомогою таких експериментів можна виявити складні нелінійні взаємозв'язки між змінними. Крім того, вони корисні для наочного подання результатів аналізу, таких як кластерний аналіз.

Список використаних джерел:

1. Купинец Л. Е. Методология формирования комплексной оценки эффектов и эффективности создания органического производства. *Органічне виробництво і продовольча безпека*. 2013. №1. С.61–66.
2. Тарасова В. В. Екологічність агровиробництва в Україні. *Вісник Житомирського національного агроекологічного університету*. 2011. Т. 1. № 1(28). С. 189–196.

М.А. Савченко, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність організації (підприємства, фірми, компанії) визначає її здатність до ефективної господарської діяльності й забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку. Інакше кажучи, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію

конкурентоспроможної продукції, тобто продукції, що має конкретні переваги проти продукції конкурентів, що «працюють» на ринку.

Відповідно до цього критерій переваги в конкурентній боротьбі, використовуваний для оцінки стратегії, може бути визначений такою семантичною моделлю: гарна стратегія веде до стабільної конкурентної переваги [1, с. 86].

Зокрема, український дослідник В. Герасимчук розглядає конкурентоспроможність як обумовлене економічними, соціальними і політичними факторами стійке становище країни на внутрішньому та зовнішньому ринках, здатність суб'єктів конкурентної боротьби протистояти міжнародній конкуренції на внутрішньому ринку та ринках інших країн [2, с. 41].

У широкому розумінні конкурентоспроможність сприймається як здатність господарства забезпечувати збалансованість своїх зовнішніх пропорцій та уникати тих обмежень, що зумовлюються зовнішньоекономічною сферою, і як здатність країни само відтворювати поліпшення своїх сільськогосподарських зв'язків [3, с. 72].

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства слід розглядати як його здатність ефективніше за інших суб'єктів ринку використовувати сукупність ресурсів, спрямовуючи її на найбільш повне задоволення потреб споживачів, зменшення витрат, оптимізацію власних економічних вигод [1].

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств набагато складніше і трактується досить неоднозначно.

У загальному вигляді конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни і за межами. У випадку активних економічних об'єктів – підприємств, представлених на ринку, конкурентоспроможність являє собою категорію ефективності, але на більш високому рівні.

Конкурентоспроможність продукції є складною (інтегральною) властивістю, що характеризує привабливість продукції для споживача та прибутковість для виробника [2, с. 45].

Існуюча конкурентна боротьба між господарюючими

суб'єктами АПК змушує їх ефективно використовувати наявні ресурси, підвищувати якість товарів і послуг, постійно диференціювати виробництво та продукцію. Наявність міжрегіональних і міжнародних зв'язків сільськогосподарських підприємств свідчить про те, що вони активно беруть участь у експортно-імпортних операціях, а також про те, що в конкурентній боротьбі в межах регіону беруть участь підприємства з інших регіонів, з інших країн. Це значно загострює характер конкуренції, але в той же час підвищує ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств на продовольчому ринку.

Конкурентоспроможність виробництва в АПК характеризується сукупністю показників функціонування галузей і діяльності виробничих структур, що визначають їх стабільний розвиток і успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках. Вона оцінюється рівнем конкурентоспроможності окремих його підприємств і їх продукції.

Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, яке характеризується ступенем задоволення ним потреби, порівняно з аналогічними об'єктами, що запропоновані на даному ринку. Продукція, що виготовляється на підприємстві, щоб бути реалізованою, повинна бути конкурентоспроможною. Конкурентоспроможність продукції визначається насамперед, рівнем її якості [4, с. 262].

Конкурентоспроможність підприємства – це узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарської системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання [3, с. 58].

Економічними об'єктами, що досліджуються на мезорівні, є виробничі системи та їх комбінації.

Такими об'єктами можуть бути галузі, корпоративні та конгломеративні об'єднання підприємств. Галузь конкурентоспроможна (має порівняльну перевагу), якщо продукція, яку вона виробляє має більш низьку ціну відносно іншої продукції, що виробляється національною економікою ніж

та, що виробляється на світовому ринку. Тобто відносна ціна продукції національної нижче відносної запропонованої світовим ринком. Завдяки цьому розвиток міжнародного поділу праці призводить до певної спеціалізації країн на світовій арені залежно від конкурентоспроможності тієї чи іншої галузі.

Список використаних джерел:

- 1.Березівський П.С. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств: теорія, методика, практика: [монограф.] / П. С. Березівський, А. М. Желізняк. – Львів: 2008. – 198 с.
- 2.Герасимчук В. Г. Економіка та організація виробництва: [підручник] / За ред.. В. Г. Герасимчук, А. Е. Роденплентера. – К.: Знання, 2007. – 678 с.
- 3.Ковальчук І. В. Економіка підприємства [навч. посіб.] / І. В. Ковальчук. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
- 4.Онищенко В.О. Організація виробництва: [навч. посібник] / В. О. Онищенко, О. В. Редкін, А. С. Старовірець, В. Я. Чевчанова. – К.: Лібра, – 2005. – 336 с.

Chen Yang, master student
Sumy National Agrarian University, Ukraine

AN ANALYSIS OF CHINESE ENTERPRISES' FOREIGN INVESTMENT UNDER THE BACKGROUND OF "BELT AND ROAD INITIATIVE"

With the development of economic globalization, the role of international direct investment in economic development has become increasingly prominent, especially in developed countries, with overcapacity and capital saturation, increasing in East Asia, Southeast Asia, Central Asia, Latin America, etc. Investment in low-income countries has become a new trend in international direct investment. After the implementation of the "New silk economic belt" the United States has also led the signing of the "Trans-Pacific Partnership Agreement" (TPP) and Russia has proposed the implementation of the "Eurasian Economic Union Strategy". In 2013, China proposes the "One Belt, One Road" construction and development strategy. As a major strategy for opening up to the outside world under the new situation, it is an important part of the "going out" strategy of Chinese enterprises. It will use international factor resources to transfer advantageous production capacity and

mature industries. The “Belt and Road Initiative” has a role in achieving the goal of cooperation and mutual benefit. The direct investment in the “Belt and Road” countries is the core driving force for the construction of the “Belt and Road” and will drive the industrial development of China and other countries through investment, technological progress and economy .With the overall competitiveness of China's industry and the improvement of its foreign investment capacity, China has become a net exporter of capital in 2014, indicating that China has directly entered a new stage and faces a new situation. On the other hand, the “Belt and Road” is different, Regional countries have obvious differences in geographic characteristics, resource endowments, economic strength, industrial base, and investment environment. Foreign direct investment faces many challenges. Therefore, in the face of many factors, how to choose the industry of foreign direct investment is beneficial to the upgrading of domestic industry is in line with the needs of industrial development in other countries, this is the entry point for this study.

First of all, "Belt and Road Initiative", foreign direct investment, industrial upgrading, industrial selection and other research objects are clearly defined. Secondly, it introduces the relevant theories of outward direct investment and industrial choice; Based on the relevant time series data of China and 65 countries along the "Belt and Road Initiative" route from 2003 to 2018 and the "world development model" proposed by Chanari, the results show that the scale of China's investment in the "Belt and Road Initiative" countries has expanded, and the industrial structure of China's foreign direct investment in "Belt and Road Initiative" countries should be tested to upgrade the industrial structure of the "Belt and Road Initiative" countries. Investment growth in key countries in the region and investment in national regions, the promotion of internal status will be beneficial to internal industrial transfer, and the upgrading of industrial structure in China will play a significant role. Then there is an analysis of the influencing factors and mechanism of industrial choice in China and other countries in the decision-making of OFDI, which lays a theoretical foundation for empirical analysis. Finally, the present situation research, from the regional distribution, industrial structure, the investment environment and other aspects of China's "Belt and Road Initiative" countries along the direct

investment situation, industrial basis, investment environment and other factors, and "Belt and Road Initiative" countries are divided into "core areas," "expansion area", analyzing the characteristics and investment of industrial development in each region capital industry demand.

The continuous implementation of the "Belt and Road Initiative" strategy will certainly provide broad development space and extensive market opportunities for the further development of China's foreign direct investment market. Under this background, how do Chinese enterprises make full use of this development opportunity to make full use of the "Belt and Road Initiative" strategy and make a better choice of adaptive location for countries along the Belt and Road Initiative? It is an important link to further promote the smooth implementation of the "Belt and Road Initiative" strategy in the future.

Ю.А. Авдошин, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія

МІЖГАЛУЗЕВІ ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ В СИСТЕМІ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

Концепція сталого розвитку сільського господарства передбачає поступову компенсацію природної закономірності щодо поглиблення нееквівалентності міжгалузевих відносин шляхом здійснення комплексу регулюючих заходів в процесі взаємодії сільськогосподарських товаровиробників і несільськогосподарських суб'єктів.

В сучасний період агропромислове виробництво втрачає значні фінансові ресурси внаслідок існуючих проблем, які пов'язані з нееквівалентними розподільними міжгалузевими відносинами в сфері агропромислового виробництва. Монополізація галузей сільського господарства відбувається за рахунок тих галузей, які займаються збутом та постачають матеріальні ресурси [1, с. 70]. Сучасне сільське господарство, базуючись на міжгалузевій системі, охоплює, хоча і не міцними зв'язками, окрім власне сільськогосподарського виробництва, суміжні з ним галузі економіки, які поставляють йому засоби

виробництва та переробляють сільськогосподарську сировину і підготовлюють продукти харчування до вжитку. Ця система називається продовольчим комплексом. Продовольчий комплекс слід розглядати як взаємозв'язок сільського господарства і зв'язаних з ним галузей економіки від виробництва сільськогосподарської техніки, до реалізації продуктів харчування, від яких залежать застосовані в сільському господарстві технології, спеціалізація і концентрація виробництва на сільськогосподарських підприємствах [2]. Основними проблемами розвитку міжгалузевих економічних відносин є: вдосконалення напрямів у сфері ціноутворення на сільськогосподарську продукцію; не відпрацьованість економічного механізму господарювання для всіх галузей агропромислового виробництва [3, с. 4].

На ефективність міжгалузевих зв'язків аграрного господарювання значний вплив має нерозвиненість інфраструктури сучасного аграрного ринку, неналежна організація заготівель та збуту сільськогосподарської продукції, недосконала система контролю за якістю та безпечністю продуктів харчування [4]. Головним завданням по формуванню системи міжгалузевих економічних відносин в аграрній сфері економіки є оптимальний підбір взаємопов'язаних галузей, раціональний підбір галузей та підприємств зі спільними фінансовими інтересами із дотриманням відповідних пропорцій між ними, ефективним природно-географічним розміщенням продуктивних сил [5, с. 4]. На формування міжгалузевих організаційно-економічних відносин, забезпечення конкурентоспроможного агропромислового виробництва значний вплив мають інтеграційні процеси характерні для сучасних новостворених структур та об'єднань аграрної сфери. Науці нині відомі чотири основні організаційно-економічні механізми агропромислової інтеграції: а) корпоритизація – створення корпоративних підприємств, об'єднань і груп шляхом встановлення прямих довгострокових зв'язків через злиття і поглинання; б) кооперація – створення фермерами і партнерствами кооперативів і їх об'єднань шляхом пайової участі у спільній діяльності; в) контрактація – укладання переробними і торгівельними компаніями договорів з

сільгосптоваровиробниками на виробництво і поставку сільськогосподарської продукції [4]. Шляхи розвитку агропромислового сектору України передбачають збалансовані та взаємозв'язані структурні перебудови усіх його галузей, максимальне впровадження у виробництво найважливіших досягнень науково-технічного прогресу, світового досвіду, найбільш прогресивних форм економіки і організації виробництва на основі першочергового розв'язання актуальних проблем: перерозподіл землі та майна [6]. Розвиток агропромислового комплексу вимагає вдосконалення методології дослідження міжгалузевих відносин: від теоретичної інтерпретації явища необхідно перейти до безпосереднього проектування моделей ефективності міжгалузевих відносин. Проблеми розв'язання системи міжгалузевих зв'язків, як свідчить досвід економічно розвинених країн світу, сприяє підвищенню ефективності функціонування всіх галузей агропромислового комплексу [7, с. 62]. Таким чином, в умовах трансформації виробничих відносин, розвитку форм господарювання та ринкової інфраструктури в аграрній сфері, важливою складовою процесу вдосконалення міжгалузевих відносин є цінове регулювання, тобто коригування і утвердження цін на ресурси для аграрних товаровиробників.

Список використаних джерел:

1. Томилин А.А. Регулювання еквівалентності міжгалузевих відносин в АПК: теоретичні аспекти. *Национальная академия природоохранного и курортного строительства "Экономика и управление"*. 2012. № 5. Симферополь, 2012. С. 70–76. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1504>
2. Шпак Ю.В. Проблеми державного регулювання економічно-безпечного розвитку агропромислового виробництва, 2010. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=208>
3. Томілін О. О. Регулювання міжгалузевих відносин у сільському господарстві: монографія. Київ: ННЦ "ІАЕ", 2014. 320 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1621>
4. Лендел М.А., Жулкавич О.М. Специфіка міжгалузевих організаційно-економічних відносин в агропромисловому виробництві: аналітичний аспект, 2015, URL: <http://www.msu.edu.ua/vsn/wp-content/uploads/2015/11/2-4-1-2015-7.pdf>
5. Томілін О. О., Галич О. А. Економічні аспекти розвитку міжгалузевих відносин в аграрній сфері: монографія. Полтава: ПДАА, 2016. 176 с. URL:

<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1618>

6. Аграрна реформа в Україні (соціологічна діагностика) [Текст] / М. Баланівський [та ін.] ; заг. ред. В. Тарасенко ; НАН України, Ін-т соціології. К. : ІС НАН України, 2007. 576 с. URL: <http://nbuv.gov.ua/node/1233>

7. Томілін О. О. Сутність механізму регулювання міжгалузевих відносин в агропромисловому комплексі. *Економіка розвитку*. Харків, 2013. № 1 (65). С. 61-67. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1516>

І.М. Коневич, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРА

В даний час сільське господарство переживає важкі економічні часи з галузями економіки. В сучасний період сільськогосподарське виробництво втрачає значні фінансові ресурси внаслідок існуючих проблем, які пов'язані з нееквівалентними розподільними міжгалузевими відносинами в сфері агропромислового виробництва. Монополізація галузей сільського господарства відбувається за рахунок тих галузей, які займаються збутом та постачають матеріальні ресурси. Активний ріст монополізації відбувається від тих галузей, які обслуговують сільське господарство [1, с. 70]. Глобалізація на рівні галузі, визначається тим наскільки конкурентоспроможність окремої компанії всередині галузі в даній країні взаємопов'язана з рівнем її конкурентоспроможності в іншій країні. Чим більше глобалізована галузь промисловості, тим більше переваг одержує компанія від внесеної технології, виробничого процесу, фабричної марки. Глобалізовані галузі промисловості мають тенденцію домінувати на кожному ринку одним і тим самим набором глобальних компаній, які координують свої стратегічні дії в усіх країнах своєї активності [2, с. 47].

Економіка України може зрости за рахунок відкладеного зростання. Допомогти зростанню української економіки може сільське господарство, так як потенціал даної сфери повністю не реалізований через відсутність ринку землі. Звичайно, потрібно ще зробити так, щоб в країну повірили інвестори, це стосується і Світового банку. Ринок необхідний для того, щоб ми почали

інвестувати в сільське господарство: транспортну інфраструктуру, зрошення тощо [3].

За рахунок спаду виробництва, зниження ефективності галузі, сільське господарство зазнало найбільш руйнівних наслідків в порівнянні з іншими галузями національної економіки. Для ефективного функціонування та розвитку національної економіки, агропромислового виробництва, необхідним є вивчення теоретичної сутності та форм прояву структурної політики [4, с. 3].

Фактором економічного зростання є проведення реформ. Для початку необхідно проводити реформи, щоб вони вплинули на долі малих і середніх компаній. Наша ціль – боротьба з корупцією, встановлення верховенства права, очищення фінансової системи – і малий бізнес почне бурхливо розвиватися [5]. Внаслідок інтернаціоналізації та глобалізації економічної системи посилюється переплетіння процесів відтворення на національному рівні з процесами відтворення на інтернаціональному та глобальному рівнях, особливо в межах ЄС [6, с. 110-111]. Для ефективної роботи підприємств та інших учасників ринку їм необхідно забезпечувати автономність дій, тобто відповідну незалежність у діяльності, здійснюваній у власних інтересах [7].

Розвиток підприємств відбувається шляхом здійснення різноманітних напрямів та соціально-економічних умов в країні. Це потребує формування та впровадження ефективно діючого механізму управління підприємствами та подальшого дослідження питань, спрямованих на пошук нових стратегічних інноваційних, кооперативних напрямків розвитку [8, с. 214]. Немає простої і легкої відповіді, як перезапустити економіку України. Класичні фактори економічного зростання в будь-якій теорії однакові: праця, інвестиції, технологічний прогрес і чистий експорт. Досить очевидно, які з цих факторів можуть спрацювати в Україні.

Якщо взяти будь-яку країну світу, яку сьогодні можна назвати розвинутою, або будь-яку країну світу, яка на сьогодні динамічно розвивається, то розвиток цих країн відбувається завдяки одній спільній рисі – у кожній такої розвинутої країни,

існує власна модель економічного розвитку. У Німеччині – німецька післявоєнна модель, у Японії своя економічна модель, у Південній Кореї своя економічна модель, Польща має свою економічну модель реформ Східної Європи Бальцеровича. Китай має свою економічну модель, якою ми всі захоплюємося, її результатами та переважно товари цієї країни ми всі використовуємо. Все це відбувається завдяки тому, що кожна країна розробила та впроваджує системно власну економічну модель розвитку [9].

Таким чином, процес реформування аграрного сектора зумовлює необхідність створення нової системи економічних відносин в агропромисловій сфері. Зростання та збалансованість національної економіки може відбутися тільки за рахунок формування та розвитку сільського господарства.

Список використаних джерел:

1. Томилин А. А. Регулювання еквівалентності міжгалузевих відносин в АПК: теоретичні аспекти. *Національна академія природоохоронного і курортного стропительства “Экономика и управление”*. 2012. № 5. Симферополь, 2012. С. 70-76. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1504>
2. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України / С. І. Соколенко. К.: Логос, 1999. 568 с.
3. Прес-конференція “Як підняти українську економіку?”, червень 2013р., Інформаційне агентство “Голос UA”, URL: <https://golos.ua/i/184703>
4. Томілін О. О., Галич О. А. Економічні аспекти розвитку міжгалузевих відносин в аграрній сфері: монографія. Полтава: ПДАА, 2016. 176 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1618>
5. Новак А. “Як підняти економіку України”, 2011. URL: <http://mnk.org.ua/uploads/media/>
6. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / [Мочерний С. В, Ларіна Я., Устенко О. А., Юрій С. І.]; за ред. С. В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. Т. 1. 616 с.
7. Томілін О. О. Регулювання міжгалузевих відносин у сільському господарстві: монографія. Київ: ННЦ “ІАЕ”, 2014. 320 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1621>
8. Томілін О.О. Модель розвитку галузей економіки України. Основні напрями розвитку підприємств харчової промисловості: монографія. К.: НТУУ “КПІ”, 2011. С. 212–214. Розділ: Агропромисловий комплекс: інвестиційна діяльність URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1569>
9. Нюхін А. “Всесвітній банк назвав спосіб, який підніме економіку країни”, 18 березня 2018. URL: <https://ubr.ua/finances/macroeconomics>

СУТНІСТЬ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ

Аграрний менеджмент може бути визначений як діяльність з організації й координації виробництва на сільськогосподарських підприємствах з метою одержання зростаючого прибутку в довгостроковому періоді, а також досягнення інших специфічних для кожного власника підприємства чи менеджера цілей. Він може розглядатися і як комбінація окремих складових діяльності підприємства – виробництва, комерційної діяльності, фінансів, маркетингу, управління трудовими ресурсами.

Для сільського господарства як специфічної галузі економіки дія ринкового механізму має свої особливості, які полягають у тому, що не завжди ціна на продукцію, визначена в точці перетину попиту й пропозиції, перевищує виробничі витрати сільськогосподарських підприємств. У такому випадку необхідне втручання держави, спрямоване на підтримку сільськогосподарського виробництва [1].

Недоліки ціноутворення негативно позначаються на мотивації сільськогосподарських товаровиробників. Аграрна галузь неспроможна ефективно функціонувати як високодохідне виробництво без підтримки держави, а рівень економічного інтересу товаровиробників низький. Про це свідчать низькі ціни попиту, відсутність механізму забезпечення виробникам доходів на рівні встановленої ціни пропозиції. Одночасно монополізовані підприємства промислових і переробних галузей продовжують реалізувати політику збільшення власних прибутків за рахунок перерозподілу вартостей [2, с.53].

Закони розвитку виробництва об'єктивні і не залежать від волі і свідомості людей. Їхня дія виявляється тільки в діяльності людини і, отже, залежить від того, наскільки повно враховані вимоги об'єктивних законів [3]. Виробничі відносини – це сукупність економічних відносин між людьми в процесі виробництва. Вони складаються незалежно від волі і свідомості людей, мають об'єктивний характер, це є друга сторона способу виробництва. Виробничі відносини – це особливий тип

відносин, які виникають у процесі матеріального виробництва. Вони визначають систему суспільної організації діяльності [4].

Урівноваження інтересів сторін – головна проблема, яка вирішується ринком і державою через ціновий механізм і впровадження політики регулювання міжгалузевих і ринкових відносин. Як регулятор господарсько-економічних відносин і процесів відтворення ціна повинна забезпечити еквівалентність обміну. Цей принцип є визначальним у розвитку перспективної системи ціноутворення на аграрну продукцію, яка є одним з основних компонентів економічного механізму регулювання кооперативних відносин в агропромисловому виробництві. Ускладнення процесу ціноутворення і відсутність теоретичних і практичних навичок встановлення цін призводить до серйозних помилок при їх визначенні, негативно відбивається на фінансових результатах діяльності підприємств. Тому нагальною потребою є дослідження проблеми регулювання цін на сільськогосподарську продукцію [5, с. 92].

Однією з найгостріших проблем агропромислового виробництва (АПВ) є те, що сільське господарство, роблячи значний внесок в розвиток держави, несе непропорційну частку витрат, які пов'язані з цим розвитком. Найважливіша невирішена проблема, яка стримує розвиток агропромислового виробництва, є не відпрацьованість міжгалузевого економічного механізму господарювання, який забезпечував би прибутками всю галузеву структуру АПВ. Формування системи міжгалузевих відносин є головною ознакою економічної організації агропромислового виробництва [6, с. 24].

В умовах неможливості безпосередньо впливати на рівень сільськогосподарських цін з метою підвищення ефективності діяльності підприємства і зростання прибутку менеджер повинен сконцентрувати основну свою діяльність на питаннях організації виробництва та контролю з метою мінімізації собівартості продукції. Адже саме ці параметри діяльності підприємства безпосередньо залежать від нього [1].

Таким чином, сільське господарство є специфічною галуззю. Воно значною мірою відрізняється від інших галузей національної економіки, тим що визначає особливості формування та розвитку аграрного менеджменту.

Список використаних джерел

1. Дем'яненко С. І. Аграрний менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2018. 520 с.
2. Томілін О. О. Особливості регулювання міжгалузевих відносин в системі ціноутворення. *Вісник Донецького університету економіки та права*. Донецьк, 2012. Вип. 2. С. 53–57.
3. Гуторов О. О. *Основи менеджменту*. Харків, 2009. 327 с.
4. Томілін О. О., Галич О. А. Економічні аспекти розвитку міжгалузевих відносин в аграрній сфері: монографія. Полтава: ПДАА, 2016. 176 с.
5. Томилин А. А., Коломиец С. А. Система ценообразования – один из основных компонентов экономического механизма регулирования кооперативных отношений в агропромышленном производстве. *Вестник Брестского университета. Серия 2 «История, экономика, право»*. Брест, 2018. № 1. С. 92–97. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1523/1/Untitled.FR11.pdf>
6. Томілін О. О. Теоретичні аспекти міжгалузевих економічних відносин в агропромисловому комплексі. *Научно-практичний журнал “Економіка и управление”*. Сімферополь: Национальная академия природоохранного и курортного строительства, 2013. № 1. С. 24–27. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1532>

Б.О. Хачатурян, здобувач

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОСЕКТОРУ

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.

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 стосується 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.

Таким чином, на основі проведеного аналізу розуміння «управління витратами» варто запропонувати як вплив 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.

СЕКЦІЯ 6
УПРАВЛІННЯ РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЮ,
БЕЗПЕКОЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА.
МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Viktorii Riashchenko, Dr.oec., prof.
ISMA University, Riga, Latvia

**ENHANCING BUSINESS SAFETY: IMPROVING VALUE-
BASED MANAGEMENT**

Business safety is one of the basic indicators, which shows the results of enterprise activities. The attitude and actions of business participants depends on this as well as created value. Traditionally alike task's definition means results and managers actions coordination in order to increase the value for the shareholders. That kind of coordination allows not only evaluate the contribution of concrete manager, but also gives the opportunity to reveal the weak parts, as well as shows the development perspectives of the enterprise.

Business safety is defined by the level, which describes how the implemented on the enterprise decision – making system satisfies long-term and short-term aims and is able for the operation [1].

Effectiveness of accepted management diagnostic actions, which are the part of management system, is also defined on the enterprise's value basement. Value increase, caused by organization pathology elimination, is testifying the correct decision. Value decrease shows the discrepancy of the result. In the first case business safety is increasing, in the second case – decreasing.

Generally the enterprise's value managing process, even though it seems so complicated, may be presented as a certain program. The program is worked out in accordance with structural reorganization scheme, representing five steps enterprise's value transformation [2]. During the realization the offered mechanism of rate indicator's

coordination based on the balanced indicators' complex is used on all stages, connected with forming of the future money flows. This proves not only the complex character of value monitoring, but also demonstrates the opportunities of step-by-step improvement investigation by follow on parameters separating. The parameters are representing the balanced indicators' complex. That kind of isolation influences the management's results evaluation. Besides, it gives the opportunity to define the sensitivity and dependence of value factors. The offered approach consists of six level crossed check of normative indicators' balance. The basements of such check are well-founded dependences between the rates changes of established system's parameters. The conclusions about the enterprise's general development tendencies are made while monitoring the hangings. Thereby on the basis of absolute, relative and structural parameters it is possible not only to support the actual business processes, but there is an opportunity to choose the rational enterprise's management variant for successful functioning. Thus, the objective conditions for effective managing decision making are created and allow the enterprise to choose the optimal way of stable functioning in long-term perspective because of diagnostic's actions

During the approbation of value management technology, focused on the business safety increase, preconditions for working out the management system diagnostics policy were revealed necessary actions.

The diagnostics policy of the management system consists of special environment creation, in which general transformation of management style is happening. Its feature is the compatibility of environment with managers actions, which are clear, rethought and ready for practical use. System realization in practice is expressed in construction of reliable business. It is promoted by a preliminary spirit and preparation for new consciousness, and also a strengthening role of a scientific component in management art. It is a question of the developed policy and decision-making on the basis of trustworthy information, received by means of well-founded technologies. The sense of their validity consists in use of knowledge bases for understanding of techniques, even such, which cannot be described numerically, and also in absence of the means authorizing a data manipulation. In such way the conditions for normal enterprise

functioning, allowing it to move in a direction of continuous qualitative improvements at reaction to changing requirements of interested participants, are provided.

References:

1. Kopitov, R. (2013). Enhancing business sustainability: Improving business policy's methodology by managerial principles' development, *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 99, 133-142, 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.10.479
2. Fred, R. David. 2015. Strategic Management Concepts and Cases A Competitive Advantage Approach: 15th Edition, by Fred R. David and Forest R. David. *Pearson Education*.

В.М. Вартамян, д.т.н., профессор,

В.П. Гатыло, ст. преподаватель

*Национальный аэрокосмический университет
им. Н.Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт»*

АДАПТАЦИЯ МАТРИЦЫ МАК-КИНСИ ДЛЯ СЛУЧАЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ

В ходе проведения исследований с целью определения локации элементов матрицы McKinsey/GeneralElectric возникают ситуации, когда не представляется возможным точное определение численных значений показателей, составляющих их экономическую оценку. Это может быть связано с различными статистическими оценками, предоставляемыми экспертами в открытых источниках или отсутствием строгих границ, определяющих содержание тех или иных показателей исследуемых процессов. Таким образом, некоторые или все значения используемых для оценки экономических показателей могут быть представлены двумя числами, определяющими нижнее и верхнее значение показателя. Следует отметить, что вероятностные характеристики распределения внутри интервала, как правило, неизвестны и любое возможное значение параметра в нем следует считать равновероятным.

Матрица McKinsey, или матрица GE используется при оценке привлекательности отдельных стратегических хозяйственных единиц на основе двух координат: ось X характеризует силу позиции стратегической хозяйственной единицы в отрасли, ось Y - привлекательность отрасли. Каждая

из этих координат определяется с учетом нескольких параметров.

Таблица 1

Пример оценки СЗХ по критерию конкурентоспособности

№ критерия*	Вес фактора	Оценка фактора от 1 до 10	Итоговая оценка
			СЗХ 1
	100%	СЗХ1	[6.5, 7.8]
1.	27%	[7, 9]	[1.9, 2.4]
2.	20%	[8, 9]	[1.6, 1.8]
3.	15%	[4, 5]	[0.6, 0.8]
4.	12%	[6, 8]	[0.7, 1]
5.	10%	9	0.9
6.	8%	[2, 3]	[0.2, 0.24]
7.	8%	8	0.64

**Критерии конкурентоспособности (ось X): 1. СЗХ компании имеет уникальное преимущество. 2. СЗХ компании удовлетворяет потребности целевой аудитории от использования товара. 3. Сила бренда сопоставима или выше, чем у конкурентов. 4. Компания обладает достаточными ресурсами для функционирования на новом рынке. 5. Компания может быстро адаптироваться к рыночным изменениям. 6. Уровень конкуренции в сегменте низкий. 7. Медленная реакция со стороны конкурентов на деятельность компании.*

Рассмотрим пример анализа портфеля компании с помощью модели McKinsey/GeneralElectric. Для случая неопределенности исходных данных это поможет оценить перспективы стратегических зон хозяйствования (СЗХ) и, конечно же, разработать правильную стратегию развития портфеля компании, выделив приоритетные направления деятельности, сократив усилия и инвестиции на развитие неперспективных бизнесов.

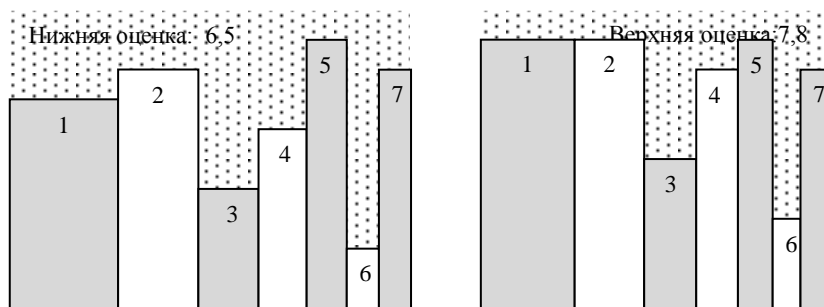


Рис. 1. Визуализация привлекательности СЗХ по критерию конкурентоспособности для интервальных оценок факторов.

После того, как по критерию привлекательности сегмента и критерию конкурентоспособности компании в сегменте получены итоговые баллы, выполняем построение матрицы McKinsey/GeneralElectric.

В зависимости от того, какой итоговый балл получил бизнес по конкурентоспособности и рынок по привлекательности, зависит его положение в матрице.

В рассматриваемом примере это положение определяется прямоугольником со сторонами, определяемыми координатами:

$$X[6.5, 7.8]; Y[7.5, 8]$$

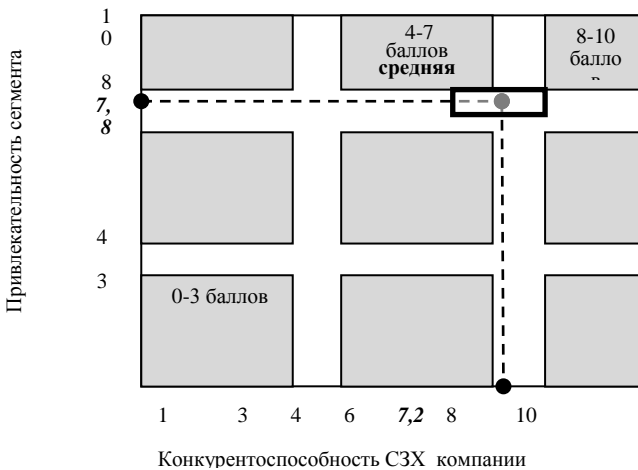


Рис. 2. Положение рассматриваемой СЗХ в матрице McKinsey/GeneralElectric.

Ю.І. Данько, д.е.н., професор
Сумський національний аграрний університет

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ БІОЕКОНОМІКИ ЯК ЧИННИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВА

Аграрний сектор займає особливе місце в економіці України. Впродовж останніх років саме ця галузь формує значну частину експорту країни. За даними офіційної статистики України (1) в 2017 році 21,3 % від загального експорту України склали

продукти рослинного походження, 10,6 % жири та олії рослинного та тваринного походження, 6,5 % готові продукти харчування, 2,6 % продукти тваринного походження. Тобто, 41 % в товарній структурі зовнішньої торгівлі припадає на одну галузь економіки – сільське господарство. Проте, успіхи даної галузі визначаються більшою мірою не її інноваційним розвитком, а економічною ситуацією, яка склалася в країні. Критичний аналіз структури експорту аграрної продукції вказує на те, що переважну частину в ній займає сировина, а не готова продукція. На 15 % експорту зерна припадає 0,4 % борошномельної та круп'яної продукції та 0,7 % готових продуктів із зерна.

Сировинна орієнтація експорту аграрної продукції України тісно пов'язана з основними гравцями, які діють на ринку аграрної продукції. В аграрному секторі намітилася тенденція до укрупнення підприємств – перетікання до них основних виробничих ресурсів, зокрема і земельних. За даними вітчизняного сайту Latifundist.com земельний банк компанії UkrLandFarming становить 605 тис. га (16 місце у світі), компанії Кернел – 602 тис. га (17 місце у світі) NCH – 450 тис. га (8 місце у світі з врахуванням земельних площ в Російській Федерації). Саме ці підприємства є основними експортерами з України сільськогосподарської сировини: зерна пшениці, кукурудзи, соняшнику.

В той же час, в Україні діють підприємства малого та середнього бізнесу, які знаходяться в процесі пошуку власних конкурентних переваг.

Беручи до уваги наявність двох різних за критерієм масштабності груп суб'єктів доцільним є виділення двох граничних ситуацій, в першій з яких в конкурентні відносини вступають подібні за масштабами, розмірами, концентрацією капіталу суб'єкти сфери виробництва, а друга характеризується економічним суперництвом діаметрально різних суб'єктів. Безумовно, рівень конкуренції в першому випадку є набагато вищим, проте другою ситуацією також повністю нехтувати не можна. На нашу думку доцільним є розгляд вказаних специфічних відносин через призму конкурентної структури конкретних об'єктних ринків, зважаючи на будову їх

маркетингової інфраструктури, адже позиції, які займають виробники, що практично відрізняються за масштабами в системі товарообігу є різними, а конкурентна побудова різних рівнів маркетингової інфраструктури ринків агропродовольчої продукції суттєво відрізняється. Ми виділяємо дві групи суб'єктів, що суттєво відрізняються: перша - фермерські господарства та приватні підприємства, традиційні сільськогосподарські підприємства (підприємства з землекористуванням до 4 тис. га сільськогосподарських угідь), друга - великі вертикально та горизонтально інтегровані структури.

Гіпотетично, диференціація між цими групами суб'єктів могла б відбуватися по лінії дбайливого відношення до ресурсного потенціалу, а саме ведення господарської діяльності на засадах сталого розвитку. В той же час, біоекономіка могла б бути тим механізмом, котрий визначає практичні дії та є конкретним шляхом досягнення конкурентоспроможності аграрних підприємств за рахунок реалізації цілей сталого розвитку. Саме біоекономіка забезпечує взаємодію трьох складових сталого розвитку: економічної, екологічної та соціальної систем. Зокрема, біоекономіка здатна поєднати у собі економічний і соціальний елементи за рахунок виробництва аграрної продукції на основі біотехнологій, забезпечуючи при цьому задоволення потреб сучасного населення без урізання можливостей наступних поколінь, крім того, за рахунок розвитку біоекономіки відбувається зростання зайнятості, підвищення рівня доходів населення, розвиток сільських територій. У свою чергу, біоекономіка забезпечує взаємозв'язок між економічним та екологічним елементами шляхом використання відновлюваних ресурсів.

Ряд глобальних проблем, зокрема проблема задоволення продовольством окремих регіонів, зумовили необхідність пошуку нових форм економічного розвитку. Виникнення біоекономіки, як одного із напрямів економіки XXI сторіччя, зумовлене стрімким розвитком науки, в тому числі і біоінженерії. Проте, на сьогоднішній день в науковому середовищі ведуться дискусії відносно розуміння сутності цього явища.

Список використаних джерел:

1. Official website of the State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Arundel, A and Sawaya, D (2009), The Bioeconomy to 2030. Designing a policy agenda. Main Findings and Policy Conclusions (2009). Retrieved from <http://www.oecd.org/futures/long-termtechnologicalsocietalchallenges/42837897.pdf>.
3. Mateescu, I., Popescu, S., Paun, L., Roata, G., Bancila, A., & Oancea, A. (2011). BIOECONOMY. WHAT IS BIOECONOMY? HOW WILL BIOECONOMY DEVELOP THE NEXT TWO DECADES?. Studia Universitatis" Vasile Goldis" Arad. Seria Stiintele Vietii (Life Sciences Series), 21(2), 451.

О.В. Мандич, д.е.н., доцент

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

ЕТАПИ РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ

Підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, за сучасних умов їх функціонування на об'єктових ринках, є одним з найскладніших та найперспективніших напрямів досліджень, що, в першу чергу, викликано особливостями провадження їх виробничо-збутової та маркетингової діяльності. Слід відзначити, що основні проблеми провадження ефективної маркетингової діяльності аграрних товаровиробників мають не лише комерційний, а й виробничий характер. Тому пристосування існуючих теоретичних положень та виокремлення основних компонентів з подальшим використанням як комплексної стратегії є актуальним завданням.

За М. Портером, розробка стратегії конкуренції значною мірою визначається чітким формулюванням того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі та яка політика є необхідною для їх досягнення [1]. Таким чином, етапи розробки та реалізації конкурентних стратегій мають включати:

1. Встановлення мети. Розробка та встановлення короткотермінових, середньотермінових і довготермінових цілей підприємства виступає фундаментом у виборі конкурентної стратегії. Залежно від обставин одні фірми

стратегічно націлюють свої дії на усунення конкурентів, інші - на відособлення від них, треті – на зближення з ними, четверті - на здачу їм позицій (самоусунення) на вигідних умовах. Оскільки всі суб'єкти підприємництва розрізняються між собою за типом поведінки та реалізації цільових установок, кожному підприємству доводиться, прагнучи до оптимуму конкурентних позицій, по-своєму впливати на суперників, нав'язуючи їм свої інтереси, і одночасно протидіяти їм, відстоюючи дані інтереси від посягань ззовні.

2. Аналіз зовнішнього середовища. Являє собою процес моніторингу організаційного оточення, яке ідентифікується зі справжніми та майбутніми погрозами та сприятливими можливостями, які можуть впливати на здатність фірми досягти її мети.

3. Дослідження внутрішнього середовища підприємства. Мета дослідження - виявити внутрішні змінні організації, які можуть розглядатися як її сильні (слабкі) сторони, оцінити їх важливість, встановити, які з цих змінних можуть стати основою конкурентних переваг. Принципи проведення аналізу: принцип комплексного аналізу всіх підсистем і елементів підприємства; організація розглядається як складна система, що діє в середовищі відкритих систем і складається у свою чергу з ряду підсистем; оцінювати показники слід в динаміці, а також порівняно з аналогічними показниками конкуруючих підприємств; принцип урахування галузевої і регіональної специфіки підприємства.

4. Визначення стратегічної мети та постановки завдань. Визначення на основі комплексного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища обмежень в діяльності підприємства, погроз і можливостей для нього з боку зовнішнього середовища, перспектив розвитку фірми, формування стратегічних альтернатив досягнення мети.

5. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії. Спочатку розглядається весь набір альтернативних варіантів розвитку, з яких в процесі оцінки обираються ті, які більшою мірою забезпечать досягнення наміченої мети, можуть бути реалізовані в рамках ресурсних можливостей, задовольняють системі прийнятих критеріїв ефективності. Процес вибору

стратегічних альтернатив може бути заснований на стратегічному позиціонуванні організації, стратегічних зон господарювання, окремого товару з використанням матричних інструментів аналізу. Групи критеріїв вибору альтернатив: реакція на можливості/погрози зовнішнього середовища; отримання конкурентних переваг; відповідність цілям підприємства; здійснимість стратегії; врахування взаємозв'язків з іншими стратегіями підприємства (стратегіями різного рівня). Найбільш поширеним методом оцінки вірогідної економічної дії кожної альтернативи на майбутнє підприємства є розробка сценаріїв, в яких передбачено три варіанти розвитку подій: оптимістичний, песимістичний і найбільш вірогідний.

6. Планування реалізації стратегії. Включає: розробку розгорнутого плану втілення у реальність вибраної стратегії, вказуючи терміни поетапної реалізації та очікувані результати.

7. Реалізація стратегічних рішень. Здійснюється у двох напрямках: з використанням адміністративних важелів (тактики, політики, процедур та правил); за допомогою економічних важелів, шляхом формування бюджету, застосування системи показників та управління за цілями. Етапи процесу реалізації стратегій: підготовка інформації, використовуваної на всіх етапах реалізації стратегії; планування, програмування, бюджетування схвалюваних рішень; власне виконання рішень; контроль. Всі стратегічні рішення повинні бути доведені до конкретних виконавців у вигляді затверджених планів, наказів, розпоряджень й інших організаційних документів, тобто управлінські рішення повинні бути перетворені в організаційні.

Процес формування конкурентної стратегії повинен мати комплексний характер. Проте, запропоновану модель не слід вважати універсальною, оскільки у кожній реальній ситуації необхідно опиратися на ті обставини, які склалися. Кожен етап має самостійне значення та вимагає застосування специфічних, з погляду розробки та реалізації конкурентних стратегій, процедур і методик.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Е. Стратегія конкуренції [Текст] : методика аналізу галузей і діяльності конкурентів; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К. : Основи, 1998. 390 с.
2. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних

підприємств : монографія. Харків: Видавництво ТОВ «Смугаста типографія», 2017. 332 с.

3. Krasnorutsky O. O., Rudenko S. V. Methodological foundations of economic estimation of agricultural enterprises production capacity. Scientific bulletin of Polissia. 2016. № 2 (6). 140-145.

С.А. Нестеренко, д.е.н., професор
*Таврійський державний агро-технологічний
університет ім. Дмитра Моторного*

КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Успішне функціонування і розвиток підприємств в сучасних умовах вимагає відповідного підходу до формування його конкурентної стратегії, виявлення конкурентних переваг, а це у свою чергу припускає необхідність визначення ролі і значення конкурентного потенціалу в діяльності фірми.

У вітчизняній науковій літературі приділялася серйозна увага дослідженню і оцінці потенціалу господарських систем. Проте ці дослідження в основному торкалися виробничого потенціалу. Це пояснюється ключовою роллю виробничих процесів в період домінування адміністративної системи управління народним господарством в Україні. З переходом до ринкової економіки актуальнішими стають питання оцінки конкурентного, підприємницького і ресурсного потенціалів, їх структури і взаємозв'язку один з одним.

У сучасних умовах зростаючого рівня конкурентної боротьби питанням розвитку конкурентного потенціалу приділяється все більше уваги. Передусім, це пов'язано з тим, що конкурентний потенціал є базою, на основі якої компанія здатна зберігати і збільшувати свою конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі. Нині вийшли ряд публікацій, що містять різні аспекти поняття «потенціал», у більшості яких відзначалася важливість вивчення проблем його оцінки і вказувалося на існування значних відмінностей у визначенні самого поняття потенціалу, його суті, структури і співвідношення з іншими категоріями. Особлива увага питанням дослідження

конкурентного потенціалу, його оцінки і складових елементів приділено в роботах таких авторів як Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Фатхутдінов Р. А. та інших.

Вивчивши теоретичний матеріал можна зробити висновок, що визначення категорії «конкурентний потенціал» зазнало істотні зміни – від визначення його як сукупності ресурсів і можливостей [2] і «частини загального потенціалу» [4] до розуміння конкурентного потенціалу як набору ключових чинників успіху і складових, інноваційністю, що володіють їх адаптивністю.

Узагальнюючи результати дослідження поняття «Конкурентний потенціал», можна виділити ряд моментів, властивих більшості підходів: наявність ресурсної складової, що є основою для формування потенціалу підприємства і її доступність; наявність інструментів по перетворенню потенціалу на чинник дійсної конкуренції; порівняльний аналіз потенціалів конкуруючих суб'єктів ринку; облік впливу зовнішніх сил і у зв'язку з цим здатність компанії адаптуватися під умови ринку, що змінюються; зв'язок з конкурентоспроможністю підприємства.

Таким чином, конкурентний потенціал включає сукупність природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів, що розташовуються і можливості об'єктів і/або суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку. Іншими словами, конкурентний потенціал є внутрішніми і зовнішніми конкурентними можливостями фірми, які дозволяють підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку за рахунок формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів.

Здатність компанії виграти в конкурентній боротьбі залежатиме від внутрішніх конкурентних можливостей підприємства і зовнішніх умов господарювання.

Внутрішні конкурентні можливості визначаються рівнем матеріальних і нематеріальних ресурсів підприємства.

Конкурентні можливості, пов'язані з матеріальними ресурсами, включають сировину і матеріали; трудові ресурси;

технологічні ресурси; фінансові і інформаційні ресурси.

До складу конкурентних можливостей, заснованих на нематеріальних ресурсах, входять нематеріальні активи; компетенції персоналу; стосунки з іншими суб'єктами ринку; організаційні ресурси; творчі можливості; бренди.

Реалізація і використання внутрішніх можливостей підприємства на базі існуючих ресурсів, формують відповідні конкурентні переваги.

Тут важливо розуміти відмінності в поняттях конкурентні можливості і конкурентні переваги. Існує велика кількість визначень поняття «Конкурентні переваги», як в зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі. Так, Жан Жак Ламбен відносить до конкурентних переваг «...ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Перевага є відносною, визначуваною в порівнянні з конкурентом, що займає найкращу позицію на ринку товару або сегменті ринку» [3, с. 589].

Необхідно особливо підкреслити, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, це факт, який фіксується в результатах реальних і очевидних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою і результатом господарської діяльності» [1, с. 256].

Отже, між поняттями конкурентний потенціал, конкурентні переваги, а також конкурентоспроможністю існує причинно-наслідковий зв'язок. Конкурентний потенціал визначає конкурентні можливості, в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні ресурси компанії. У відсутність ресурсної бази підприємство не здатне функціонувати. Наявність ресурсів є необхідною умовою існування підприємства, але не достатнім для перемоги в конкурентній боротьбі. Ефективне використання ресурсів і правильна їх комбінація дозволяє підприємству формувати конкурентні переваги відносно інших учасників ринку. Таким чином, конкурентна перевага є причиною, конкурентоспроможність слідством, а конкурентний потенціал – це основа, без якої неможливо виграти в конкурентній боротьбі за споживача.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: ОАО Типография Новости, 2000. – 256 с.
2. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко. – К. : ПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива: Пер. з фр.-СПб.: Наука, 1996. — С. 589.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. –311 с.

О.В. Трифонова, д.е.н., доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»,

Н.В. Трушкіна, к.е.н.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах трансформаційних перетворень актуалізуються проблеми управління логістичною діяльністю в системі менеджменту суб'єктів господарювання.

За останні десятиріччя у спеціальній літературі з логістики з'явилося безліч підходів до визначення терміна «управління логістичною діяльністю», які запропоновано різними зарубіжними та вітчизняними науковими школами [1-10 та інші]. Встановлено, що науковці ототожнюють управління логістичною діяльністю з такими поняттями, як «логістичний менеджмент», «логістичне управління», «логістичне управління підприємством», «логістичне управління в компанії», «управління логістикою», «управління ланцюгами поставок», «маркетингово-логістичне управління», які ґрунтуються на різних наукових концепціях і положеннях.

У результаті дослідження узагальнено різноманітні наукові погляди до формулювання сутності та змісту поняття «логістичний менеджмент». Як правило, вчені під цим терміном розуміють:

інструмент менеджменту, реалізація якого дозволяє зменшити витрати на закупку матеріальних ресурсів, управління

запасами, транспортування продукції;

синергію функцій управління (планування, організація, регулювання, координація та контроль) потоковими процесами;

організацію, планування й управління матеріальними й інформаційними потоками;

інтеграцію теорії менеджменту та логістики у форму «логістико-менеджменту» як комплексної системи управління матеріальними та інформаційними потоками.

Згідно з науковими концепціями різних авторів під логістичним управлінням розглядається: управління рухом і зберіганням сировини, матеріалів і готової продукції; організація та управління матеріальними ресурсами; управління матеріальними потоками та запасами; управління інтегрованою системною діяльністю «закупівля сировини – виробництво – розподіл – продаж – споживання»; управління матеріально-технічним постачанням, запасами, виробництвом, розподілом і збутом продукції; управління ланцюгом поставок; управління товарорухом. Отже, як свідчить аналіз, при визначенні змісту терміна «логістичне управління» науковці здебільшого акцентують увагу на управління матеріальними потоками, матеріально-технічними ресурсами, запасами та товарорухом.

У науковій літературі зустрічається поняття «логістичне управління підприємством», під яким розуміється стратегічний інструмент забезпечення діяльності. Логістичне управління в компанії полягає в інтегрованому управлінні бізнес-процесами з просування продукції та відповідних йому потоків від джерела його виникнення до кінцевого споживача.

Управління логістикою трактується як розробка комплексу процесів планування, організації, контролю та управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями в процесі доведення сировини та матеріалів до підприємства, переробки сировини, доведення готової продукції до споживача. Управління ланцюгами поставок включає управління взаємовідносинами із споживачами, попитом, виконанням замовлень, виробничим потоком, постачанням. Крім цього, вченими багато уваги приділяється розробці концепції маркетингово-логістичного управління, під яким розуміється інтеграція маркетингу та

логістики.

Слід відмітити, що при визначенні функцій управління логістичною діяльністю вченими не завжди враховується весь комплекс функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз, регулювання). Як правило, дослідники до функцій управління включають виключно: організацію; планування, реалізацію та контроль; планування і контроль. Деякі науковці відокремлюють організацію та планування з переліку функцій управління. Однак з цим неможна погодитися, оскільки планування та організація є ключовими управлінськими функціями.

Базуючись на концептуальних положеннях та власних результатах дослідження, запропоновано термін «управління логістичною діяльністю підприємства», під яким розуміється безперервний ітеративний процес, що здійснюється через реалізацію функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз та регулювання) процесами логістичної діяльності в єдиному комплексі (матеріально-технічне забезпечення, складування матеріальних ресурсів, формування запасів, виробництво продукції, обслуговування споживачів, транспортування продукції й її збут).

Таким чином, відмінністю авторського підходу до формулювання поняття «управління логістичною діяльністю» від існуючих є те, що пропонується врахування всього переліку функцій управління комплексом послідовно здійснених процесів логістичної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Сток Дж., Ламберт Д. Стратегическое управление логистикой. М.: ИНФРА-М, 2005. 669 с.
2. Харрисон А., Хаук Р. Управление логистикой. Разработка стратегий логистических операций. М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. 368 с.
3. Сандер Г., Шехтер Д. Логистика. Искусство управления цепочками поставок. М.: Претекст, 2008. 252 с.
4. Blaik P. Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarzadzania. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2010. 480 s.
5. Логістика: теорія та практика / В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Смоляник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 360 с.
6. Логістичний менеджмент / В.С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т.І. Лепейко; за ред. В.С. Пономаренка. Харків: ІНЖЕК, 2010. 440 с.
7. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 14th edition. Upper Saddle

River, New Jersey: Prentice Hall, 2014. 720 p.

8. Економіка логістики / За заг. ред. Є.В. Крикавського, О.А. Похильченко. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2014. 640 с.

9. Мэрфи Пол Р., Вуд Дональд Ф. Современная логистика. 8-е изд. Москва: ООО «И.Д. Вильямс», 2017. 720 с.

10. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрирование цепь поставок. 2-е изд. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. 640 с.

Н.І. Шашкова, д.е.н., доцент,
А.С. Тімощук, здобувач вищої освіти
Херсонський державний університет

АНАЛІЗ СПОЖИВАЦЬКИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ЮВЕЛІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ринок ювелірних виробів належить до ринку товарів преміум-класу, де ключовими імперативами виступають потреби статусності та престижу. Закономірно, що за умов низької платоспроможності населення та економічної нестабільності структура ринку попиту схильна до більш дешевих товарів [1].

Серед ключових проблем, що обмежують розвиток ювелірної промисловості в Україні, виділяють: зникнення середнього класу населення; надмірне державне втручання у функціонування ювелірної промисловості; неефективну податкову політику; відсутність програм підтримки вітчизняного виробника; недосконале митно-податкове законодавство; відсутність дієвого державного регулювання обігу дорогоцінних металів та каміння [2].

Аналіз споживацьких переваг щодо ювелірної продукції засвідчив, що сучасні молоді люди віком до 30 років віддають перевагу при виборі ювелірних прикрас у 70% випадків виробам із срібла, у 20% - виробам із золота, і тільки у 5% платиновим прикрасам. Покупці старші 40 років значно частіше купують золоті вироби (60%), ніж срібні (35%). Визначено, що 80% покупців частіше за все, незалежно від віку та статі, надають перевагу прикрасам із золота 585-ї проби та срібним виробам 925-ї проби, а інші 20% надають перевагу золоту 750-ї проби.

Зростання цін на ювелірні прикраси призвели до падіння купівельного попиту, який знаходиться на найнижчій позначці за останні десять років. Населення в такій ситуації швидко переорієнтувалися на дешевші прикраси.

Тому, дивлячись на таку тенденцію, ювелірні виробники здебільшого можуть собі дозволити люди середнього та вище середнього достатку.

В роботі було проведено маркетингове дослідження переваг споживачів ювелірної продукції. У дослідженні приймали участь 115 респондентів, які вважають себе постійними клієнтами магазинів ювелірної продукції. Масив даних спостережень склав 115×32 ; у результаті обробки даних у статистичному пакеті SPSS.21, отримано показник Кайзера-Майера-Олкіна на рівні 0,667, що дозволило провести багатфакторний компонентний аналіз. За результатами здійснення стохастичного факторного аналізу (метод головних компонент), отримано 4 головні компоненти, які були лінгвістично інтерпретовані, виходячи із частки у загальній дисперсії. Отримано повну пояснювану дисперсію, де 4 фактори пояснюють 72 % загальної дисперсії. Перша компонента інтерпретована як «Статусна купівля, стандарт життя» (частка у загальній дисперсії – 34 %), поєднала показники, які відображували буденність купівлі за звичкою клієнта ($X_{23}=0,740$; $X_{11}=0,632$; $X_{17}=0,541$). Ці клієнти ювелірних магазинів демонстрували високу залежність показників «Ціна неважлива», «Мода і стиль – пріоритет життєвих цінностей», «нові прикраси вказують шлях до успіху і незалежності». Друга факторна компонента «Прерогатива задоволення та індивідуалізму» (15 % загальної дисперсії) об'єднала показники, що характеризують такі клієнтські вподобання як «відчуття щастя» ($X_{13}=0,764$), «Бажання викликати подив» ($X_{20}=0,692$), «Позиціонування особистості у суспільстві» ($X_6=0,568$). Третя компонента отримала лінгвістичне описання «Нестаток емоційного задоволення» об'єднала показники «Прикраси – спосіб уникнути емоційних проблем» ($X_{24}=0,630$), «Прикраси змінюють світосприйняття» ($X_3=0,572$), «Нові прикраси підвищують самооцінку» ($X_7=0,514$). Четверта факторна компонента «Подарункова прерогатива» об'єднала ряд високо

корельованих між собою показників «Золоті та срібні прикраси – найкращий подарунок» ($X10=0,548$), «Відчуваю задоволення, коли дарую» ($X14=0,521$), «Якщо подарунок, то тільки коштовний та оригінальний» ($X28=0,515$).

Проведений аналіз на основі 115 об'єктів спостережень дав змогу визначити чотири інтегрованих компоненти, що визначають головну мотивацію споживачів до здійснення купівлі ювелірних виробів. Виходячи з цього, можна запропонувати чотири основних напрямків позиціонування продукції: 1) Акцент на статусі певних видів ювелірної продукції; 2) Акцент на задоволенні певних потреб; 3) Акцент на позитивному світосприйнятті; 4) Акцент на найкращій подарунковій формі.

Список використаних джерел:

1. Скубіліна А.В., Воловик В.М. Оцінка розвитку ринку ювелірних виробів в Україні / А. Скубіліна В. Воловик // Економіка і суспільство. – 2017. – №10. – С. 355-359.
2. Попівняк Ю. Проблеми функціонування ювелірної промисловості України у світовому контексті та шляхи їх розв'язання / Ю. Попівняк // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 9(147). – С. 62–69.

О.В. Вараксіна, к.е.н., доцент,

В.В. Михатіло, аспірант

Полтавська державна аграрна академія

СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінності процесу розвитку конкретного виробника від його конкурента як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільно необхідної праці, так і за ефективністю виробничої діяльності.

Конкурентоспроможність – це здатність відстоювати свої переваги на ринку завдяки наявності ефективної стратегії чи спроможності діяти протягом тривалого періоду на ринку та отримувати прибуток, який є достатнім для науково-технічного вдосконалення виробництва, підтримки продукції на високому якісному рівні [3].

Найпоширеніша градація конкурентоспроможності: конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, галузі, країни.

Пріоритетним вважають поняття конкурентоспроможності продукції. Товар виступає вже як результат господарської діяльності, яку здійснює підприємство. В процесі виробництва товару закладаються його якісні характеристики, що формують споживчу цінність продукції й відповідність ринковим вимогам. Підприємство визначає стратегію просування та збуту товару, враховуючи обставини зовнішнього середовища та оцінюючи власні можливості [2].

Складовими конкурентоспроможності товару є [1]:

1. *Якість товару*. Якість включає такі компоненти:

- техніко-економічні показники якості продукції;
- якість технології виготовлення продукції;
- експлуатаційні характеристики продукції;
- показники призначення продукції, надійності, довговічності, трудомісткості, матеріаломісткості, наукомісткості;
- екологічні показники, які характеризують відповідність товару вимогам захисту навколишнього середовища та базуються на раціональному і дбайливому природокористуванні;
- естетичні показники, які визначають зовнішню форму та вид продукції, її дизайн, привабливість, виразність, емоційність впливу на споживача тощо;
- нормативні складові: відповідність продукції обов'язковим стандартам якості, які прийняті у законодавчому порядку у країнах-партнерах. У більшості країн особлива увага приділяється стандартам якості, які забезпечують екологічну чистоту, високий ступінь уніфікації продукції, заходи безпеки та захист здоров'я людини. Причому продавець товару несе відповідальність за свій товар і після його продажу;
- забезпечення патентної чистоти та патентного захисту товару. Патентна чистота забезпечується, якщо оригінальні технічні рішення, використані при виробництві даного товару, здійснені тільки розробниками підприємства-виробника або

базуються на придбаній у інших фірм ліцензії та не підпадають під дію патентів інших фірм у конкретних країнах.

2. *Маркетингова складова*, яка показує переваги або недоліки у рівні конкурентоспроможності товару за характером та якістю досліджень ринку і запитів кінцевих споживачів, ступенем ефективності роботи з просування товару на ринок, стимулюванням продажів, рекламною діяльністю, правильністю вибору цінової стратегії, раціональністю формування збутової мережі та каналів товаропросування .

3. *Комерційна складова*, яка свідчить про якість комерційної роботи порівняно із фірмами-конку рентами та включає рівень компетенції:

- у підготовці та проведенні переговорів та укладанні торгових угод;

- у виборі форм та методів поставки товару;

- в обговоренні умов контракту, зокрема у визначенні ціни товару, його якості, способів задоволення можливих рекламацій, узгодженні умов та форм платежу, строків та умов поставки товару, технічного обслуговування тощо.

4. *Економічна складова*, яка включає:

- вигідність чи невикладність даного товару з точки зору витрат на його використання та утилізацію - кількість та вартість сировини, матеріалів, палива й енергії, які споживаються;

- витрати та строки здійснення ремонту і постачання запчастинами;

- кількість працівників, необхідних для обслуговування даного товару;

- витрати на зарплату, навчання та підвищення кваліфікації працівників тощо.

5. *Імідж та престиж*:

- фірми, яка продукує даний товар;

- комерційних спеціалістів фірми, які працюють по представленню та продажу товару споживачам.

6. *Авторитет місці країни, де продукується товар.*

Список використаних джерел:

1. Козик, В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Пайкова, Я.С. Карп'як, О.Ю. Григор'єв, А.О. Босак; К.: Центр

навчальної літератури, 2004. - 608 с.

2. Минко, Л. М. Сутність та складові поняття конкурентоспроможності підприємства / Л. М. Минко // Наукові праці НУХТ. — К. : НУХТ, 2014. - № 56.

3. Молла М. Г. Систематизація складових конкурентоспроможності підприємства / М. Г. Молла // Актуальні питання та перспективи розвитку економіки України: матеріали 9-ої міжнародної науково-практичної конференції (м. Алушта, 30 вересня-2 жовтня 2010 р.). – Сімферополь: ТНУ, 2010. – С. 84-85.

А.Ф. Гацько, к.е.н.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ

Виконання всіх процесів виробничо-комерційної діяльності суб'єктів аграрного виробництва, а також отримання прибутку від здійснення цієї діяльності неможливе без залучення та використання певних ресурсів. При цьому максимальної ефективності сільськогосподарське виробництво, зокрема, виробництво продукції рослинництва, досягає за оптимальної комбінації залучених ресурсів процесу виробництва продукції.

Завдання, що стоять на сьогоднішній день перед аграрним сектором економіки держави, полягають передусім в подоланні збитковості аграрного виробництва. Протягом декількох десятків років рівень економічної ефективності функціонування рослинницької галузі значно перевищував ефективність інших напрямів спеціалізації сільськогосподарських підприємств. Більш того, саме воно часто виконувало роль джерела фінансових надходжень для функціонування та розвитку інших галузей сільськогосподарського виробництва.

Нажаль, за роки загальної економічної кризи в державі, руйнування виробничої сфери економіки та кризи в аграрній сфері усі ці надбання були втрачені. На сьогоднішній день збиткова діяльність аграрних підприємств стала явищем, яке

зустрічається набагато частіше, ніж отримання стабільних прибутків від здійснення поточної виробничої діяльності. При цьому створена десятиріччями матеріально-технічна база аграрного виробництва занепадає внаслідок дії об'єктивних економічних закономірностей, обмеженості ресурсів, а отже скорочується ресурсне забезпечення виробництва в аграрному секторі. Саме тому, пошук шляхів до оздоровлення економічної ситуації в аграрному секторі економіки потрібно виконувати орієнтуючись на створення умов для оптимального забезпечення ресурсами виробничого процесу, як головної передумови здійснення успішної виробничо-комерційної діяльності підприємств. До того ж, розпочинати ці процеси необхідно саме в галузі рослинництва, яка має набагато більші за інші галузі сільськогосподарського виробництва, передумови для сталого розвитку та ефективного функціонування.

Основна увага вчених-економістів, що займалися та займаються проблемами вивчення процесів формування та раціонального використання ресурсного потенціалу, приділялась аналізу загального стану ресурсного забезпечення аграрного виробництва та опрацюванню рекомендацій з його покращання. Результати цих досліджень ґрунтуються на значному аналітичному матеріалі та мають велику наукову та науково-практичну цінність. При цьому в їх дослідженнях мало уваги приділяється методиці оцінки ресурсного забезпечення конкретних підприємств аграрного сектору АПК.

В сільськогосподарському виробництві, як і в будь-якому іншому виробничо-комерційному процесі, поєднуються засоби виробництва, предмети праці та процес праці для отримання певного результату, що має забезпечувати розширене виробництво.

Основними ресурсами сільськогосподарського виробництва в галузі рослинництва є: земельні ресурси; матеріально-технічні ресурси; трудові ресурси; фінансові ресурси; інформаційні ресурси.

При цьому відтворення ресурсів в аграрному виробництві, зокрема, рослинництві, при реалізації виробничих процесів є досить специфічним у порівнянні з іншими галузями народного господарства.

Процес відтворення носить не тільки фінансовий (матеріальний), а й екологічний характер, адже основним ресурсом аграрного виробництва в рослинництві є земельні ресурси, стан яких віддзеркалюється не тільки на ефективності процесів аграрного виробництва, а й на стані зовнішнього середовища взагалі. До того ж, відтворення родючості ґрунтів сільськогосподарського призначення при нераціональному їх використанні потребує великих витрат часу та матеріальних ресурсів.

Трудові ресурси є важливим ресурсом виробничого процесу, адже вони являють собою виробничий персонал, що безпосередньо виконує основні та допоміжні технологічні операції. Важливість цього ресурсу зумовлюється демографічними проблемами, а саме не вигідним співвідношенням сільського та міського населення, яке є наслідком масового відтоку кваліфікованих кадрів з сільської місцевості та загальним рівнем старіння населення.

Матеріально-технічні ресурси виробничого процесу поділяються на основні та оборотні засоби аграрних підприємств. Склад основних засобів, особливо активної їх частини, визначає можливість виконання необхідних для якісної реалізації виробничого процесу технологічних операцій, а разом з трудовими ресурсами, що залучаються, та організаційно-управлінськими заходами формують рівень технології на підприємстві та культуру виробництва на ньому. Оборотні засоби аграрних підприємств втілюються в матеріальних та нематеріальних витратах, основними з яких є витрати на утримання та експлуатацію сільськогосподарської техніки, закупівлю насінневих матеріалів, добрив, засобів захисту рослин та оплату праці персоналу підприємства. Безумовно, цілі здійснення виробничо-комерційної діяльності аграрних товаровиробників передбачають повне відтворення розміщених оборотних засобів, формування фондів оновлення складу основних засобів та забезпечення прибутку. Проте, в силу дії об'єктивних та суб'єктивних факторів ефективність аграрного виробництва в нашій країні залишає бажати кращого. При цьому основним негативним фактором об'єктивного характеру, що зумовлює формування негативних результатів, є сезонний

характер виробництва, який надто далеко розносить в часі моменти несення витрат та моменти отримання результатів. Дія цього фактору може бути успішно компенсована за рахунок використання дієвих та ефективних механізмів кредитування оборотних засобів аграрного виробництва. Проте, на сьогоднішній день в Україні ця система залишається в стадії формування та розвитку й далека від досконалої відповідності діючим умовам ведення господарської діяльності аграрними товаровиробниками. Тому вирішувати проблему залучення в свою діяльність коштів для фінансування оборотних засобів та коштів для інвестицій в оновлення та вдосконалення складу основних засобів суб'єктам господарювання доводиться поки що самотужки.

Наявність фінансових ресурсів дозволяє виробникам аграрної продукції забезпечити виробництво необхідними матеріально-технічними ресурсами в повному обсязі й за повним асортиментом.

Інформаційні ресурси аграрного виробництва є важливою складовою ресурсного потенціалу. До їх складу входять системи технологічної, маркетингової, управлінської, правової інформації тощо. Система технологічної інформації забезпечує найбільш повне використання виробничого потенціалу підприємства за рахунок раціонального врахування технологічних можливостей, наявних основних засобів, агрономічного потенціалу. Маркетингова інформація є результатом виконання досліджень цільових та ресурсних ринків і використовується для формування маркетингово-збутової політики підприємства, а також оптимізації постачання ресурсів виробництва, що є основою забезпечення та підвищення економічної ефективності основної діяльності. Управлінська інформація покликана забезпечувати раціоналізацію використання економічних ресурсів та складає основу для побудови систем управління створення центрів доходів, витрат та відповідальності. В сучасних умовах актуалізується значення правової інформації для забезпечення економічної безпеки підприємства.

Оптимальність системи маркетингової інформації залежить не стільки від якості організації роботи відповідних служб

підприємства, скільки від рівня розвитку відповідних товарних ринків: аграрної продукції та матеріальних ресурсів сільськогосподарського виробництва. Вдосконалення інших інформаційних систем можна досягти шляхом розвитку системи дорадництва в країні, розвитком наукових досліджень в галузі технології, управління та організації аграрного виробництва та розповсюдження їх результатів та іншими шляхами.

Таким чином, ресурси аграрного виробництва є складною, інтегрованою системою, що пов'язує різні за своїми характеристиками групи ресурсів матеріального та нематеріального характеру, які при використанні в своїй органічній єдності дозволяють отримувати результати шляхом створення аграрної продукції. При цьому ресурсне забезпечення аграрного виробництва для різних підприємств одного регіону може бути різним за рахунок дії факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру, що можуть спричиняти та зумовлювати дефіцит або надлишок окремих видів ресурсів. Виходячи з цілей дослідження, що виконується спробуємо з'ясувати критерії, за яким можна класифікувати аграрні підприємства з різним ресурсним забезпеченням їх діяльності.

Н.В. Гришина, к.е.н., доцент,
А.І. Мельник, здобувач вищої освіти
*Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова*

КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У трансформаційних умовах національної економіки діяльність підприємства, як відкритої системи, відзначається досить конкурентним зовнішнім і внутрішнім середовищем, яке характеризується нестабільністю та постійними змінами. Конкуренція є необхідним елементом ринкового механізму та головною відмінною рисою. Її наявність забезпечує розвиток національної економіки, примушує підприємців у конкурентній боротьбі завойовувати споживачів, підвищуючи якість і

знижуючи ціни на товари, що в цілому сприяє поліпшенню добробуту всього суспільства.

Проблематику дослідження конкуренції й розробку методологічних підходів щодо конкурентоспроможності підприємств висвітлено в працях зарубіжних вчених: М. Портер, І. Ансофф, Ф. Котлер, А. Томпсон, Г. Азоев, А. Юданов, А. Романов. Займалися цим питанням і вітчизняні вчені: Е. Азорян, І. Решетникова, А. Воронкова, Ю. Ярошенко, О. Костусев, З. Борисенко та ін. Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених дослідженню конкуренції, багато питань потребують подальшого дослідження.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» дає таке визначення: конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою отримання завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання повинні мати можливість обирати між декількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обігу товарів на ринку [1].

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю. Можна також розглядати цей процес як сукупність зазначених елементів.

Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі:

- планування: розробки продукції; виробництва; збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури; забезпечення ресурсами; стимулювання збуту;
- мотивація: робітників підприємства; контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень; якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності [2].

Передовий закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливості реалізації продукції, визначаються значним числом параметрів і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але

і на підприємство, і навіть країну.

Порівняно з іншими країнами США підтверджують статус найбільш конкурентоспроможної економіки світу. Ефективність національних ринків, конкурентоспроможність компаній, вражаюча здатність до технологічних інновацій, що базується на першокласній системі університетів і дослідних центрів, – усе це сприяє високому рівню конкурентоспроможності економіки та підприємств США [3].

Для України Сполучені Штати є прикладом роботи лібералізованої економіки. Щоб не втратити провідні позиції, США спонукає до розгляду і впровадження наступних механізмів:

- функціонування значної кількості «мозкових центрів» (дослідницьких установ) на національному рівні або при окремих галузевих асоціаціях;
- підвищення якості вищої освіти;
- проведення адекватної імміграційної політики щодо кваліфікованої робочої сили;
- поліпшення функціонування ринку капіталу;
- лібералізація продуктового ринку;
- застосування системи моніторингу досягнення якісних і кількісних показників [4].

Проблема конкурентоспроможності має в сучасному світі універсальний характер. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств різних країн має свої конкретні особливості, переваги та недоліки [5]. У багатьох країнах конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, які породжені об'єктивним розвитком продуктивних сил і відображенням результатів політики уряду щодо боротьби за якість, ринки збуту, отримання прибутку тощо.

Використання передового закордонного досвіду дозволить розробити систему ефективного організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств, адекватного вимогам сучасного стратегічного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 р. № 2210.

2. Гришина Н.В. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості (на прикладі Миколаївської області) /Н.В. Гришина, Д.С. Арчибісова, А.О. Єрмократій // Збірник наукових праць Харківського національного аграрного університету, 2018 №3, С. 410-420.

3. Теорія і практика діяльності підприємств: монографія в двох томах. Т.2 / Нац. металург. академія України; за заг. ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної . – Дніпро: Пороги, 2017.

4. Сидоренко О. США, Швейцарія та Данія очолили рейтинг ВЕФ за індексом глобальної конкурентоспроможності / О. Сидоренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/control/>

5. Економіка США як локомотив та барометр світового господарського поступу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.soskin.info/ea/2007/7-8/200702.html>.

Д.В. Дячков, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

СПОСОБИ ОЦІНКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційна сфера стає визначальним фактором ефективності діяльності як бізнесу, так і державних й недержавних організацій. Збільшення цінності та значущості інформаційних активів, проникнення інформаційної сфери в діяльність і бізнес організацій призводить до зростання значення забезпечення інформаційної безпеки організацій. Забезпечення належного стану інформаційної безпеки можливо за умови визначення характеристик й параметрів використовуваних засобів інформаційного захисту, процесів менеджменту управління інформаційною системою, ступеня системи інформаційної безпеки та її відповідності умовам соціально-економічної діяльності. Зазначене обумовлює актуальність дослідження способів оцінки інформаційної безпеки.

Найбільш розповсюдженими способами оцінки інформаційної безпеки є оцінка на основі еталону, оцінка на основі аналізу та оцінювання ризиків інформаційній безпеці, оцінка за економічними показниками.

Оцінка інформаційної безпеки за еталоном в залежності від встановлених вимог може бути системно-орієнтованою та провесно-орієнтованою. Системно-орієнтована оцінка зводиться

до порівняння реалізованих вимог до інформаційної безпеки за допомогою заходів захисту, що застосовуються в організації для забезпечення інформаційної безпеки з еталонною моделлю вимог до інформаційної безпеки. Сутність процесно-орієнтованої оцінки інформаційної безпеки полягає в порівнянні процесів управління (менеджменту) інформаційної безпеки організації з еталонною моделлю процесів управління.

Основні етапи оцінки інформаційної безпеки за еталоном включають вибір еталона та формування на його основі критеріїв оцінки, збір доказів оцінки та вимірювання елементів (факторів) об'єкта оцінки, пов'язаних з інформаційною безпекою, формування оцінки інформаційної безпеки.

В якості еталону може бути прийнята модель «нульового ризику», що описує об'єкт, який оцінюється сукупністю еталонних вимог по інформаційної безпеки (системно-орієнтована оцінка) або сукупністю еталонних процесів забезпечення інформаційної безпеки (процесно-орієнтована оцінка).

Найбільш трудомістким є процес оцінки інформаційної безпеки на основі ризиків, який умовно можна розділити на наступні етапи: ідентифікація ризику; аналіз ризику; оцінювання ризику.

Прийнято виділяти такі типи об'єктів захисту: інформаційні активи; програмне забезпечення; фізичні активи; сервіси; люди, а також їх кваліфікації, навички і досвід; нематеріальні ресурси, такі як репутація та імідж організації. На практиці розглядають перші три групи. Решта об'єктів захисту не розглядаються в силу складності їх оцінки.

Спосіб оцінки інформаційної безпеки на основі економічних показників оперує зрозумілими для бізнесу аргументами про необхідність забезпечення і вдосконалення системи інформаційної безпеки, тобто надається обґрунтування вартості системи забезпечення інформаційної безпеки для організації. При проведенні оцінки в якості критеріїв ефективності системи забезпечення інформаційної безпеки використовуються, наприклад [2], показники TCO (Total Cost Of Ownership – сукупна вартість володіння). Під показником TCO розуміється сума прямих і непрямих витрат на впровадження, експлуатацію

та супровід системи забезпечення інформаційної безпеки. Під прямими витратами розуміються всі матеріальні витрати, такі як купівля обладнання і програмного забезпечення, трудовитрати відповідних категорій співробітників. Непрямими є всі витрати на обслуговування системи забезпечення інформаційної безпеки, а також втрати від інцидентів. Збір і аналіз статистики по структурі прямих і непрямих витрат проводиться, як правило, протягом року.

Отримані дані оцінюються по ряду критеріїв з показниками ТСО аналогічних організацій галузі. Оцінка на основі показника ТСО дозволяє оцінити витрати на інформаційну безпеку і порівняти систему забезпечення інформаційної безпеки організації з типовим профілем захисту, а також управляти витратами для досягнення необхідного рівня захищеності.

Специфіка методів, що використовуються, значно залежить від суб'єкта діяльності, об'єкта впливу, а також переслідуваних цілей.

Список використаних джерел:

1. Баранова Е. К. Методики анализа и оценки рисков информационной безопасности / Е. К. Баранова // Образовательные ресурсы и технологи. – 2015. – №1(9). – С. 73-79.
2. Зефирова С. Л. Способы оценки информационной безопасности организации / С. Л. Зефирова, В. М. Алексеев // Труды Международного симпозиума «Надежность и качество» . – 2011. – №2. – С. 407-409.
3. Gartner. The Price of Information Security. Strategic Analysis Report. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gartner.com/en/consulting>

Л.В. Кислюк, кандидат наук із соціальних комунікацій
Луганський національний аграрний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

Вітчизняні особливості провадження виробничо-комерційної діяльності визначаються, в першу чергу, тим, що переважна більшість аграрних підприємств ще не дійшли до розуміння та прийняття одного з основних інструментів забезпечення ефективного функціонування, а саме генерування та імплементації стратегій конкурентоспроможного розвитку,

пріоритетом яких має стати використання теоретичних та прикладних здобутків маркетингу. Слід відзначити, що понятійно-категоріальний апарат досліджень маркетингу є майже повністю розкритим та сформованим для умов аграрного виробництва. Втім, жодне аграрне підприємство, не беручи до уваги об'єднання холдингового типу, не застосовує достатньою мірою у своїй практиці інструментарій стратегічного управління конкурентоспроможністю та фактично не використовує у своїй організаційно-управлінській практиці оформлених структур маркетингу. При цьому переважна більшість керівників вітчизняних аграрних підприємств взагалі не розуміє сутності, особливостей та важливості інтеграції в системи менеджменту підприємств елементів та інструментів маркетингової діяльності, а, отже, не вважають за необхідне використовувати можливості підвищення рівня конкурентоспроможності своїх підприємств в комерційній площині, зосереджуючи основну увагу на створенні конкурентних переваг на виробничій стадії циклу створення та реалізації продукції.

Така обмеженість заходів з управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції зумовлює переважне використання інструментів зниження виробничих витрат при створенні стійких конкурентних переваг цінового характеру. Останнє негативно впливає на рівень доходів, які отримують підприємства-товаровиробники, відповідно, на рівень економічної ефективності, інвестиційної привабливості, позбавляє суб'єктів аграрної сфери фінансових ресурсів стабілізації розвитку. Вказане складає сутність наукової проблеми розвитку стратегічного управління в аграрних підприємствах в контексті забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку на засадах теорії маркетингу. Успішне розв'язання зазначеної проблеми можливе за рахунок комплексного використання теоретичних, методологічних і практичних засад формування ефективних механізмів та інструментів управління, передусім, стратегічного, конкурентоспроможністю та розвитком аграрних підприємств, що зумовлює актуальність даного дослідження.

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 сільськогосподарських товаровиробників, як основних учасників отриманого в аграрній сфері валового національного продукту країни.

Справедливим є твердження, що вітчизняні особливості провадження виробничо-комерційної діяльності аграрних підприємств ще не дійшли до розуміння та прийняття однієї з основних теорій ефективного функціонування – теорії маркетингу. Слід відзначити, що теоретично всі категорії, елементи, системи та склад комплексу маркетингу вже давно розкриті, зокрема, і для умов аграрного виробництва, зокрема. Але, наразі, жодне аграрне підприємство (знову ж таки не включаючи великі, наприклад, агрохолдинги та ін.) не використовує офіційно у своїй організаційній структурі службу маркетингу. І, навіть, більш того, хотілось би відмітити, що опитування деяких керівників вітчизняних аграрних підприємств доводить, що переважна більшість з них не передбачає впровадження маркетингової діяльності і взагалі не розуміють сутності та особливостей даного виду діяльності. І, як висновок, не вважають за необхідне використовувати можливості підвищення рівня конкурентоспроможності своїх підприємств та своєї продукції на основі застосування комплексу маркетингу.

Саме через пристосування основних інструментів комплексу маркетингу з теоретичної основи до практичних дій аграрна сфера можливо не лише зможе підвищити рівень конкурентоспроможності підприємств, а й взагалі покращити результати їх виробничо-господарської діяльності на довгострокову перспективу.

На нашу думку, сучасні особливості розуміння управлінських та економічних процесів в аграрному виробництві в переважній більшості випадків не мають можливостей прикладного застосування здобутків розвитку теорії маркетингу через низку факторів, як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. По-перше, це пов'язано з тим, що існує безліч визначень даної категорії, які стосуються різних

сфер діяльності підприємства, окремі з визначень пристосовані до різних галузевих напрямів тощо. По-друге, постійний розвиток в економічній системі зумовлює необхідність внесення змін у сформовані стратегії провадження маркетингової діяльності, при чому одразу виникає найпростіша проблема поєднання теорії та практики – неможливість швидкого реагування в аграрній сфері через особливості виробничого циклу. По-третє, відсутність кваліфікаційного персоналу для запровадження маркетингу у виробничо-комерційну діяльність аграрників. Так, наприклад, замовлення фахівців з маркетингу Управлінням агропромислового розвитку Харківської області складає 3-5 осіб на рік, що навіть не досягає 1 % від фактичної кількості суб'єктів агробізнесу області.

Можливим та дієвим напрямком забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств є використання маркетингової діяльності, однак в дещо відмінному від сучасних теорій та здобутків науки вигляді. Ми пропонуємо запровадження теорії маркетингу до практики аграрних підприємств через формування моделей, які мають базуватись на первинних інструментах комплексу маркетингу, зокрема, на поєднанні товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик.

С.В. Кускова, к.е.н.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ АГРАРНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Існує широкий спектр вже визначених в теорії маркетингових стратегій ринкової конкуренції, які можна об'єднати в систему конкурентних стратегій підприємств і розглядати їх як сукупність стратегій, спрямованих на адаптацію підприємств до змін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку. Зокрема, виділяють блок стратегій формування конкурентних переваг (стратегії контролю над витратами, стратегії

диференціації та стратегії фокусування), блок стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємств (товарно-ринкова й ресурсно-ринкова стратегії, технологічна стратегія, соціальна стратегія, фінансово-інвестиційні стратегії, організаційна та управлінська стратегії тощо), блок стратегій конкурентної поведінки підприємств на обраних цільових ринках (наступальні, оборонні та коопераційні стратегії). Однак, на нашу думку, їх пристосування до діяльності аграрних підприємств в повному обсязі не є можливим через галузеву специфіку.

Система конкурентних маркетингових стратегій підприємств в теорії має включати стратегії формування конкурентних переваг, стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств і стратегії їх конкурентної поведінки. При цьому слід відзначити, що основною особливістю формування даних стратегій для умов діяльності аграрних підприємств є неможливість їх швидкого та повного впровадження через ряд чинників організаційного, економічного та управлінського характеру.

Зокрема, що стосується проблем організаційної частини, то першочерговою стратегією підприємств є якнайповніше забезпечення використання вже існуючих виробничих потужностей підприємств. В аграрному виробництві роками формується техніко-технологічна база, проведення оновлення якої не є можливим для фактора швидкого реагування на зміни ринкового середовища. Тобто така стратегія формування конкурентних переваг як стратегія диференціації та основні виробничі стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств – товарно-ринкова, ресурсно-ринкова та технологічна стратегія – в більшості випадків не зможуть бути поновлюваними або взагалі застосованими до аграрних підприємств в короткостроковому періоді. Слід також відзначити, що основним негативним фактором підвищення конкурентоспроможності для аграрних підприємств є час, тому саме швидке реагування на ринкову ситуацію є одним з найважливіших та найважчих завдань, поставлених перед ними.

Пристосовуючи маркетингові стратегії надбання конкурентних переваг у бізнес-процесах чи так звані загальні

стратегії конкуренції, сутність яких розкрита через матрицю за канонічним підходом М. Портера, до умов функціонування підприємств, можна зробити такі висновки.

Стратегія «лідерування на основі зниження витрат (цін)» базується на оптимізації усіх частин виробничо-управлінської системи: виробничих потужностей; рівня витрат на сировину, матеріали, енергоносії; продуктивності праці, тобто зорієнтована на високий рівень показників ефективності виробництва. З іншого боку, ця стратегія може сприяти зниженню інших параметрів конкурентоспроможності: якості виготовлення окремих деталей, відповідного рівня сервісу тощо.

Конкурентні переваги низьких витрат особливо важливі у випадках, коли: на ринку переважає цінова конкуренція; продукція має високий рівень стандартизації; витрати покупців на перехід до споживання продукції конкуруючих підприємств незначні.

Стратегія диференціації передбачає використання елементів унікальності у виробництві та збуті продуктів, які мають цінність для споживачів. Ця додаткова цінність, якої не мають продукти конкуруючих підприємств, дозволяє товаровиробнику отримувати премію, яка являє собою різницю між ціною, що призначає виробник, та середньою ціною у галузі. Успіх конкурентної стратегії диференціації вимагає відповідності між потребами у диференціації, які мають споживачі, та можливостями підприємства забезпечити цю диференціацію.

Необхідним є ринковий аналіз потенціалу диференціації по кожному виду продукції, що враховує готовність споживачів до диференціації, а також дозволяє визначити найбільш перспективні напрямки позиціонування.

Стратегія фокусування – це більш глибока диференціація продукції, яка випускається підприємством, або досягнення нижчих витрат в умовах функціонування на обраному сегменті. Іноді обидві сторони цієї стратегії реалізуються одночасно. Для аграрних підприємств стратегія фокусування являє собою комплекс рішень щодо переліку цільових сегментів, на яких воно буде працювати, та способу позиціонування товарів підприємства в кожному з цільових сегментів.

Стратегія забезпечення маркетингової діяльності

підприємства являє собою комплексну стратегію, яка включає довгострокові програми дій по всіх бізнес-процесах, спрямованих на формування належного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності. Пристосування існуючих теоретичних положень до умов виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств дає можливість виділити основні компоненти, а також запропонувати комплексну систему забезпечення їх розвитку.

Список використаних джерел:

1. Квятко Т. М. Агрмаркетинг як складова підвищення ефективності діяльності вітчизняних сільгоспідприємств. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів: ФОП Корпан Б.І., 2014. Т. 16. № 1 (58). Ч. 1. С. 213-218.
2. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія. Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. 294 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. пер. с англ. 2-е евродоп. изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 1999. 1152 с.

І.І. Надточій, к.е.н, доцент
*Херсонська філія Національного університету
кораблебудування імені адмірала Макарова*

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ: СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання здатність підприємства впроваджувати інновації є ключовим чинником підтримки його конкурентоспроможності та покращення результатів економічної діяльності. Це обумовлено, по-перше, економічною кризою, яка вибухнула в останній роки в країні; по-друге, посиленням глобалізації та конкуренції, як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках; по-третє, надзвичайно швидким зміненням потреб споживачів та їх способу життя. Виділяють чотири основні типи інновації – це продуктові, процесні, організаційні та маркетингові [1].

Особлива увага в літературі приділяється продуктовим і процесним інноваціям. Це пов'язано з тим, що у разі якщо

підприємству вдасться вивести на ринок новий продукт, який не має аналогів, або винайти новий метод виробництва відомого продукту, значно знизивши собівартість виробництва, то в результаті дане підприємство може отримати серйозну конкурентну перевагу на довгі роки. Також особлива роль відводиться організаційним інноваціям та їх впливу на підприємство. Попит на продукцію залежить не тільки від об'єктивних характеристик продукту, його ціни, але також від соціальних характеристик, іміджу, способів просування та каналів продажів товарів. У результаті підприємства одержують ефективні інструменти для впливу на поведінку споживачів, з метою підвищення продажів продукції і підвищення ефективності своєї діяльності [2].

Маркетингові інновації можуть відігравати важливу роль в підвищенні конкурентоспроможності підприємства та збільшення обсягів продажів товарів (робіт, послуг).

Основне завдання маркетингових інновацій – це збільшення обсягів продажу підприємства за допомогою зміни сегменту ринку з еластичним попитом на сегменти ринку з менш еластичним попитом через надання покупцям товарів з більшою цінністю [3].

Є дві основні причини, чому маркетингові інновації були виділені в окрему категорію і не розглядаються в рамках продуктових, процесних або організаційних інновацій. Маркетингові інновації здійснюють істотний вплив не тільки на конкурентоспроможність та результати діяльності підприємства, а і на весь інноваційний процес. Відмінною характеристикою маркетингових інновацій є те, що даний тип інновацій орієнтований на споживача та на ринки збуту, з метою підвищення обсягів реалізації товарів (послуг) та розширення ринкової частки підприємства.

Упровадження маркетингових інновацій має ряд переваг для підприємств в порівнянні з іншими типами інновацій. Ризики пов'язані з впровадженням маркетингових інновацій значно менше, у зв'язку з тим що маркетингові інновації спрямовані на незначні зміни в дизайні упаковки продукту, зміни в стратегії просування продукту, способів дистрибуції і встановлення ціни на продукт. Також маркетингові інновації можуть впливати на

результати вже в короткостроковій перспективі. Цей тип інновацій є відносно доступним, не вимагає тривалого процесу розробки та впровадження, як у випадку з процесними або продуктовими інноваціями.

У результаті маркетингові інновації мають особливу важливість для розвитку малих та середніх суб'єктів господарювання, а також – для низько- і середньотехнологічних підприємств. Для підприємств малого й середнього бізнесу розробка та впровадження продуктових або процесних інновацій утруднена через недостатнє фінансування і високі ризики. Також маркетингові інновації для підприємств малого та середнього бізнесу можуть представляти привабливу стратегію (з урахуванням її відносної доступності), оскільки саме ці суб'єкти господарювання діють в умовах кризи та мають не рівномірні суми доходів від реалізації.

Можливо виділити основні типи маркетингових інновацій, які можуть бути використані підприємствами для підвищення конкурентоспроможності: продуктові інновації, інновації в ціноутворенні, в просуванні продукту та його розміщенні. В основі маркетингових інновацій лежить концепція маркетингу маркетинг мікс (marketing mix) або «модель змішаного маркетингу», яка ґрунтується на правилі 4P – продукт (product), ціна (price), просування (promotion) і розміщення (placement) [4]. Під продуктовими маркетинговими інноваціями, в даному випадку, розуміється зміни в дизайні та пакуванні, які необхідні для підвищення привабливості продукту серед інших продуктів даної категорії або подання його на новому ринку або сегменті ринку. Під інноваційною діяльністю в ціноутворенні мається на увазі застосування нових методів призначення ціни на товари (послуги), які не використовувалися раніше на підприємстві. Інноваційні методи просування передбачають зусилля підприємств щодо поліпшення іміджу своєї продукції або підвищення обізнаності про неї продавців та споживачів, за допомогою нових концепцій просування товарів (послуг) даного підприємства. Під інноваційними методами розміщення розуміється використання нових каналів збуту продукції або надання послуг.

Маркетингові інновації є важливим інструментом

інноваційної діяльності підприємств, особливо в умовах кризових явищ, коли впровадження продуктових або процесних інновацій ускладнюється через недостатнє фінансування та високі ризики. Також маркетингові інновації можуть давати результати в короткостроковій перспективі, здійснюючи позитивний вплив на продаж продукції, підвищуючи конкурентоспроможність та покращуючи показники економічної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Medrano-Sáez, N., Olarte-Pascual, M. Marketing innovation as an opportunity in a situation of uncertainty: the Spanish case. *InSoft Computing in Management and Business Economics*. 2012. Vol.1. P. 327–341.
2. Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management decision*. 2009. Vol. 47. № 8. P. 1323–1339.
3. Бренды Unilever показали 30% рост, отказавшись от стереотипизации женщин. URL: http://mmr.ua/show/brendy_unilever_pokazali_30_rost_otkazavshisy_ot_stereotipizatsii_zhenshtin (дата доступа: 11.10.2016).
4. Naidoo, V. Firm survival through a crisis: The influence of market orientation, marketing innovation and business strategy. *Industrial marketing management*. 2010. Vol. 39 №8. P. 1311–1320.

І.В. Науменко, к.е.н.

Луганський національний аграрний університет

РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ АГРОМАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Існуюча практика аграрного виробництва поки що залишається на виробничому рівні, тобто напрям діяльності аграрного 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. 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 аграрному

виробництві також маж свої особливості. Так, встановлення ціни реалізації у підприємствах відбувається в переважній більшості не за теоретично більш привабливими методами («витрати + необхідний прибуток», за ціною лідера), 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 аграрної продукції від безпосередніх виробників до посередницьких організацій в межах 90 -100 %.

Існуючий рівень ринкових цін є низьким для аграрних підприємств з точки зору можливостей подальшого провадження розширеного відтворення, а також викликає перерозподіл фінансових ресурсів зі сфери 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 аграрне виробництво знаходиться лише на рівні залучення найпростіших інструментів (виставки, ярмарки). І останньою складовою маркетингового інструментарію забезпечення виробничо-комерційної діяльності 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 агросировинної продукції. Останнє також є базовою причиною перетікання основного капіталу зі сфери виробництва до сфери обігу, що, в свою чергу, призводить до недоотримання прибутків аграрними товаровиробниками, які повністю забезпечують весь складний та ресурсозатратний виробничий процес [1].

Отже, концепція запровадження агромаркетингу має

базуватись на розумінні маркетингу, як різновиду системи управління виробничо-збутовою діяльністю суб'єкта агробізнесу, в основу якого покладено використання базових інструментів маркетингу (товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик) як єдиного комплексу. Результатом формування даної системи буде 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 сільськогосподарських товаровиробників.

Існуючий рівень можливостей формування маркетингової діяльності в аграрному виробництві є слабким, при чому розглянуті лише базові компоненти, а не всі можливі наукові результати розвитку теорії маркетингу. Тому ми пропонуємо 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.

Слід відзначити, що такі заходи спрямовані на малі й середні підприємства (класифіковані за розмірами). На нашу думку, базовий рівень дозволить товаровиробникам прийти до розуміння сутності маркетингової діяльності, а також до необхідності її залучення в свою систему управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Горкавий В. К., Іващенко О. В. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях. Економіка АПК. 2008. № 7 (165). С. 105-111.
2. Іващенко О. В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». Вип. 4 (35).

Суми : СНАУ, 2009. С. 71-76.

3. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств : монографія. Харків: Видавництво ТОВ «Смуґаста типографія», 2017. 332 с.

4. Квятко Т. М. Агрормаркетинг як складова підвищення ефективності діяльності вітчизняних сільгосп підприємств. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів: ФОП Корпан Б.І., 2014. Т. 16. № 1 (58). Ч. 1. С. 213-218.

5. Krasnorutsky O. O., Rudenko S. V. Methodological foundations of economic estimation of agricultural enterprises production capacity. Scientific bulletin of Polissia. 2016. № 2 (6). 140-145.

А.С. Олійник, к.е.н., асистент
Полтавська державна аграрна академія

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ВДОСКОНАЛЕННІ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА АГРОТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ

Вагомого значення для ефективного управління агротуристичними господарствами мають такі чинники:

- система дистрибуції агротуристичної послуги;
- рівень обґрунтованості ціни на агротуристичні послуги;
- рівень розвитку маркетингу агротуристичних послуг на їх ринку;
- участь органів місцевого самоврядування у розвитку агротуристичної діяльності на їх теренах.

Агротуризм як бізнес може бути прибутковим у разі застосування оптимальної і простої та зрозумілої для клієнтів системи ціноутворення на послуги, що надаються в агротуристичній оселі.

Цінова політика агротуристичного господарства має бути однозначна і прозора і не повинна допускати якихось неточностей стосовно споживачів агротуристичних послуг. Ціна, по суті, і є одним із найважливіших інструментів, який істотно зумовлює результативність і ефективність дії інших інструментів маркетингової композиції (рис. 1).

В агротуристичному секторі України здебільшого використовується маркетинговий підхід до ціноутворення. Суть

його полягає у тому, що ціна на агрорекреаційні послуги встановлюється господарями з урахуванням цінової кон'юнктури найближчих прямих конкурентів, вигідності місця розташування агрооселі, близькості до розрекламованих курортно-рекреаційних центрів, мальовничості довкілля та інших міркувань [2, с. 119].



Рис. 1. Вимоги до рівня ціни на агротуристичні послуги

Окремі дослідники пропонують доповнити чинники, що визначають рівень ціни на агротуристичні послуги, ще складом продукту, змінами попиту, вводячи також у використання таке поняття, як цінність продукту [1, с. 137]. Останнє, не має достатньої доцільності, хоча б з огляду на неконкретність і безадресність цієї характеристики.

Очевидно, що, визначаючи рівень ціни на послугу, власник агротуристичного господарства має виходити з рівня витрат на створення цієї послуги. Тобто на першому етапі визначення ціни господар повинен уважно проаналізувати свої витрати і визначити, які саме з них формують собівартість одиниці продукту його агротуристичного господарства, за яку можна взяти один туристодень. Усі наступні етапи розрахунку ціни є етапами визначення можливості одержання максимуму прибутку залежно від чинників, які на це впливають [4].

Зниження ціни одиниці агротуристичної послуги з метою збільшення чисельності клієнтів протягом року є економічно виправданим лише у разі добре налагодженої промоційної діяльності господарства на ринку агротуристичних послуг.

Ефективність оптимізації системи ціноутворення матиме вищий рівень у поєднанні з ефективним маркетингом на рівні кожного агротуристичного господарства. При цьому ним можуть займатись як самі господарі садиб (за наявності

необхідних коштів, знань та часу), так і спеціалізовані на агротуризмі фірми чи навіть асоціації або організації агротуристичних господарств [3].

Дистрибуція полягає у суспільно та економічно ефективному переміщенні продуктів і послуг із сфери виробництва до сфери їх споживання, тобто до кінцевих споживачів [5, с. 61]. Але агротуристична послуга тим і відрізняється від інших, що вона споживається безпосередньо за місцем її пропозиції і, таким чином, переміщенню не підлягає. Тому дистрибуція агротуристичної послуги також має дещо інший характер. Її суть полягає у своєрідній «пропозиції пропозиції» з агротуристичних послуг за певними каналами. Ефективність дистрибуції залежить власне від правильності вибору цих каналів.

Таким чином, основою ефективного маркетингового менеджменту агротуристичних послуг на відповідному ринку має бути обґрунтовано виважена ціна на ці послуги та способи її подання клієнтам. Реальну допомогу у розвитку агротуризму на сільських територіях можуть надавати органи місцевого самоврядування, стратегія дій яких передбачає розвиток агротуризму як один із важливих шляхів зрівноваженого комплексного розвитку цих територій.

Список використаних джерел:

1. Липчук В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку / В. Липчук. – Львів: СПОЛОМ, 208. – 160 с.
2. Рутинський М. Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2006. – 271 с.
3. Шимечко Г. І. Агротуризм як чинник активізації сільськогосподарського виробництва / Г. І. Шимечко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького. – Львів, 2008. – Т.10, №3 (38). – С. 402-407.
4. Шимечко Г. І. Місце маркетингу в туристичних фірмах / Г. І. Шимечко // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє : щорічник. – Тернопіль : Збруч, 2002. – С. 84-88.
5. Kotler Ph. Marketing, Management, Analysis, Planning, Implementation and Control / Ph. Kotler. – New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1988. – 744 p.

СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах розвитку економіки України суб'єкти господарювання все більше звертають увагу на економічну безпеку, яка вимагає створення власної системи управління.

Необхідність формування системи управління економічною безпекою підприємств зумовлена наступними чинниками: постійна взаємодія підприємств з факторами зовнішнього середовища як основного джерела загроз, що можуть спричинити дестабілізуючий вплив на їх діяльність; наявність слабких місць у діяльності підприємств і можливість розробки заходів щодо їх своєчасного усунення; управління економічною безпекою є головним резервом оптимізації основних виробничих процесів виготовлення продукції; вимоги ринкової економіки до забезпечення економічної безпеки як фактору сталого розвитку підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності [1].

Для цього необхідно задіяти можливості всіх складових системи економічної безпеки підприємства: фізичну безпеку об'єктів підприємницької діяльності: будівель, споруд, машин, механізмів, товарних запасів, сировини, фінансових ресурсів; інформаційну безпеку, захист інформаційних мереж, ресурсів, програмних засобів, а також об'єктів інтелектуальної власності та інших нематеріальних активів, включаючи майнові інтереси учасників підприємницької діяльності; юридичну безпеку, під якою розуміється компетентне оформлення порядку і умов здійснення діяльності; безпеку персоналу, техніку безпеки, особисту безпеку підприємця, топ менеджменту, безпеку ділових відносин, тощо.

Забезпечення економічної безпеки виробничої діяльності вимагає проведенні комплексного аналізу та створення на підприємстві власної системи безпеки, метою функціонування якої є своєчасне виявлення і запобігання небезпекам і загрозам,

забезпечення досягнення підприємством мети діяльності. Реалізація даної мети відбувається на основі вирішення цілого комплексу завдань, серед яких – виявлення реальних і прогнозування потенційних небезпек і загроз, знаходження способів запобігання їм, ослаблення або ліквідації наслідків їх дії, аналіз зусиль і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства [3].

В останні роки в практиці управління організацією, так і в оцінці її економічної безпеки, широко використовується ситуаційний підхід. Це зумовлено потребою у швидкій реакції на зміну ситуації (насамперед, у зовнішньому середовищі) в умовах інформаційної невизначеності, тобто об'єктом дослідження виступає ситуація, конкретні обставини, які впливають на безпеку організації в конкретний момент часу. Серед недоліків такого підходу необхідно зазначити: високу залежність від кваліфікації керівного складу організації; неузгодженість дій осіб і підрозділів у вирішенні ситуації; нерівноцінність придатності до ситуацій, які неможливо передбачити, і які повторюються з певною періодичністю [4].

Отже, перед початком формування системи управління економічною безпекою підприємства необхідно визначити основні функціональні завдання майбутньої системи економічної безпеки підприємства, серед яких є забезпечення: захисту матеріальних, фінансових, інформаційних ресурсів підприємства, його інтелектуальної власності, комерційних інтересів; технологічної незалежності і високої конкурентоспроможності його технологічного потенціалу; високого рівня інтелектуального потенціалу підприємства і кваліфікації його персоналу; високого рівня екологічної роботи підприємства, зниження руйнівного впливу результатів його виробничої діяльності на стан навколишнього середовища; ефективної організації безпеки персоналу підприємства; захищеності інформаційного середовища, комерційної таємниці підприємства і досягнення належного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх служб, відділів і підрозділів; якісної правової захищеності всіх напрямків його діяльності тощо.

Результатом застосування даного підходу має стати формування такої системи економічної безпеки підприємства,

що виходить із необхідності ситуаційного аналізу у сфері безпеки «по вертикалі» (ієрархія управління бізнесом, конкуренція між топ-менеджерами, протиріччя серед власників і тощо) і «по горизонталі» (зовнішня обстановка) з урахуванням цілей бізнесу і завдань системи безпеки.

Згідно даного підходу, ситуаційний аналіз, на нашу думку, повинен проводитись постійно; у протилежному разі система втратить якості, отримані завдяки вжитим з метою удосконалення заходам, що може призвести як до зниження ефективності її функціонування, так і рівня економічної безпеки підприємства загалом. При цьому процес створення чи поліпшення системи безпеки відбувається відповідно до визначених цілей бізнесу, а також мети і завдань системи безпеки [2].

Список використаних джерел:

1. Васильєв О. В. Формування системи управління економічною безпекою промислових підприємств [Текст] / О.В. Васильєв, В.І. Мейта // Економічний аналіз : зб. наук. праць /ТНЕУ; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – № 2. – С. 138-145. – ISSN 1993-0259.

2. Коробчинський О.Л. Організація та функціонування системи економічної безпеки підприємств будівельного холдингу [Текст]: автореферат дис. ... канд. екон. наук / О. Л. Коробчинський. – К., 2010. – 20 с.

3. Міщенко С. П. Концептуальні аспекти економічної безпеки підприємств у ринковій економіці / С. П. Міщенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_2_190_195.pdf

4. Якименко Ю. М. Вибір підходу до оцінки економічної безпеки бізнесу в організації. / Ю. М. Якименко // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – № 3. – К.: ДУТ, 2015. – С. 131-144.

Н.Г. Сейсебаєва, к.е.н., доцент,
В.С. Кармазіна, здобувач вищої освіти
Запорізький національний університет

РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

Будь-яка дія, пов'язана з ризиком, завжди цілеспрямована, тому що відсутність мети робить рішення, пов'язане з ризиком, безглуздим. Досвід провідних міжнародних компаній

переконливо доводить, що стабільність розвитку бізнесу і підвищення ефективності управління неможливі без активного використання ризик-менеджменту, як складової частини системи управління компанією, незалежно від її масштабів і специфіки виробництва або надання послуг [1].

Наразі під час розвитку ринкових відносин в Україні, безумовно, посилюється невизначеність та конкуренція, що часто призводить до створення кризових ситуацій у підприємствах. Щоб вижити за цих умов, менеджерам підприємств слід упроваджувати нові технології та технічні новинки, приймати сміливі та нетрадиційні рішення. Але це об'єктивно підвищує ступінь ризику [2].

Сучасне значення слова ризик розвинулось, напевно, з мови мореплавців, для яких скеля, підводний камінь є небезпечним [3].

З 60-х рр. ХХ ст. ризик став предметом міждисциплінарних досліджень. Виникла нова галузь науки – ризикологія [3].

До останнього часу вважалося, що існує дві основні теорії ризику: класична та неокласична. Положення класичної та неокласичної школи можна розділити лише умовно. Тому що, якщо у випадку класичного підходу, визначальним є загроза понести збитки, то наслідком виступає – відхилення від досягнення поставлених цілей. Аналогічно, для неокласичної теорії: основою є досягнення цілей, а отримання збитків – це наслідок відхилення від поставлених цілей [2].

Ступінь або стан ризикозахищеності підприємства визначається за допомогою низки критеріїв, які характеризують: розмір основних фондів, розмір та структуру власних оборотних коштів, рівень рентабельності, обсяг реалізації, прибутковість, фінансову стійкість, потужність підприємства, схильність до ризику системи управління [1].

Формування системи управління ризиком (ризик-менеджмент) на підприємстві необхідно здійснювати в чітко визначеній послідовності (рис. 1).

Ризикозахищеність підприємства проводиться в трьох напрямках – фінансової діяльності, інвестиційної діяльності та операційної діяльності. Щодо ризикозахищеності фінансової діяльності, то варто зауважити, що йдеться про фінансову

стійкість підприємства, яка визначається на основі великої групи фінансово-економічних показників і передбачає рентабельність і самофінансування діяльності, фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Ризик-менеджмент інвестиційної діяльності спрямований на підвищення привабливості інвестицій і націлений на зниження втрат від ризикових операцій або взагалі їх уникнення. Ризикозахищеність операційної діяльності підприємства пов'язана з основною діяльністю підприємства, ключовими елементами якої є реалізація товарів, робіт (послуг) і проведення маркетингової стратегії підприємства [3].



Рис. 1. Система управління ризиком на підприємстві [3]

Управлінська поведінка в умовах ризику базується на таких принципах:

1. Не можна ризикувати більше, ніж це дозволяє власний капітал. Реалізація даного принципу передбачає:

- оцінювати максимально можливий обсяг збитків;
- порівнювати обсяг збитків з обсягом власного капіталу підприємства та власними фінансовими ресурсами.

2. Не можна ризикувати великим заради малого.

3. Позитивне рішення приймається лише у разі відсутності сумнівів, якщо ж вони існують – слід прийняти негативне

рішення. Прогноз розвитку ситуації повинен завжди бути песимістичним. Реалізація цього принципу передбачає необхідність пошуку альтернативних варіантів [1].

Сьогодення України неможливо розглядати без врахування такого економічного явища як ризик. Адже кардинальні економічні перетворення, які відбуваються сьогодні, потребують врахування ризику в багатьох сферах і галузях народного господарства.

Поглиблене вивчення досвіду зарубіжних країн управління в кризових ситуаціях дасть змогу вчасно та максимально виважено реагувати вітчизняним підприємствам на зміни в різних секторах економіки [3].

Список використаних джерел:

1. І.В. Назарчук, О.М. Косіюк. Менеджмент організацій. URL:https://pidruchniki.com/67944/menedzhment/kriteriyi_rizikozahisichenosti_org_anizatsiyi
2. Л.І. Скібіцька, В.В. Матвеев, В.І. Щелкунов, С.М. Подреза. Антикризовий менеджмент. URL:https://pidruchniki.com/1661032861270/menedzhment/upravlinnya_rizikozahisichenisty_u_pidpriyemstva
3. А.А. Степанова. Ризикозахищеність підприємства в сучасних умовах господарювання. URL:https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=2ahUKEwjW85We0anhAhUilYsKHQOZD30QFjAHegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fjournal.puet.edu.ua%2Findex.php%2Fnaven%2Farticle%2Fdownload%2F56%2F52&usg=AOvVaw3n3kegpwMLsc34zbWC_EaR

І.В. Чикало, к.е.н., викладач,

І.С. Кирилук, здобувач вищої освіти

Тернопільський національний економічний університет

РЕСУРСНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В умовах нестабільності зовнішнього середовища, зумовленого впливом глобалізаційних процесів та активною конкурентною боротьбою підприємств, одним із вагомих чинників забезпечення конкурентоспроможності останніх виступає ресурсний. Так, саме за рахунок ефективного використання ресурсного потенціалу у виробничому процесі можливим є досягнення цінових, екологічних, технологічних та

інноваційних конкурентних переваг. Зазначене актуалізує необхідність побудови системи управління підприємством на засадах стратегічного підходу, інструментарій якого включає формування ресурсної стратегії управління підприємством.

Теоретичні засади формування ресурсної стратегії підприємства базуються на дії економічних законів та закономірностей, базових концепціях ресурсного, системного та стратегічного менеджментів, розуміння яких сприятиме формуванню об'єктивних висновків та розробці практичних рекомендацій.

У практичній площині слід врахувати, що перед підприємством постає проблема збалансування його потреб у ресурсах задля забезпечення виробничого процесу і на цій основі формування його конкурентних переваг. Досягти вказаного можливо за рахунок поєднання в системі менеджменту ресурсної концепції та концепції стратегічного менеджменту. Так, в основі ресурсної концепції є ідея про те, що усі підприємства, по суті, різні, і ці відмінності можуть бути стійкими зважаючи на володіння конкретними підприємствами унікальними ресурсами і здатностями, які, будучи джерелами економічних рента, визначають конкурентні переваги цих підприємств [3], а дійсні джерела конкурентної переваги залежать від здатності керівництва консолідувати розосереджені по організації технології і виробничі навички в компетенції, що наділяють окремі підприємства потенціалом швидкої адаптації до ринкових можливостей, що змінюються. Основною метою ресурсної стратегії є забезпечення підприємства всіма видами ресурсів. Ресурсна стратегія належить до забезпечуючих стратегій стратегічного набору, реалізація якої означає також формування нового або перетворення наявного виробничого потенціалу підприємства. Структура та зміст стратегій залежать від галузевої приналежності підприємства, характеру виробництва, його місцезнаходження, форми власності та рівня управління [1].

Процес формування ресурсної стратегії має охоплювати комплекс взаємопов'язаних, виконаних у логічній послідовності етапів, а саме: аналіз внутрішнього й зовнішнього середовища функціонування підприємства, оцінка складових ресурсного

потенціалу підприємства щодо відповідності її меті конкурентного розвитку та з визначенням переваг й недоліків із метою майбутнього її корегування, визначення цілей та завдань конкурентного розвитку на базі встановленого конкурентного статусу, вивчення внутрішнього потенціалу і зовнішнього середовища, коригування вибраної стратегії конкурентного розвитку відповідності щодо цілей діяльності підприємства і внутрішніх можливостей. У випадку, якщо стратегія відповідає цілям й наявним засобам їх отримання визначаються головні напрямки ресурсної політики в рамках конкурентної, метою якої є ресурсне забезпечення конкурентних переваг підприємства.

У процесі розробки ресурсної стратегії управління підприємством вважаємо за доцільне використання комплексної оцінки потенціалу основних складових діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність на основі розрахунку показників забезпечення фінансовими, трудовими та матеріальними ресурсами, а також розрахункових показників ефективності їх використання.

Водночас, в рамках формування ресурсної стратегії підприємства не менш важливим є розробка портфелю ресурсних стратегій, які можуть бути застосовані як щодо окремих сфер управління підприємством (чи окремим видом ресурсів), так і в цілому як комплексна ресурсна стратегія, яка синтезує різні складові. Така стратегія визначатиме структуру, джерела надходження і напрямки використання різних видів ресурсів підприємства в розрізі забезпечення його цільових орієнтирів. Портфель ресурсних стратегій має охоплювати управління матеріально-технічними, фінансовими, кадровими ресурсами.

Таким чином, в сучасних умовах висококонкурентного середовища взаємоузгодження стратегічних цілей підприємства із ресурсними його можливостями можливе за рахунок формування ресурсної стратегії підприємства.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: [Навч. посібник] / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко; 2-ге вид., випр. і доп.; За ред. Василенка В.О. – К.: Центр навчальної літератури, 2015 – 400 с.

2. Кузьменко О.В. Організаційно-економічний механізм стратегічного управління ресурсним потенціалом підприємства / О.В. Кузьменко //

Академічний огляд. – 2014. – № 1 (40). – С. 110-115.

3. Сластянікова А.І. Механізм формування ресурсного потенціалу керованоорганізаційного розвитку підприємства : стратегічний та тактичний аспекти / А.І. Сластянікова // *БізнесІнформ*. – 2014. – № 2. – С. 386-391.

Ю.В. Чорток, к.е.н., доцент,
І.В. Федоришин, здобувач вищої освіти
Сумський державний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КСЕВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ¹

Для сучасного світу характерні безліч соціальних та екологічних проблем і в цьому зв'язку особливо значимою стає соціально-екологічна відповідальність бізнесу – підприємств і організацій, пов'язаних з виробництвом, розподілом і постачанням продукції та послуг. Саме вони володіють необхідними фінансовими та матеріальними ресурсами, здатними вирішувати посталі перед світом соціально-екологічні проблеми. З іншого боку, для компаній, корпоративна соціально-екологічна відповідальність (КСЕВ) – це один із способів підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

За п'ять останніх років кондитерський ринок України сильно змінився. В умовах економічного спаду багато великих гравців здали свої позиції чи вдалися до перегляду стратегії виживання. А покупці вже по-іншому, більш серйозно ставляться до вибору солодоців. Зараз під час вибору товару відіграє роль країна виробника: покупець частіше вибирає українську продукцію.

До світових трендів розвитку кондитерського ринку, які повинні братися до уваги виробниками при формуванні та реалізації конкурентної політики згідно [1] належить чистота торгової марки і репутація компанії – популярністю користуються продукти, вироблені з дотриманням усіх вимог громадських, екологічних, торговельних та інших організацій. Крім того, споживачі більш охоче купують товари із натуральних та екологічно чистих інгредієнтів. Тобто компанії,

¹ Матеріал підготовлено в рамках НДР «Корпоративна соціально-екологічна відповідальність для сталого розвитку: партнерство стейкхолдерів реального, фінансового та державного секторів економіки» № державної реєстрації 0117U003933

що впроваджують КСЕВ, мають більше шансів бути успішними на ринку.

Фахівці стверджують, що на ринку кондитерських виробів України два роки поспіль простежується тенденція до відновлення та зміцнення [4]. Про це свідчать і позиції в рейтингу Global Top 100 Candy Industry за останні роки [6]. До сотні найбільших в світі виробників солодоців входять три українські компанії – «Roshen» (25-та позиція у рейтингу 2018 р., 24-та – у 2017 р.), «АВК» (64-та позиція у рейтингу 2018 р., 67-ма – у 2017 р.) та «Konti Group» (43 позиція у рейтингу 2017 і 2018 рр.). Причому їх позиції в рейтингу рік від року зростають.

Лідерами в світі у 2017–2018 рр. є Mars Inc., Mondelēz International та Ferrero Group [6]. Із наведених лідерів лише компанія Mondelēz International має виробничі потужності в Україні. Вони представлені ПрАТ «Монделіс Україна», розташованому у м. Тростянці Сумської області. ПрАТ «Монделіс Україна» є одним із лідерів на ринку харчових продуктів України у категоріях кави, виробів із шоколаду, солоних снєків та печива. Компанія працює в Україні з 1995 року. До складу підприємства входять Тростянецька шоколадна фабрика «Україна» та дочірнє підприємство ТОВ «Чіпси Люкс» Місія ПрАТ «Монделіс Україна»: «Створювати смачні миті радості» [3].

Компанія Mondelēz International має широкий спектр заходів соціального, екологічного характеру як в Україні, так і в усьому світі. Так, зокрема, на своєму сайті публікує звіт корпоративної соціальної відповідальності, що містить перелік заходів забезпечення, в тому числі, і сталого розвитку [5].

ПрАТ «Монделіс Україна» щорічно виділяє більше 4,2 млн. грн. на проекти соціальної відповідальності, а також віддає на благодійність 200 тон продукції вартістю понад 8 млн. грн. [2].

Для аналізу конкурентоспроможності ПрАТ «Монделіс Україна» було проаналізовано основних конкурентів. Результати аналізу із зазначенням ступеня впливу конкурентів на ключові фактори успіху підприємства у галузі подані в табл. 1.

Основне завдання компанії на найближчі роки – це зміцнення позицій на українському ринку.

Таблиця 1

Інформація про найбільш впливових конкурентів з основної продукції

Найменування продукції (виду продукції)	Найменування конкурента	Ступінь конкуренції		
		незначний вплив	середній вплив	значний вплив
Шоколад	Міжнародна кондитерська корпорація ROSHEN та компанія «АВК»			X
Кондитерські вироби («Барні», «Тук»)»	-	X		
Кава	ТОВ «Nestle-Україна» (TM Nestle) та СП «Галка»			X

У подальшому ПрАТ «Монделіс Україна» збирається продовжувати свої інновації щодо випуску кондитерських виробів для своїх споживачів.

Список використаних джерел:

1. Огляд кондитерського ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rurik.com.ua/documents/research/Confect_2012_review.pdf.
2. Офіційний сайт Монделіс Україна <https://ua.mondelezinternational.com/about-us/our-team>
3. Офіційний сайт Mondelez International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ua.mondelezinternational.com>.
4. Тенденції ринку кондитерського бізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bizrating.com.ua/20/articles/1310/index.html>.
5. Mondelez International Corporate Factsheet https://www.mondelezinternational.com/~media/MondelezCorporate/Uploads/downloads/mondelez_intl_fact_sheet.pdf
6. The Top 100 Candy Companies in the World in 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.candyindustry.com/2017-Global-Top-100-Part-4>.

Л.В. Шульга, к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Останнім часом проблема глобалізації набуває все більшого значення, тому в умовах прискореного руху глобалізаційних процесів головним завданням є розроблення напрямів розвитку аграрних підприємств та формування адаптивної системи

управління їх конкурентоспроможністю. Актуальність проблеми конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції на світовому та національному ринках різко зросла ще в 1990 рока, коли лібералізація цін та зовнішньої торгівлі, приватизація власності почали створювати стартові передумови для входження країни у світовий економічний простір.

Україна має численні конкурентні переваги в розвитку аграрного виробництва та його конкурентоспроможності, серед яких виокремимо найважливіші – це вигідне гео економічне розташування країни, різноманітні та численні запаси природних ресурсів, значні трудові ресурси з освітнім рівнем та професійною підготовкою, родючі землі тощо. А значить низький рівень конкурентоспроможності більшості аграрних підприємств викликає необхідність застосування нових підходів до ведення діяльності, і в першу чергу нових підходів до управління їх конкурентоспроможністю [1]. Тому, система заходів направлених на розвиток аграрного виробництва в Україні має базуватися на елементах управління.

Управління конкурентоспроможністю не є еквівалентним усій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а містить лише ті функції і дії, що пов'язані з розробкою та реалізацією стратегії конкуренції, зі спонуканням до здійснення стратегії, з цільовою орієнтацією різних видів діяльності тощо.

Управління конкурентоспроможністю підприємства, базована на виділенні проблемно-орієнтованого контуру управління, має цільовий циклічний характер, дозволяє вчасно враховувати і реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, і тим самим забезпечити високий рівень його адаптивності до динамічних умов середовища; систематизувати вхідні і вихідні інформаційні потоки по циклах і контурах управління, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління. А значить все більше виникає і визнається необхідність управління конкурентоспроможністю на підставі науково обґрунтованого підходу.

Складовими процесу управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства є:

- моніторинг конкурентного середовища та оцінювання

конкурентної ситуації в галузі та на ринку;

- діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних конкурентів;

- конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами в конкурентній боротьбі;

- розроблення концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства;

- реалізація конкурентної стратегії підприємства [2].

Отже, створення процесу управління конкурентоспроможністю підприємства та системи стимулювання підвищення конкурентоспроможності аграрних національних виробників і досягнення ними стратегічно важливих конкурентних переваг потребує органічного поєднання конкурентних засад на національному ринку та створення умов для конкуренції в країні.

В такому аспекті нами підтримується позиція, що розвиток конкурентних відносин та конкурентоспроможності в умовах глобалізації пов'язаний з формуванням конкурентних переваг підприємствами та державою, їхньою активною поведінкою на світових ринках та державною політикою щодо регулювання торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О.С. Шнипко. - К.: Наук. думка, 2003. – 334 с.

2. Шульга Л.В. Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства / Л.В. Шульга // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 113. – Харків: ХНТУСГ, 2009. – С. 472-478

С.С. Родченко, ст. викладач

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Розвиток національної економіки, який має відбутися спочатку на основі стабілізації фінансово-економічної системи країни, безпосередньо залежить від стану та ефективності

функціонування вітчизняного банківського сектору. За словами фахівців «банківський сектор є важливою складовою національної економіки будь-якої країни, а для України – особливо» [1, с. 85]. Це пояснюється тим, що діяльність даного сектору спрямована на забезпечення єдності економічного простору шляхом здійснення відповідних функцій та вирішення нагальних завдань з підтримки руху фінансових потоків, грошового обігу, обігу капіталу, здійснення фінансування підприємств та господарств, бюджету.

Протягом 2013-2017 рр. активи банків збільшились на 58,26 млрд.грн. або на 4,55%; надані кредити збільшились на 131,40 млрд.грн. або на 14,42%. Незважаючи на те, що протягом аналізованого періоду кількість банків зменшується, у 2016-2017 рр. спостерігається збільшення активів та кредитів банків. Станом на 01.01.2018 р. частка кредитного портфеля у активах банків складає 78,03% проти 71,31% станом на 01.01.2014 р.

Збільшення кредитного портфелю у 2013-2017 рр. відбулось за рахунок збільшення сум наданих кредитів суб'єктам господарювання на 171,52 млрд.грн. У структурі наданих кредитів частка кредитів суб'єктам господарювання збільшується (76,67% у 2013 р. та 83,46% у 2017 р.), а частка кредитів, наданих фізичним особам зменшується (18,41% у 2013 р. та 16,39% у 2018 р.) [2]. Таке зменшення можна пояснити знеціненням національної грошової одиниці, зменшенням кредитоспроможності населення та скороченням залучених коштів, внаслідок масового дострокового зняття строкових депозитів. За аналізований період у структурі чистих активів найбільше зросли вкладення в цінні папери, що рефінансуються НБУ на 24,2 % (рис.1).

Протягом аналізованого періоду середня відсоткова ставка за кредитами у національній валюті мала тенденцію до підвищення (з 17,20% у 2013 р. до 21,16% у 2017 р.). Протилежна ситуація склалась для кредитів у іноземній валюті. Протягом 2013-2017 рр. середня відсоткова ставка для цих кредитів несуттєво зменшилась на 0,88% із 8,25% у 2013 р. до 7,32% у 2017 р. (рис. 2).

Оскільки збільшилась загальна сума наданих кредитів, відповідно за аналізований період збільшився чистий

операційний дохід від основної діяльності на 10 426 млн.грн. (73 354 млн.грн. у 2013 р. та 83 780 млн.грн. у 2018 р.). Це пов'язане із збільшенням процентних та комісійних доходів.

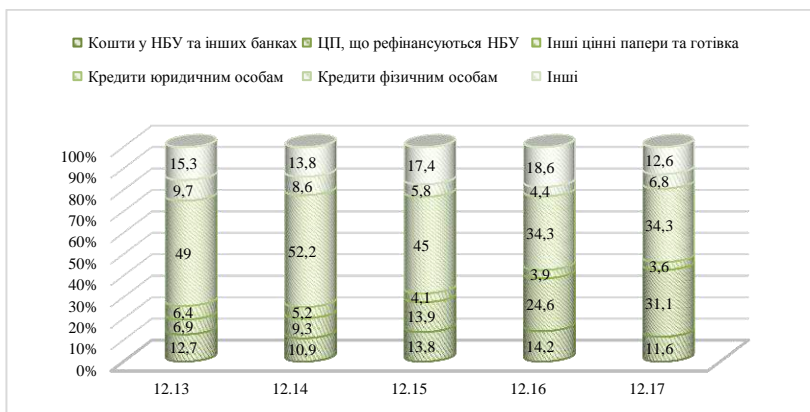


Рис.1. Структура чистих активів банків за складовими за 2013-2017 рр.,%

*Джерело: складено за даними [3]

Відрахування у резерви зменшилися на 149 634 млн.грн. Високий рівень відрахувань у резерви станом на 01.01.2017 року був пов'язаний із створенням резервів АТ КБ «Приватбанк» у зв'язку з його націоналізацією.

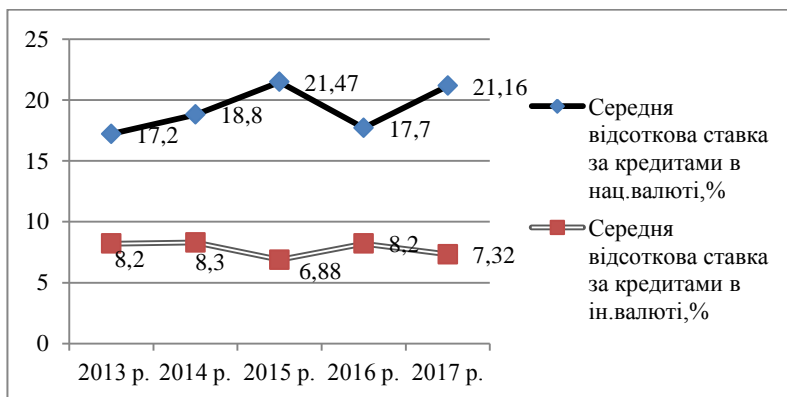


Рис. 2. Середні відсоткові ставки за кредитами в національній та іноземній валютах за 2013-2017 рр., %

*Джерело: складено за даними [4]

Фінансовий результат банківської системи за 2017 рік і далі залишився від'ємним (-24 360 млн.грн.). Але за чотири роки збиткової діяльності це найнижчий показник. Збиткова діяльність зумовлена відрахуваннями у резерви банківських установ. Основними показниками, що характеризують рентабельність банківських установ є рентабельність активів (ROA) та рентабельність капіталу (ROE).

Зниження показників рентабельності призводить до погіршення фінансового стану банківської системи, зменшення якості кредитного портфеля та збільшення кредитних ризиків.

Список використаних джерел:

1. Задорожнюк Н. О. Проблеми та перспективи розвитку банківського сектора національної економіки України // Молодий вчений. № 1 (16), 2015. С. 85-88.
2. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.bank.gov.ua>
3. Огляд банківського сектору, Вип.2, Лютий 2017, вип.6. лютий 2018 [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/>
4. Аналітичний огляд банківської системи України за результатами 2016-2017 роки. [Електронний ресурс]. URL: <http://rurik.com.ua/>

Б.С. Корнієнко, аспірант
Полтавська державна аграрна академія

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ

Маркетинг є найважливішою частиною ринкової діяльності, яка визначає життя кожної організації. Він формує основні напрямки і правила роботи будь-якої компанії, оскільки стає особливо значущим в організації бізнесу. Одну з ключових позицій в сучасному бізнесі відіграє інноваційний та альтернативний маркетинг, які розвиваються разом з сучасними інформаційними технологіями. При цьому інноваційний маркетинг призначений для постійного пошуку нових методів, прийомів і стратегій просування продукції, які допоможуть підприємству успішно реалізовувати свою продукцію на

сучасному ринку, що розвивається, товарів і послуг.

Традиційний маркетинг втрачає свої позиції, поступаючись інноваційними. Адже, прихильники першого підходу до управління стикаються з проблемою низької ефективності та високої вартості реклами, що не сприяє у підсумку зростанню організації, а лише поглинає її бюджет.

Сучасний споживач прагне багатоманітності товарів, послуг, форм їх забезпечення, відповідно, його поведінка кардинально змінюється. Що ж виходить на перший план? Особливе значення мають: вільний вибір, особисте позиціонування, задоволення власних індивідуальних потреб, потреби в прийнятті участі у розробці нових продуктів – залученні. Таким чином, найскладнішими завданням сучасного маркетингу є забезпечення адресності пропозиції. Ми вважаємо, що на сьогоднішній день великого значення набувають технології маркетингу, які забезпечують саме персоніфікований підхід, доведення індивідуальної торгової пропозиції до конкретного споживача.

Варто зазначити, що популярними формами маркетингових комунікацій все ще виступають:

- презентації – представлення товарів підприємства, її споживчих властивостей, особливостей;

- дегустація – надання можливості оцінити споживачу смакові якості;

- семплінг – розповсюдження зразків рекламованої продукції;

- преміум, або «подарунок за покупку» – просування товарів за допомогою різних торгових пропозицій;

- конкурс – товар є призом, який отримує споживач за виконання певного завдання;

- лотерея – переможець обирається випадковим способом, а призом є товар;

- розповсюдження рекламно-оздоблювальних засобів для місць продажів, що робить більш ймовірним купівлю товарів безпосередньо в торгових точках.

Також, на наш погляд, доцільно звернути увагу на нетрадиційність об'єктів розміщення реклами, що більше привертає увагу та діє на підсвідомому рівні, формуючи почуття «впізнаваності» товару. Такими об'єктами є тара, упаковка,

сміттєві баки, фасади будівель (за умови художнього не нав'язливого / неявного оформлення), одяг, канцтовари, клумби, автомобілі, аксесуари тощо.

Великої популярності та дієвості набуває event-маркетинг – креативний, маркетинг, пов'язаний з певними подіями. Він, на наш погляд, тісно пов'язаний з таким традиційним способом просування товарів, як пропаганда. Пропаганда не передбачає прямих, особистих контактів чи оплати. Попит стимулюється шляхом розповсюдження інформації, переважно комерційного характеру, через посередників та самостійно [1].

Інструментами пропаганди є: різноманітні заходи, публікації, новини, засоби ідентифікації (дизайн приміщення, одягу тощо), спонсорство.

Дієвими способами просування товарів в сучасних динамічних, «вибагливих» умовах є методи на межі епатажу: колаборація, партизанський маркетинг, скандальні акції, зірки в рекламі, прихована реклама; та різноманітні методи в мережі Інтернет.

Отже, сучасний ефективний маркетинг має бути спрямованим на створення чіткого, заздалегідь продуманого образу товару в свідомості цільової групи, а не на формування нескінченної безлічі індивідуальних вражень споживача, а основною метою, все ж таки, залишається «примушення» індивіда здійснити покупку.

Сучасним організаціям необхідно на постійній основі удосконалювати методи маркетингу задля утримання / здобуття конкурентних позицій. Пошук та реалізація оригінальних ідей просування товарів є обов'язковою умовою ефективного маркетингу. Нестандартні способи просування дають можливість виділитися серед конкурентів, привернути увагу потенційних споживачів, активізувати збут, а також в деяких випадках заощадити на витратах.

Список використаних джерел:

1. Способы продвижения товара: от классических до вариантов на грани эпатажа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://sales-generator.ru>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вітчизняні підприємства в сьогоденних умовах функціонують у нестабільних ринкових відносинах, нестійкому економічному, соціальному та політичному середовищі.

Саме тому виникає необхідність адаптації фірм до економічних, науково-технічних, технологічних, інформаційних і соціальних змін. Тому питання формування науково-обґрунтованих рекомендацій у формуванні ефективної системи управління кадровою безпекою на підприємстві, які б сприяли здатності підприємств до саморозвитку, ефективному використанню ресурсів, практичній реалізації науково-технічних ідей, стають пріоритетним для її менеджерів. У стратегії розвитку підприємства завжди закладається економічне зростання, якого можна досягти за допомогою ефективної роботи управлінського персоналу. Оскільки ефективний процес управління це один з невід'ємних факторів як в організації успішної діяльності, так і в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на ринку. Між ефективністю управлінської діяльності, кадровою безпекою та тим, як швидко розвивається підприємство, можна провести прямий зв'язок.

Важливою складовою кадрової безпеки є ефективне функціонування системи мотивації персоналу. Велике значення при управлінні кадровою складовою економічної безпеки мають методи управління, за допомогою яких спрямовується та координується діяльність підрозділів та посадових осіб підприємства для досягнення поставлених цілей забезпечення економічної безпеки підприємства [1]

Мотивація кадрів у системі кадрової безпеки відіграє роль стабілізатора, що розкривається у системі заходів, які спрямовані на залучення, реалізацію, розвиток та утримання висококваліфікованих кадрів, а також вмотивування фахівців на

розкриття прихованих здібностей з метою виконання ними своєї роботи ефективно та результативно [2].

Важливим фактором, який впливає на рівень кадрової безпеки є організація роботи з персоналом, що характеризується цілою низкою заходів та методів, спрямованих на ефективне використання кадрового потенціалу та його та захист.

Організаційні методи забезпечують необхідні умови функціонування організації, а також створюють межі, в яких вона діє та розвивається. До них, зокрема, можна віднести розподіл функцій керівних кадрів, періодичне відновлення повноважень (анулювання доручень, переділ функціональних обов'язків тощо), доручення справ не одному фахівцеві, а декільком – на конкурентній основі [3].

До організаційних методів можна віднести такі поняття як організаційна структура, підбір кадрів, визначення обов'язків кожного працівника, розроблення та імплементація внутрішніх стандартів роботи, надання обов'язкових до виконання наказів. Однією з основних функцій адміністративних методів є забезпечення взаємозв'язку між усіма підрозділами підприємства.

Під економічними методами забезпечення кадрової безпеки слід насамперед розуміти такі заходи, які створюють сприятливе матеріально-мотиваційне поле для співробітників організації та не спонукатимуть їх перейти до організацій-конкурентів з більш привабливими умовами оплати праці. Тому на підприємстві потрібно регулярно здійснювати перерахунок заробітної плати та забезпечувати її відповідність до роботи, що виконується [3].

Як результат використання економічних методів можна побачити врегулювання інтересів усіх сторін. При реалізації цих методів стає можливим забезпечення ефективного виробничого планування, здійснюється управлінський облік, а також визначається ефективність діяльності кожного підрозділу та кожного окремого виду робіт.

Таким чином, завдяки правильному та ефективному забезпеченні економічних та адміністративних методів можна створити ефективну систему управління кадровою безпекою підприємства. Ці два методи забезпечують координацію роботи усіх підрозділів підприємства, чітко формують права та

обов'язки кожного працівника та створюють матеріально-економічні умови, за яких співробітники прагнуть розвивати себе і усе підприємство загалом.

Список використаних джерел:

1. Карковська В. Я. Забезпечення кадрової безпеки на основі оцінювання управлінського персоналу / В. Я. Карковська // Державно-управлінські студії. – 217. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/deruprs_2017_1_6

2. Пархоменко-Куцевіл О. І. Кадрова безпека в системі державного управління України: теоретичні засади / О. І. Пархоменко-Куцевіл // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 37. – С. 13-20. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_37_4

3. Халіна О. В. Основні аспекти забезпечення кадрової безпеки підприємства / О.В. Халіна, Н.О. Козаченко // Наукові записки. – Львів : УАД, 2017. – № 2(55). – С.133-142.

Yu Zhijiang, Ph.d student
Sumy National Agrarian University

ANALYSIS ON RISK PREVENTION OF OVERSEAS M&A IN SPORTS INDUSTRY

The meaning of «overseas M&A» mainly emphasize the transnational involvement of the entities involved in M&A. Like the meaning of corporate M&A, «overseas M&A» can also be divided into overseas mergers and overseas acquisitions [1, p. 110]. In the complex process of M&A, how to prevent the risk has become a problem that must be paid close attention to by the business community and the theoretical community. In the process of complex mergers and acquisitions, how to prevent risks better has become a problem that must be paid close attention to by the business community and the theoretical community. China's sports industry overseas mergers and acquisitions are Chinese companies' try their best to improve their industrial chain, and to pay for cash, loans from financial institutions, share-for-equity swaps and bond issuance, especially in Europe and the United States, club or other sports format. The core of overseas mergers and acquisitions in China's sports industry is the right to purchase overseas sports events. It is born in a situation where the economy is entering a new normal, the international economic recovery is weak, and the developed

economies are low. It has many new features [2, p.406].

1 the Analysis on the failure of Li Ning's «overseas M&A». In 2009, Li Ning, a well-known Chinese sports brand, tried to complete the global industrial chain upgrade through «overseas M&A» which invested 1 billion RMB to acquire «Hongkong Kason Industrial Co., Limited» and «Lotto Sports Italia SPA». However, overseas M&A failed to effectively enhance Li Ning's core competitiveness, which in turn caused tremendous negative effects in the following years. From 2012 to 2014, Li Ning's performance has been at a loss, with a three-year loss of 1.98 billion yuan, 390 million yuan and 780 million yuan, respectively, over 3.1 billion yuan [3, p. 9]. Li Ning's three-year cruel financial crisis reflects that in the process of «overseas mergers and acquisitions», companies have to face cruel financial risks and even bear the necessary costs of transformation and upgrading.

1.1 Li Ning lacked a feasibility study which is detailed and scientific on M&A. The feasibility study of enterprise M&A should include the necessity of M&A, the motivation and direction of M&A, the way of M&A, and the timing of M&A [4, p. 96]. From the case analysis, Li Ning did not specify the motives and directions of the M&A company in the early stage of M&A. It seems that Li Ning only obtains the market occupied by these companies, and does not analyze whether it is better to expand the business scope because of M&A.

1.2 Lack of effective integration and strengthening of internal management. The two companies which from different countries have different management methods. Not only because there is no active and steady introduction of new management systems and organizational systems, but also the lack of a stable process to help the transformation of the new and old system. As a result, the risk of M&A came into being, which ultimately affected the operations of the companies.

1.3 Lack of promoting cultural integration between enterprises. In the process of mergers and acquisitions in different countries, if the corporate culture cannot be integrated well, it may seriously harm the harmonious coexistence of the employees of both parties and the smooth operation of the enterprise, and even lead to the failure of mergers and acquisitions. Li Ning and the merged companies have

cultural differences. These differences need to be removed by mutual adaptation and some special training. The lack of these processes, employees lost their senses of belonging and cultural identity among employees ultimately led to the failure of achieving effective integration of culture after M&A.

2 The analysis on the measures for preventing the risks of China's sports industry «overseas M&A».

2.1 Reasonable strategic planning before «overseas M&A». On the one hand, the enterprise should collect information on all aspects of the production and operation of each target enterprise and the information on the market in which the external environment comprehensively, and analyze the target enterprise based on the information. On the other hand, a feasibility study should be conducted before M&A.

2.2 Improving various institutional systems. On the one hand, the system of internal control should also be improved to ensure that the knowledge obtained is accurate and reliable, and all financial activities are in compliance with laws and regulations in the process of M&A. On the other hand, it is necessary to analyze the similarities and differences between management methods among enterprises, construct an effective management model, and introduce a new management system when appropriate.

2.3 It should enhance the human resource management

2.3.1 The risks involved in M&A are well known, but they can be prevented by prior measures. The most important thing in enterprise M&A is to let employees know about risks in terms of ideas and let them have relevant awareness of prevention.

2.3.2 Promoting cultural integration between the two companies. The biggest problem which during the process of overseas M&A may be how to incorporate the different cultures. A better integration of corporate culture can help employees find a sense of belonging and the company have future development.

3 Conclusion. The sports industry is a people-oriented industry, and almost all links have a direct relationship with people. The sports industry must not only be satisfied with people's pursuit of material products, but also meet the pursuit of spiritual products in life. The biggest difference in the sports industry is that it has the characteristics of improving people's physical fitness and can drive

the development of related industries. In today's increasingly fierce market competition, corporate mergers and acquisitions have become more and more common. Through mergers and acquisitions, enterprises realize the rational allocation of resources and the transformation and upgrading of production structure. At the same time, they also expand their business scope. The market takes up more shares and reorganizes the division of labor. The enterprise can achieve the success of «overseas M&A» and obtain the desired benefits.

References:

1. Zhao Haiyan, Zhou Sai. Discussion on corporate mergers and acquisitions strategy/ *Cooperative Economy and Technology*: 2015. Vol. 14. P. 110-111.
2. Qin Likai. Research on the Characteristics, Motivations and Impacts of Overseas M&A in China's Sports Industry/ *Journal of Xi'an Institute of Physical Education*, 2017. Vol. 34, P. 404-411.
3. Liang Shu, Wang Yimin. Research on the Global Value Chain Upgrade of China's Sports Industry under the Background of the "Belt and Road Initiative"/ *Journal of Sports and Science*. 2018. Vol. 39. P. 7-12.
4. Tang Dongfeng. Research on How to Avoid the Risk of Enterprise M&A/ *Modern Economic Information*, 2010. Vol.P.96-99.

СЕКЦІЯ 7 СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ

Л.А. Шавга, д.э.н., професор, ректор
Кооперативно-торговий Университет Молдови

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ

Дальнейшее совершенствование отдельных университетов и системы образования в целом невозможно без комплексного, системного подхода к решению вопросов планирования, обеспечения и управления образованием. Системный подход основывается на понятии «система». Системой является организованное множество взаимосвязанных компонентов и элементов, которые взаимодействуют между собой и внешней средой в процессе достижения определённой цели [1, с. 12].

Системный подход к деятельности предусматривает: информационное обеспечение управления; своевременную реакцию на информацию; определение цели и устремление деятельности; принятие управленческого решения; деятельность средствами всего управленческого цикла; создание систем, аналитической деятельности, организационно-координационной деятельности, контроля управления развитием заведения; применение программно-целевого подхода управления (цель-деятельность-результат); технологию, алгоритмизацию, рационализацию деятельности; культуру управления [1, с. 17].

Управление как система является моделью, которая включает: цель, задание, функции, технологии, методы, приёмы, организационную структуру, результаты деятельности [2, с. 43].

Учебное заведение есть реальной, сложной, динамической, открытой, вероятностной с элементами детерминированности, целеустремленной системой, которая функционирует с помощью внутреннего управления (самоуправления) и

внешнего – государственного управления. Целостность структурных компонентов такой педагогической системы обеспечивает управленческая подсистема учебного заведения, которую можно рассматривать как самостоятельную сложную систему. Структурными компонентами такой системы являются:

цель управления, то есть создание условий для реализации цели учебного заведения;

управленческая информация, которая содержит концепции деятельности, планы работы, приказы, распоряжения, положения, достопримечательности, инструкции, расписание занятий, решения коллегиальных органов;

средства управленческой коммуникации, то есть средства, формы, методы управления;

управляющая подсистема, которую образуют органы административного и коллегиального руководства учебным заведением;

управляемая подсистема, то есть педагогическая, материально-техническая, финансовая системы.

Анализ научных источников показывает, что к любому объекту при определенных исходных условиях возможно использование основных принципов теории управления [4]:

наличие программы поведения управляемого объекта или плановых значений его параметров;

объект должен стремиться отклоняться от заданной программы или плановых значений;

необходимо иметь средства выявления и измерения отклонения объекта от заданной программы или плановых значений;

необходимо иметь возможность влиять на управляемый объект с целью устранения отклонений от программы или плановых значений, которые возникают.

Если два первых положения касаются характера объекта управления, его природы, то два последних – механизма управления.

Учебное заведение является открытой системой, которая чувствует на себе разноплановые влияния микро- и макросреды. Характер этих влияний зависит от интенсивности и направленности социально-экономических, политических

процессов, которые происходят в обществе, от разработанности в учебном заведении средств взаимодействия со средой, изменения целей и содержания своей деятельности в зависимости от изменений среды [3, с. 68].

В случае пассивной позиции управляющей подсистемы в учебном заведении может утвердиться сценарий стихийного взаимодействия со средой. Для него характерно то, что особенности влияния на учебное заведение внешней среды не изучаются, изменения в деятельности учебного заведения, что назрели в соответствии с изменениями среды, не вносятся. При таком положении учебное заведение за своими управленческими реакциями начинает приобретать черты замкнутой системы, хотя по своей природе остается открытой системой. Это приводит к усилению дестабилизирующих влияний среды на него, не дает возможности учитывать и усиливать позитивные факторы.

Поэтому эффективность управления учебным заведением зависит от того, насколько в его деятельности учитываются особенности влияния среды. Однако от управления учебным заведением решающей мерой зависит, насколько полно используются условия, в которых оно работает. Если управление не в полном объеме выполняет свои функции, в учебном заведении может сложиться ситуация, когда современные достижения науки не используются в учебно-воспитательном процессе; учебные программы не выполняются, и учащиеся не получают возможного в этих условиях образования; материальная база учебного заведения быстро разрушается; отсутствие объективной оценки результатов труда педагогов не стимулирует их активность к саморазвитию, повышению своей квалификации.

Следовательно, управление есть эффективным, если оно обеспечивает максимально возможный уровень реализации условий, которые обеспечиваются государством для функционирования учебного заведения.

Список использованных источников:

1. Менеджмент організації: підручник / Л. І. Федулова [та ін.]. – К. : Либідь, 2003. – 448 с.
2. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Київ : Кондор, 2007. – 420 с.

3. Торган М. М. Дослідження напрямів удосконалення процесу управління в освіті / М. М. Торган // Наука і освіта . – 2009. – № 3. – С. 67- 70.
4. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал – К.: Т-во «Знання», 2003. – 475 с.

О.І. Жилінська, д.е.н., професор,
А.С. Козленко, аспірант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ДОСЛІДНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

Наразі, в Україні відбуваються процеси інтеграції національної системи освіти в європейський та світовий освітній простір, які передбачені Національною стратегією розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. Основними завданнями Національної стратегії у сфері вищої освіти є приведення мережі закладів вищої освіти (ЗВО) і системи управління вищою освітою у відповідність із потребами розвитку національної економіки та запитів ринку праці, а також створення дослідницьких університетів, розширення автономії закладів вищої освіти [1].

Після підписання Угоди про асоціацію України з ЄС у 2014 році для українських ЗВО відкрито нові можливості розвитку. В одній із частин угоди передбачено, активізацію співпраці в галузі вищої освіти, зокрема, для досягнення наступних цілей: 1. Реформування і модернізація систем вищої освіти. 2. Сприяння конвергенції в галузі вищої освіти, яка витікає з Болонського процесу. 3. Підвищення якості та значущості вищої освіти. 4. Активізації співробітництва між закладами вищої освіти. 5. Посилення потенціалу ЗВО. 6. Підвищення мобільності студентів і викладачів: увага має бути приділена співпраці в галузі базової освіти з метою полегшення доступу до вищої освіти [2].

Не зважаючи на наявну Національну стратегію розвитку освіти, стан розвитку вищої освіти в Україні показав, що рівень глобальної конкурентоспроможності закладів вищої освіти є

недостатнім, українські університети на міжнародному ринку займають низькі позиції у рейтингах найкращих університетів. Наприклад, за результатами рейтингування World University Rankings 2018, який оприлюднює Times Higher Education, що вважається на сьогодні найбільшим міжнародним рейтингом і основними критеріями оцінювання якого є навчання, дослідження, трансфер знань та міжнародні перспективи. Українські університети в рейтингу присутні, але після 800 місця. Київський національний університет імені Тараса Шевченка – розділяє позиції 801-1000 у рейтингу; решта чотири – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Національний університет «Львівська політехніка», Львівський національний університет імені Івана Франка та Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна – на місцях 1001+ [3].

У даний час, у світі відбувається зростання значення освіти як фактору соціального розвитку в якості провідника знань та інформації, значне місце займає інтернаціоналізація освіти, уніфікація, що необхідна для стандартизації та визнання дипломів, також змінюються вимоги до змісту, методи та форми навчального процесу та відбувається зміна організаційних форм освітньої діяльності (поширюється дистанційне навчання, яке є більш зручним і дешевим способом передачі знань). А також помітним є те, що у світі у закладах вищої освіти відбувається диференціація джерел фінансування, перехід до більш широкого спектру джерел фінансування та отримання прибутку [4, с. 6]. На сьогодні в усьому світі саме дослідницькі університети за умов переходу до інформаційного типу господарювання стають повноцінними учасниками ринку, комерціалізуючи наукові знання, дослідницькі університети отримують доходи від ліцензійної діяльності, які можна порівняти з доходами від діяльності з надання освітніх послуг [5, с. 173].

Супутніми чинниками процесу глобалізації стають стрімкий розвиток експорту освітніх послуг та навчання іноземних студентів, розвиток транснаціональної освіти, подолання національних кордонів і стирання мовних бар'єрів [6, с. 36].

Основними тенденціями розвитку дослідницьких

університетів є: 1. Глобальний масштаб діяльності і вагомий вплив на суспільний розвиток. 2. Системна інтеграція дослідницької та освітньої діяльності. 3. Поглиблення регіонального та міжнародного співробітництва. 4. Селективність у доборі студентів і професорсько-викладацького складу. Високі рівні наукової продуктивності викладачів. 5. Виконання міждисциплінарних наукових досліджень та підготовка докторів наук. 6. Диверсифікація джерел фінансування. 7. Спільне координування дій з представниками бізнесу у підготовці фахівців. 8. Формування сучасної інфраструктури наукової та інноваційної діяльності. 9. Зростання обсягів консалтингових послуг, які надаються викладачами [7].

Проте, дослідник Г. Альтбах відзначає негативний бік поширення ідей глобалізації на сферу вищої освіти, звертаючи увагу на те, що сфера освіти зазнає вульгаризації в контексті перетворення університетів на підприємницькі одиниці: «Академічне співробітництво, інтелектуальний обмін, інтернаціоналізація – тут усе підкорено головній меті підприємництва – грошам» [8, с. 43].

Отже, зважаючи на світові тенденції у сфері вищої освіти можливо зробити висновок, що дослідницькі університети – це основні інституції на ринку вищої освіти, які б могли допомогти Україні не лише інтегруватись у європейський та світовий освітній простір, а також дали б змогу підвищити рівень розвитку національної економіки, так як дослідницькі університети на ринку виступають як рівноправні партнери бізнесу. Існує потреба у стимулюванні дослідницьких університетів, у першу чергу – підвищення рівня фінансування університетів, так як основним стимулом для розвитку дослідницьких університетів у світі є безмежне фінансування державою. Потрібно усіляко розвивати взаємозв'язки між державою, університетами та бізнесом. Наразі, основними викликами ЗВО, які пов'язані з глобалізацією є загострення конкуренції на ринку освітніх послуг, проте їх варто розглядати як передумови для якісного зростання, що може призвести до підвищення якості вищої освіти в Україні та підвищити рівень репутації на міжнародному ринку освітніх послуг.

Список використаних джерел:

1. Указ Президента України від 25.06.2013 р. № 344/2013 «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» // Гірська школа Українських Карпат. – 2013. – № 8-9. – С. 11. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gasuk_2013_8-9_6
2. Офіційний сайт Урядового порталу. Угода про асоціацію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacu>
3. Офіційний сайт The Times Higher Education World University Rankings 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2018/world-ranking#!/page/0/length/25/locations/UA/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
4. Каленюк І. С. Університети в координатах глобального розвитку / І. С. Каленюк // Вища школа. – 2009. – № 9. – С. 5–11.
5. Жилінська О. І. Розвиток науково-технічної діяльності теорія і практика активізації: дис. д-ра екон. наук: 08.00.03/ О. І. Жилінська; ДВНЗ «Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка». – Київ, 2015. – 564 с.
6. Силадій І. Розвиток освіти в контексті основних викликів глобалізації / І. Силадій// Вища освіта України. – 2016. – №4. – С. 34-38
7. Антонюк Л. Л. Концепції міжнародної конкурентоспроможності університетів / Л. Л. Антонюк, В. І. Сацик// [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://meim.kneu.edu.ua/get_file.php
8. Альтбах Ф.Г. Знание и образование как международных товар: крушение идеи общественного блага / Филипп Г. Альтбах // Alma Mater. – М.: РУДН, 2002. – №2. – С. 40–44.

I. Lozynska, D Sc in Economics, Professor,
W. Zhang, PhD student
Sumy National Agrarian University

FORMATION OF CHINESE ELITE HIGHER EDUCATION

In China, according to ownership-based categories of HEIs (Higher Education Institutions), the higher education can be divided into two categories---State-owned or government-owned HEIs, including Regular HEIs, Independent Institutions, Higher Vocational Colleges, Adult HEIs, and non-government or private universities[1]. Due to the long-time influence by Soviet Union and late development of private universities, it has deeply rooted in Chinese heart that government-owned is much better than private ones. Regular HEIs is the cornerstone in China's higher education,

while private universities development could not be ignored.

According to the latest data(2015) of People's Republic of China Ministry of Education, total number of Chinese National Higher Institutions is 2845, including 2,553 National General Colleges and Universities and 292 Adult Higher Institutions [2]. Government-owned HEIs are likely to receive more policy and finance support from official level.

The complex challenges of competing in the global economy, especially after China's entry into the World Trade Organization in 2001, have had a dramatic impact on higher education in China. Two broad goals characterize the reform agendas of the 1990s: rapidly increase gross enrollment rates and improve the quantity and quality of China's research output, especially in technical and scientific fields, by building a network of world-class universities. Central to the latter goal are two policies that have come to be known as Project 211 and Project 985. The goal of increasing enrollments has been tackled in part through the liberalization of regulations governing private education, alongside the expansion of public provision.

The C9 League is an official alliance which initiated by the Chinese Central Government through Project 985 to promote the development and reputation of higher education in China. Collectively, universities in the C9 League account for 3% of the country's researchers, but receive 10% of national research expenditures. They produce 20% of the nation's academic publications and 30% of total citations[3]. People's Daily, an official newspaper of the Chinese Communist Party, refers to the C9 League as China's Ivy League[4].

QS World University Rankings is an annual publication of university rankings by Quacquarelli Symonds (QS), it is viewed as one of the three most-widely read university rankings in the world. According QS World University Rankings of recently 5 years, Table 1 shows C9 League universities' ranking in the worldwide.

This table shows the quality of C9 league is promoting the impact of Chinese higher education in the world. The C9 league makes a great contribution to the development of national science, education, and culture, as well as social, economic, and disciplinary developments.

Table 1

Ranking of C9 League Universities

Name		2014	2015	2016	2017	2018
1	Tsinghua University	48	47	25	24	24
2	Peking University	46	57	41	39	38
3	Fudan University	88	71	51	43	40
4	Shanghai Jiao Tong University	123	104	70	61	62
5	Zhejiang University	165	144	110	110	87
6	University of Science and Technology of China	174	147	113	104	97
7	Nanjing University	175	162	130	115	114
8	Xi'an Jiaotong University	372	379	331	318	344
9	Harbin Institute of Technology	491	481	291	278	325

References:

1. Zhu H. Development and Reform of Higher Education in China. / H. Zhu, S. Lou., 2011. – (Woodhead Publishing Limited.).
2. 2015 Education yearbook [Електронний ресурс] // People's Republic of China Ministry of Education. – 211. – Режим доступу до ресурсу: http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/moe_364/zgjynj_2015/201711/t20171102_318252.html.
3. Development and Reform of Higher Education in China. / [B. ZHOU, Y. ZHANG, J. CAO та ін.]. // 2018 International Conference on Humanities and Advanced Education Technology. – 2018. – С. <http://www.dpi-proceedings.com/index.php/dtssehs/article/view/25618>.
4. China's Ivy League: C9 League [Електронний ресурс] // People's Daily. – 17. – Режим доступу до ресурсу: <http://en.people.cn/203691/7822275.html>.

І.А. Маркіна, д.е.н., професор
Полтавська державна аграрна академія

ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Інвалідність сьогодні є соціальним явищем, уникнути якого не може жодне суспільство. Широкий спектр проблем людей з особливими потребами в Україні свідчить про необхідність посиленої і комплексної уваги з боку держави й суспільства,

оскільки у період перебудови економічних відносин найбільше потерпають від цих процесів саме ці верстви населення.

Втрата багатьма громадянами здоров'я, зниження їх працездатності призводить до зростання втрат суспільства у вигляді недовиробництва продукції, необхідності здійснення бюджетних виплат на допомогу з інвалідності, витрат на соціальне, медичне обслуговування та комплексну реабілітацію. Категорія таких людей здебільшого залишається позбавлена можливості реалізувати свій творчий та трудовий потенціал.

Високий показник інвалідності дітей зумовлений цілою низкою соціально-економічних причин, серед яких основними є: недосконалість існуючої системи освітнього та медичного забезпечення дітей і підлітків; погіршення якості харчування, техногенні перевантаження; зменшення обсягу профілактичних програм в амбулаторно-поліклінічній ланці охорони здоров'я; недосконалість системи психолого-педагогічної підтримки дітей із соціально неблагополучних родин; неефективність освітніх програм для формування у дітей культури здоров'я тощо.

Протягом останніх років в Україні проводиться планомірна робота над створенням сприятливих умов життєдіяльності людей з особливими потребами, під час якої враховуються як міжнародні, так і європейські стандарти. Для забезпечення максимальної ефективності та результативності державної політики щодо такої категорії населення необхідно зробити акцент на встановленні додаткових гарантій стосовно реалізації ними гарантованих законодавством прав.

Сучасна система соціального захисту інвалідів охоплює не лише державну соціальну допомогу та пенсійне забезпечення, систему пільг і компенсацій та соціально-побутове обслуговування, але й включає охорону здоров'я, освіту, зайнятість осіб з інвалідністю, соціальну і професійну реабілітацію, соціальну інтеграцію в суспільство [4]. Дана теза зумовлена тим, що в сучасному суспільстві будь-яка людина потребує розширеного соціального захисту, який полягає не тільки в фінансово-матеріальній підтримці, а й у створенні різнобічних умов для повноцінного функціонування і розвитку особи, максимальної реалізації її потреб та інтересів.

У нашій країні активно формується нова філософія державної

політики щодо дітей з особливими освітніми потребами, поступово змінюються погляди на проблему рівності можливостей та недискримінації дітей за будь-якою ознакою: вживаються заходи щодо удосконалення мережі спеціальних освітніх і реабілітаційних установ; активізувалась діяльність із формування системи інклюзивної освіти; збільшується кількість дітей цієї категорії, які інтегровані у загальноосвітні навчальні заклади; права дітей із порушеннями психофізичного розвитку закріплені в багатьох законодавчих актах.

Регулювання ринку медичних послуг забезпечується не тільки завдяки нормотворчій діяльності та встановленню законодавчих засад функціонування медичних закладів, а й за рахунок реалізації організаційного механізму державного управління [2].

У Національній доповіді «Про становище інвалідів в Україні» окреслено проблеми у сфері їх соціального захисту: забезпечення пенсійних і соціальних виплат у розмірах, які б гарантували їм достатній рівень життя; отримання гідної освіти в рамках інтегрованих форм навчання; забезпечення можливості безперешкодного отримання реабілітаційних послуг за місцем мешкання інваліда; можливість трудової діяльності без дискримінації у процесі працевлаштування та подальшої роботи; реформування стаціонарних установ для інвалідів та переведення фінансування на створення допоміжних служб, які дозволяють людям з інвалідністю жити без відриву від соціуму; створення доступного середовища для вільного пересування інвалідів та безперешкодної комунікації [3].

Основною метою державної соціальної політики щодо людей з особливими потребами також має бути забезпечення рівних можливостей та реалізація конституційних прав цією категорією громадян, створення сприятливих правових, політичних, соціально-економічних, освітніх, медичних, психологічних, організаційних умов і гарантій для забезпечення людського розвитку та інтеграції у суспільне життя.

А отже, основні завдання соціальної політики щодо людей з особливими потребами на державному та місцевому рівнях у різних сферах суспільного життя мають ґрунтуватися на: розробці принципово нових підходів до охорони здоров'я нації,

які базуватимуться на пріоритетах не лікувального, а профілактичного характеру; створенні умов для подальшого впровадження інклюзивної освіти осіб з інвалідністю у дошкільні, шкільні, позашкільні, професійно-технічні та заклади вищої освіти; розвитку нових державних програм з вирішення проблем працевлаштування інвалідів з обов'язковим залученням до їх реалізації громадських організацій інвалідів; забезпеченні доступності інвалідів до об'єктів соціальної інфраструктури і транспортних засобів та інші завдання.

Список використаних джерел:

1. Красномоєць В. А. Людський розвиток осіб з інвалідністю в Україні: оцінка стану забезпечення. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 367-373.
2. Міщак І. М., Казарян Г. Г. Особливості інституційного регулювання соціально-економічного забезпечення осіб з обмеженими фізичними можливостями. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – № 4. – 2018. – С. 78-85.
3. Про становище осіб з інвалідністю в Україні. Національна доповідь. Київ: Державна установа науково-дослідний інститут соціально-трудоких відносин. Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.
4. Соціальний захист населення України: навч. посіб. / авт. кол.: І. Ф. Гнибіденко, М. В. Кравченко, О. М. Коваль, О. Ф. Новікова та ін.; за заг. ред. В. М. Вакулєнка, М. К. Орлатого. Вид-во НАДУ, Вид-во «Фенікс». – Київ, 2010. – 212 с.

*Т.В. Воронько-Невіднича, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИНИКНЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

Питання щодо необхідності розгляду сутності «інклюзивного розвитку» виникають внаслідок широкого спектру як економічних, так і соціальних проблем. Найголовнішими серед яких є: поглиблення економічної кризи, зростання полярності доходів між різними верствами населення, потреба у забезпеченні рівності доступу до усіх видів ресурсів з метою досягнення високих темпів продуктивності у довгостроковій перспективі.

Уперше термін інклюзії було застосовано в 1970-х роках у США, але тоді виділяли лише соціальну інклюзію, під якою

розуміли збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі, коли кожна людина як індивідуальність сприймається суспільством і має можливість повноцінно брати участь у соціумі. Відмінності та відхилення усвідомлено сприймаються в контексті соціальної інтеграції, але їх значення обмежене. Право участі у соціумі базується на соціальній етиці у всіх сферах життя [7]. Поступово поняття почали поширювати на економіку.

Основи теорії інклюзивного розвитку викладені у працях закордонних вчених: Д. Асемоглу та Дж. Робінсона, Е. Райнерта, Дж. Подеста, З. Бедоса, Е. Дуфло, Р. Болінга та С. Голандер тощо. Серед вітчизняних науковців можна виокремити дослідження А. Базилюка і О. Жулина, Т. Затонацької, С. Кожемякіної, О. Прогнімака, І. Тараненко, Л. Федулової ін.

Як зазначає Л. Федулова, в узагальненому розумінні інклюзивний (від англ. *inclusiveness* – залученість) є новітнім трактуванням сучасного розвитку, сутність якого полягає в необхідності посилення залучення до вирішення проблем розвитку усіх верств населення, а також зростання залученості до розвитку усіх територій [6, с. 57].

Інклюзивний підхід має довгострокову перспективу, оскільки основна увага приділяється продуктивній зайнятості як засобу зменшення розшарування суспільства за рівнем доходів та підвищення рівня життя менш забезпечених верств населення, і в кінцевому результаті збережена екологія і здорове суспільство виправдають зусилля на впровадження інклюзії [5, с. 179].

Концепція інклюзивного розвитку передбачає, що кожен суб'єкт економіки є важливим, унікальним, цінним для суспільства і має можливості, щоб задовольнити свої потреби. Інклюзивне зростання економіки є передумовою гуманного розвитку суспільства, тому це є багатofакторним і багаторівневим процесом, бо основою його є економіка максимальної зайнятості і взаємодії усіх суб'єктів [1, с. 20].

Як зазначає П. С. Єщенко [2, с. 5], не обов'язково вкладати значні кошти в малоприбуткові галузі економіки: розвиток може відбуватися і за рахунок загального прогресу або покращення мікроклімату.

Вперше методику оцінки інклюзивного зростання було

опубліковано колективом науковців у 2013 році за підтримки МВФ. Індекс інклюзивного росту та розвитку (Inclusive Growth and Development Index, скорочено IDI) було запропоновано на Всесвітньому економічному форумі в Давосі (Швейцарія) у 2018 році як альтернативний до ВВП на душу населення показник для загальної оцінки стану економічного розвитку країни. Водночас ВВП на душу населення враховується як одна зі складових при визначенні IDI. Згідно з позицією учасників форуму, рейтинг країн за шкалою індексу інклюзивного зростання та розвитку точніше здатен відобразити справжній стан речей в тій чи іншій країні. Індекс враховує 12 показників розвитку країни, що поділені на три групи. Слабким місцем даної методики оцінки є врахування різномірної інформації, що може призвести до не завжди коректного результату.

Безумовно, концепція інклюзії досить раціональна для України. Її перевагами є можливість економічного підйому без застосування жорстких заходів; увага до диверсифікації економіки (наприклад, туризм, інтелектуальні розробки тощо); врахування проблем екології та соціальної несправедливості; підвищення рівня зайнятості тощо.

Водночас, серед недоліків впровадження концепції інклюзивного зростання необхідно виокремити: неготовність вітчизняної законодавчої бази; часткове ігнорування проблеми зовнішнього боргу країни; потреба фінансових вкладень на початку запровадження тощо.

Отже, інклюзивне зростання покликане забезпечувати справедливі можливості для економічних учасників під час економічного зростання та рівноправ'я секторів економіки та верств населення, а також зосереджує увагу на рівності здоров'я, людського капіталу, екологічного стану довкілля, соціального захисту та продовольчої безпеки.

Інклюзивний розвиток економіки важливий, оскільки саме така економіка не тільки створює матеріальні блага, а й дає усім верствам населення рівні шанси для особистісного і соціального зростання тощо.

Список використаних джерел:

1.Базилук А. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / А. В. Базилук, О. В. Жулин // Економіка та

управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 19–29. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2015_1_5.

2. Єщенко П. С. Економічне зростання без розвитку: причини і шляхи інноваційного перетворення економіки. *Економіка України*. – 2013. – № 10 (623). – С. 4-19.

3. Зінчук Т. О. На початку пошуку стратегії інклюзивного зростання сільськогосподарської економіки: світовий та європейський підхід / Т. О. Зінчук // *Вісник Сумського національного аграрного університету*. – 2016. – Вип. 4 (68). Серія «Економіка і менеджмент». – С. 132-137.

4. Прогнімак О. Д. Інклюзивний розвиток України: перешкоди vs перспективи / О. Д. Прогнімак // *Економічний вісник Донбасу* № 1(51). – 2018. – С. 187-197.

5. Сапун К. В. Концепція інклюзивного зростання в економіці [Електронний ресурс] / К. В. Сапун, Р. В. Селезньова. – Режим доступу : <http://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/5489/5516>.

6. Федулова Л. І. Інклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / Л. І. Федулова // *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. – 2016. – № 3 (25). – С. 56-65. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n3.html>.

7. Elena Ianchovichina and Susanna Lundstrom, «What is Inclusive Growth?», The World Bank, February 10, 2009.

Н.Р. Кордзая, к.т.н., доцент,
Д.О. Гнатовська, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
Одеська національна академія харчових технологій

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасний стан освітнього ринку в Україні вимагає від ЗВО (закладів вищої освіти) суттєвих змін, які повинні стосуватися не тільки якості освіти, а й підходу до інших категорій приваблення абітурієнтів. В умовах конкуренції необхідно розробити нову концепцію маркетингової політики навчального закладу, яка зацікавить молодь, підвищить статусність, продемонструє ЗВО як важливого гравця національного рівня.

Такі закордонні мастодонти вищої освіти, як Гарвард, Массачусетський технологічний інститут, Оксфорд, Кембридж, Єльський університет та інші вважаються колицями світової науки, проте завжди підтримують високий статус завдяки

класичному підходу до навчального процесу, використанню переваг сучасних трендів і, звичайно, продуманій автоматизації усіх маркетингових процесів. Саме тому для розвитку ЗВО України необхідно проаналізувати діяльність закордонних «колег». У результаті проведеного аналізу було визначено, що для досягнення цілі використовується світовими закладами вищої освіти декілька основних інструментів (рис. 1).

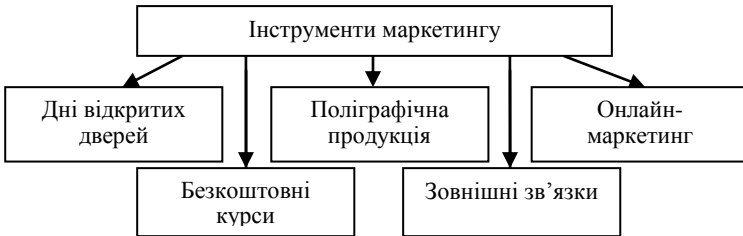


Рис. 1. Інструменти маркетингу закордонних ЗВО [2]

Найстарішим та найпопулярнішим інструментом є проведення днів відкритих дверей. Ця подія відбувається приблизно 1-2 рази на рік, кожен абітурієнт може подивитися навчальні корпуси, територію, познайомитися зі спеціальностями та різними перевагами навчання саме в цьому закладі. Інколи майстер-класи та дні відкритих дверей проводять окремі факультети.

З розвитком поліграфії з'явилась змога масово друкувати буклети та листівки, поширюючи їх не тільки на території свого міста та країни, а й по всьому світу. Кожен блок брошури розробляється з метою зацікавлення абітурієнта, а також його повного інформування стосовно умов вступу, проживання, навчання.

Безкоштовні курси, майстер-класи та різноманітні цікаві пропозиції освітнього характеру користуються попитом тільки у вузької категорії населення, як і розширення зовнішніх зв'язків з іншими навчальними закладами шляхом проведення семінарів, конференцій тощо. На сьогоднішній день, найбільш популярною категорією є онлайн-маркетинг, який дозволяє швидко, доступно, легко охопити максимальну кількість потенційних абітурієнтів з усього світу [1].

До основних напрямів онлайн-маркетингу, які широко використовуються закордонними закладами вищої освіти, відносяться:

1. Веб-сайт ЗВО. Кращий спосіб офіційного інтернет-маркетингу. Сайт складається з головної сторінки, інформації про історію ЗВО і його керівництво, наукових досліджень та інновацій, інформації для абітурієнтів та студентів, тощо. Структура сайту повинна бути простою та зрозумілою, сама інформація – ділитись на логічні розділи на підрозділі. Також до даної категорії можуть відноситись повна оптимізація сайту з метою надання достовірної та повної інформації, збільшення кількості показів у пошукових системах шляхом використання популярних ключових слів, налагодження зручного зворотного зв'язку з абітурієнтами.

2. Соціальні мережі. Актуальні новини постійно викладаються на офіційні сторінки в таких міжнародних соціальних мережах, як Facebook, Instagram, Twitter і т.д. Також акцентується увага на форумах та соціальних мережах національного значення, якщо такі є (і вони користуються попитом серед потенціальних абітурієнтів). Адаптація реклами програм навчання під вимоги соціальних мереж дозволяє швидко та ефективно ділитися останньою інформацією про освітні послуги, дні відкритих дверей, події, зміни в умовах прийому тощо. Крім того, правильно підібраний графічний контент привертає увагу значно більше, чим просто текстове повідомлення.

3. Онлайн-листи. Ті ж самі поліграфічні вироби, проте подані в електронному вигляді. Провідні університети часто користуються електронною поштою з метою постійного інформування абітурієнтів та студентів.

Ще одним напрямом є активна співпраця з інтернет-ресурсами, основною тематикою яких є допомога в пошуку місця навчання, освітні рейтинги, аналіз діяльності університетів, інститутів, коледжів [2].

Таким чином, можна говорити про використання розмаїття інструментів маркетингу у сфері вищої освіти. Найбільш традиційним та показовим слід вважати маркетингові заходи закладів вищої освіти країн Європи. Саме тому використання

досвіду інших країн необхідне для вдосконалення маркетингової стратегії, впровадження нових інструментів, які дозволять підвищити конкурентоспроможність ЗВО на освітньому ринку України.

Список використаних джерел:

1. Thomas S. Marketing Automation Foundation: Eliminating Unproductive Marketing / S. Thomas, B. Thomas., 2017. – 248 p.
2. A beginner's guide to using marketing automation for education [Електронний ресурс] // Higher Education Marketing. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.higher-education-marketing.com/blog/beginners-guide-marketing-automation-education>.

О.В. Поляк, к.держ.упр.

Інститут післядипломної педагогічної освіти

ПРАКТИЧНИЙ САМОМЕНЕДЖМЕНТ В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ

Сучасна освітня діяльність в Україні здійснюється в умовах низки системних викликів сьогодення, якими станом на 2019 рік можна вважати:

- військові дії проти країни-агресора, що розбалансовує державний та освітній менеджмент,
- процеси децентралізації повноважень органів влади, що змінює систему управління освітою в об'єднаних територіальних громадах,
- процеси автономізації закладів освіти, що видозмінює модель прийняття управлінських рішень суб'єктами освітньої діяльності,
- зміна рамок умов освітнього середовища, складовими якого стають інклюзивне освітнє середовище тощо, що потребує посилення публічності та відкритості процесів діяльності,
- зміна змісту освітньої діяльності педагогів як надання освітніх послуг,
- поява нових негативних діянь у системі освіти, в тому числі, булінг (цькування) учасників освітнього процесу [4] тощо.

У цих умовах персонал закладів освіти України змушений

самостійно організовувати певну частину власної освітньої діяльності, яка умовно будується за допомогою загальновідомого правила Парето (80/20) та є ключовим фактором розбудови самоменеджменту, суть якого у максимальному використанні власних можливостей та усвідомленому керуванні для виконання посадових обов'язків.

В Україні системний аналіз самоменеджменту належить Г.Щокіну та В.Сладкевичу [6], які дане питання розглядають структурно щодо типології. Так, самоменеджмент характеризується названими авторами як один із двадцяти чотирьох типів менеджменту за сферами управління в організації. Цінність аналізу полягає ще й у визначенні поняття «практичний самоменеджмент», який трактується зазначеними авторами як система методів, тестів, прийомів, технологій, за рахунок яких можна вдосконалити свої якості, здібності та вміння [там само, с. 505], що важливо для застосування в освітньому менеджменті.

У рамках теми даного аналізу слід відзначити праці з проблематики самоменеджменту в освітньому просторі, про що свідчать доробки Я.Абсалямової [1], Т.Бабко [2], М.Матішак [5] та інших українських науковців. Але спрямованість аналізу питань самоменеджменту окремими авторами стосується не сьогодення, а майбутньої перспективи, про що свідчать власне назви праць, як-то у О. Цимбал [7], А. Яцинік [8] та інших. Але мета застосування полягає у спрямуванні самоменеджменту в практичне русло щойно і не відкладаючи, зважаючи на завдання, які стоять перед системою освіти.

Таким чином, наявність проаналізованих вище наукових праць з питань самоменеджменту в цілому та самоменеджменту в освітньому менеджменті спонукає до виділення важливої в умовах викликів, в яких функціонує сучасна система освіти, тієї частини проблематики, яка зорієнтована на застосування вже сьогодні в освітньому просторі держави.

Зі цією метою пропонується вибудувати послідовність організації процесу застосування самоменеджменту освітніми менеджерами всіх рівнів, що, на мою думку, включає наступне: теоретичний аналіз технології само менеджменту; зміна відношення до освітньої діяльності як до процесу надання

освітніх послуг; чітка ідентифікація конкретних дій, що окреслені посадою в системі освіти; усвідомлення складових самоменеджменту, зокрема: самовизначення, самовладання, самоконтроль, самонавіювання, самоорганізація, самооцінка, саморефлексія, саморегулювання, самоспостереження, самоуправління, на що звертають увагу О. Бабчинська, А. Мідляр [3] та інші; розуміння місткості складових самоменеджменту та наповнення їх власним практичним досвідом.

Окрім того, важливим є вміння формування оцінювання освітньої діяльності за допомогою власноруч створеного інструменту вимірювання якості, а також – посилення застосування техніки самоменеджменту за допомогою дієвості реординаційних зв'язків тощо.

Таким чином, «практичний самоменеджмент» можна вважати ключовим інструментом освітньої діяльності для реалізації освітніх завдань в умовах викликів сьогодення.

Список використаних джерел:

1. Абсаямова Я. Роль самоменеджменту в стратегії професійної самореалізації викладача // Рідна школа. – 2014. – № 8-9. – С. 9-12.
2. Бабко Т.М. Технології самоменеджменту як важливий чинник підготовки керівника освітнього закладу. – 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: isp.poippo.pl.ua/article/download/117501/116210
3. Бабчинська О.І., Мідляр А.К. Самоменеджмент як складова професійного розвитку персоналу //Ефективна економіка. – 2016. – № 9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua-5151.
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню)». Документ 2657-VIII, чинний, поточна редакція – прийняття від 18 грудня 2018 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19>.
5. Матішак М. Формування навичок самоменеджменту майбутніх вихователів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 194.44.152.155/elib/local/2540.pdf
6. Менеджмент: Навч. посіб. для студ. ВН. / За ред. Г.В. Щокіна, М.Ф. Головатого, О.В. Антоноука, В.П. Сладкевича. – К.: МАУП, 2007. – 816 с.
7. Цимбал О.Ю. Самоменеджмент в структурі професійної підготовки майбутнього керівника навчального закладу // Young Scientist. – 2016. – № 6 (33). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
8. Яцинік А. Самоменеджмент керівників дошкільних навчальних закладів у системі післядипломної освіти //Витоки педагогічної майстерності. – 2015. – Випуск 16. – С. 313-318.

Н.Г. Сейсебаєва, к.е.н., доцент,
Г.А. Геворгян, здобувач вищої освіти
Запорізький національний університет

БАЗОВІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

У сучасному світі сфера вищої освіти та науки в цілому вимагає обґрунтованих, гнучких та обміркованих методів регулювання. Рівень освіти у країнах Європейського Союзу є яскравим прикладом ефективного та успішного управління в сфері освіти й науки.

Ще наприкінці ХХ ст. більшість європейських держав здійснили реформування державного управління вищою освітою, зважаючи на тенденції глобалізації, інтернаціоналізації, демократизації управління, децентралізації, розширення автономії ВНЗ, з одночасним підсиленням їх звітності перед суспільством та ін.[1]

На основі “Європейського пілотного проекту по оцінці якості вищої освіти”, Рекомендацій Єврокомісії щодо європейського співробітництва у питаннях гарантії якості вищої освіти та Болонської декларації створено Європейську мережу гарантії якості освіти (ENQA).ENQA разом з Європейською асоціацією університетів (EUA), Європейською асоціацією вищих навчальних закладів (EURASHE) та Європейським студентським міжнародним бюро (ESIB) створили робочу групу E4.

E4 розробила стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості European quality assurance standards and guidelines (ESG), а також створила Європейський реєстр забезпечення якості (EQAR). ESG створено для надання допомоги ВНЗ (під час розроблення внутрішніх систем забезпечення якості) та агенціям (під час проведення незалежних зовнішніх перевірок). Діяльність EQAR була розпочата в Брюсселі (2008 р.) і спрямована на надання інформації про європейські агенції з якості освіти, на підвищення статусу ВНЗ, подолання перепон для мобільності студентів.[2]

Щодо системи контролю вищої освіти, то самоконтролю надається номінальне значення, а основні зусилля докладають

для проведення ефективної зовнішньої оцінки державними органами або громадськими організаціями. Така система оцінки і контролю часто пов'язана з урядовим контролем, ліцензуванням, державною акредитацією, порівнянням різних вищих навчальних закладів, розподілом фінансових ресурсів і здобуттям впливу на університети.

Основна відмінність європейських систем контролю вищої освіти від інших країн полягає у повноваженнях уряду, у формулюванні цілей контролю, у визначенні найважливіших аспектів контролю, у способах прийняття рішень і, нарешті, в самій організації освітнього процесу.

У Німеччині, наприклад, де міністерство освіти, яке регулює діяльність вищих навчальних закладів, існує з XIX ст., дуже сильні традиції державного контролю за вищою школою, а самі професори і викладачі є державними службовцями.[3]

Характерною рисою управління вищою освітою у Франції є діяльність впливових суспільних органів і асоціацій консультативного характеру. Головними з них є Національна рада і Районні ради з вищої освіти і досліджень (CNESER), а також Конференція президентів університетів, які активно співпрацюють з Міністерством освіти.

У 90-х роках XX ст. у Міністерстві освіти Франції було створено нову структуру – Спеціалізоване управління планування і розвитку університетів з метою координації діяльності державної влади й університетів. Система освіти централізована щодо розробки стандартів вищої освіти, навчального плану, змісту освіти, документів про освіту, педагогічного персоналу (відбір за конкурсом професорсько-викладацького складу), але децентралізована щодо деяких аспектів управління, насамперед матеріально-фінансового забезпечення діяльності закладів вищої освіти.[4]

Отже, система управління вищою освітою в країнах Європейського союзу базується на впровадженні стандартів контролю діяльності ВНЗ, створенні громадських організацій та державних органів системи контролю.

Список використаних джерел:

1. Квиек М. Социально-культурные параметры трансформации высшего образования в Центральной и Восточной Европе/ М.Квиек// Высшее

образование в Европе. – 2001. – Т. XXVI. – №3.

2. Бут В. А. Державний контроль і моніторинг якості освіти у вищій школі України / В. А. Бут // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія “Управління”. – 2014. – Вип. 1. – С. 235-236 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_upravl_2014_1_31

3. Сенишин У. І. Досвід зарубіжних країн в здійсненні правового регулювання контролю знань в системі вищої освіти / У. І. Сенишин // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2011. – Вип. 7. – С. 158. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzlubp_2011_7_42

4. Соколова І. В. Управління вищою освітою у зарубіжних країнах / І. В. Соколова // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2014. – Вип. 3-4. – С. 98-105.

О.В. Смігунова, к.е.н, доцент,
О.П. Пахуща, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
*Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ МЕНЕДЖЕРІВ У МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЯХ

Міжнародний менеджмент – це процес застосування концепцій і інструментів науки управління у багатокультурному середовищі, що дозволяє додаткові вигоди і заощаджувати час [1].

Запорукою успішної діяльності менеджерів у міжнародних корпораціях є висока кваліфікація, яка забезпечується професійним навчанням та набутим досвідом. Для навчання майбутніх фахівців розроблено чимало різних методик, але на сьогоднішній день немає ідеальної методики навчання, при застосуванні якої ефективність менеджерської діяльності була б найвищою. Узагальнюючи провідний світовий досвід навчання маркетингу і менеджменту, виділяють наступні підходи:

- 1) кейс-метод Гарвардської школи бізнесу;
- 2) метод досліджень Чиказької школи бізнесу;
- 3) навчання за допомогою практикуючих менеджерів у Кейптаунському університеті (Південно-Африканська Республіка);
- 4) японський підхід до навчання [2].

Кейс-метод відомий у вітчизняній освіті як метод ситуативного навчання на конкретних прикладах. Цей метод набув поширення завдяки Гарвардській школі бізнесу.

У навчальних закладах Західної Європи кейси в процесі навчання стали активно використовувати у 60-х роки ХХ століття. В Україні дана методика почала впроваджуватися у процес навчання на початку 2000-х років.

Кейс-метод має наступні переваги: реальність ситуацій, наближеність їх до ділового життя; можливість двоетапного обговорення (у мікрогрупі та в цілому в колективі слухачів курсу); співпраця студентів і набуття навичок роботи в колективі; можливість перевірки розроблених пропозицій на практиці; розмаїття підходів; набуття навичок щодо прийняття рішень; висока мотивація навчання.

Проблеми, що виникають при застосуванні кейс-методу: високі витрати на підготовку кейсів; старіння кейсів; необхідність висококваліфікованих розробників для нових кейсів; методика проведення занять досить складна і вимагає спеціальних тренінгів для викладачів; вимагає необхідним чином обладнаних аудиторій; неможливість застосувати індивідуальний підхід.

В основі методу Чиказької школи бізнесу є самостійне дослідження публікацій і діяльності корпорацій з зазначених питань слухачами, групове обговорення результатів і пророблення рекомендацій щодо прийняття відповідних рішень у корпораціях. Студенти за такого методу мають можливість самостійно обирати тему дослідження, керівника такого проекту та план вивчення дисциплін згідно логіки навчання.

Переваги методу: висока фундаментальна підготовка слухачів; гнучкість програм і змісту навчання; конкуренція серед слухачів та викладачів; формування практичних навичок аналізу, обґрунтування концепції, прийняття рішень, які спрямовані в майбутнє; співпраця з компаніями та можливість обґрунтовувати для них комплексні пропозиції; розвиток самостійності та відповідальності слухачів, набуття навичок роботи у складі тимчасових проектних груп.

Проблеми при застосуванні: необхідність створення потужного банку публікацій для досліджень; високі вимоги до

викладачів відносно їх педагогічної, дослідницької, консультаційної, організаторської роботи; надмірна індивідуалізація навчання, що ускладнює групову роботу серед студентів і може призвести до набуття ними різної кваліфікації; необхідність налагодження взаємовигідних відносин з компаніями.

Спосіб навчання за допомогою практикуючих менеджерів полягає у залученні менеджерів-практиків провідних компаній, які пройшли навчання у провідних школах бізнесу США з досвідом викладацької діяльності.

Переваги підходу: навчання практично спрямоване; у слухачів формуються добрі знання щодо сучасних проблем бізнесу, інструментів менеджменту; економія витрат на утримання викладачів; проведення занять безпосередньо в компаніях; налагодження зв'язків між навчальними закладами і компаніями.

Проблеми застосування: труднощі при створенні команди викладачів; різний рівень викладання дисциплін через непрофесійність викладачів; застосування викладачами різних методик викладання, що займає час на пристосування; порушення логіки опанування навчального плану і розкладу внаслідок зайнятості викладачів-практиків; недостатній рівень фундаментальної підготовки студентів.

За японського підходу до навчання менеджменту та маркетингу підготовка фахівців відбувається переважно у навчальних центрах компаній, викладачі для яких готуються частіш за все Токійським інститутом менеджменту.

Переваги підходу: навчання прикладне, зорієнтоване на роботу в конкретній фірмі; висока мотивація навчання; відсутність бар'єрів між навчанням і практикою; розуміння підготовки під певну посаду створює висока віддачу від навчання.

Проблеми: недостатня фундаментальна підготовка; отримані знання і навички складно застосовувати в інших фірмах, а також на вищих рівнях менеджменту; висока вартість навчання.

Сьогодні японці, розуміючи викладені проблеми, часом практикують підготовку управлінців у відомих школах бізнесу США та Західної Європи.

Список використаних джерел:

1. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент: Навч.-метод. посіб. для студентів / Є. Г. Панченко; Київ. нац. екон. ун-т. - К., 2007. – 468 с.
2. Красноруцький О.О. Методики навчання менеджерів у міжнародних корпораціях: переваги та проблеми застосування / Красноруцький О.О., Колпаченко Н.М., Смігунова О.В. // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 171. – Харків: ХНТУСГ, 2016 р. – С. 3 – 9.

Д.О. Серіков, к.е.н., викладач
*Харківський національний економічний
університет імені С. Кузнеця*

ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Проблема формування духовності студентів є актуальною і належить до проблеми соціального характеру, оскільки пов'язана з таким поняттям, як формування особистості. У наш час дуже часто можна почути заклики про підняття національної свідомості людини та виховання справжнього громадянина. А поштовхом і основою для цього є, у першу чергу, виховання духовної особистості. Вищим навчальним закладам потрібно турбуватися про духовний світ молоді. Саме тоді країна буде бачити молодь як майбутнє нашої нації, рушійну силу, яка спроможна вирішити проблему держави не на свою користь, молодь із своїми вищими моральними, естетичними канонами та ідеалами. Адже від її ставлення до надбань культури залежить нині духовне оновлення нашого суспільства, зміст її цінних орієнтацій і майбутнє. Важливим також є планування матеріальних потреб, бо це дозволяє визначити динаміку росту добробуту людини і формувати зростаючі потреби відповідно до прибутків.

В ході педагогічного дослідження було опитано 40 осіб віком від 18 до 21 року. Респондентами були студенти Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, із них 25 жіночої та 15 чоловічої статі.

З проведеного дослідження можемо зробити певні висновки: до своїх життєвих пріоритетів молодь насамперед відносить

сімейне щастя (71,7%), побудову кар'єри (48,1%), можливість бути вільним та незалежним у своїх рішеннях та вчинках (38%), мати можливість реалізувати свій талант та здібності (32,1%). Для більшості молоді сьогодні найважливішим є стан здоров'я (55,8%), матеріальний добробут (53,8%) та досягнення поставленої мети (44,3%). Майже третина молоді (28,3%) вважає, що те, як складеться життя молодій людині, насамперед залежить від неї.

За сучасних умов молодь достатньо високо оцінює свої можливості щодо дотримання звичаїв та традицій свого народу (35,4%), власних дій відповідно до сумління та переконань (33,9%), досягнення для себе та своєї сім'ї матеріального благополуччя та добробуту (32,4%), можливість отримання інформації, важливої для молоді (31,5%). Водночас молодь незадовільно оцінює свої можливості впливати на прийняття рішень, що стосуються життя свого населеного пункту (41,3%), можливість отримання судового захисту (40,6%), свої можливості щодо започаткування власної справи (38,5%), отримання кваліфікованої медичної допомоги (35,1%) та хорошої роботи за своєю спеціальністю (33,1%).

Приблизно третя частина усіх молодих осіб задоволена своїм матеріальним становищем (27,8%), а молодь, яка не задоволена своїм матеріальним становищем, вважає, що, в першу чергу, необхідно вимагати від Уряду підвищення зарплати, зниження цін та зниження податків (60,7%), в другу чергу – змінити роботу на більш оплачувану (34,3%) та в третю чергу – поїхати з країни (17,4%). Більше половини молодих осіб в Україні мешкають з батьками (53,5%). Рівень купівельної спроможності молоді є невисоким, оскільки більшість молодих людей може собі дозволити лише оплатити оренду або рахунки за комунальні послуги та купити їжу.

Більшість молоді вважає, що в нашому суспільстві переважають матеріальні потреби. Серед молоді спостерігається прагнення до індивідуалістичного типу життя та задоволення в першу чергу власних, а не загальнолюдських інтересів, що свідчить про низький рівень самосвідомості в молодіжному середовищі. Але все ж таки непорушними цінностями для опитаних залишаються кохання, сім'я, дружба, які є для них

набагато важливішими за гроші та матеріальний достаток, і для більшості взагалі є найважливішими в житті. Багато факторів мають значний вплив на зміну життєвих цінностей.

Тому, говорячи про співвідношення матеріальних і духовних потреб та стан життєвих цінностей серед молоді в цілому, можна зробити висновок, що хоч більшість молоді і вважає, що в світі переважають матеріальні потреби, але особисто для неї найголовнішими є духовні цінності, потреби, які вона б не проміняла ні на які гроші – сім'я, дружба, любов тощо.

Проте ми бачимо, як занепадає потреба молоді у читанні літератури, відвідуванні бібліотек, театрів, а натомість швидкими темпами зростає надання переваги молодими людьми телебаченню, тобто засобам, які сприяють зниженню розвитку людської думки, духовному світосприйняттю, власному оновленню та часто спровоковують на негативні вчинки.

На підставі отриманих результатів можна рекомендувати відповідним органам спробувати покращити ситуацію за рахунок таких заходів, як підвищення та вчасна виплата стипендії, працевлаштування студентів, що допоможе знизити матеріальну напруженість в студентському середовищі та необхідність морального виховання, яке б допомогло спрямувати молодь на розширення та поглиблення своїх духовних потреб.

Список використаних джерел:

1. Бережний М. М. Людина та її потреби / М.М. Бережний Под ред. Діденко В.Д. М.: ФОРУМ 2000.
2. Бертран П. Соціологія молоді./ П. Бертран. – К.: Наука 2004. — 352 с.
3. Воротинський Р. Р. Методика соціологічного дослідження./ Р.Р. Воротинський. – Львів, 1998. – 246 с.
4. Плавуцька О. П. Розвиток духовних цінностей студентів у ході вивчення дисциплін гуманітарного циклу: результати експериментального дослідження / О. П. Плавуцька // ОСВІТА РЕГІОНУ: ПОЛІТОЛОГІЯ ПСИХОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ. – № 2. – 2010. – С.
5. Радугин А. А. Психологія і педагогіка / А. А. Радугин. – 2-е вид., испр. и доп. – М.: Центр, 1999. – 333 с.

A COMPARATIVE STUDY OF HIGH EDUCATION IN CHINA AND UKRAINE

Significance:With the common vision of building a "One Belt And One Road", as a place where diverse civilizations meet and converge, universities should play a greater role in the sustained and in-depth friendly exchanges between China and Ukraine.Chinese minister of education Chen Baosheng, Ukrainian minister of education and science vladimir grignevich, Chinese ambassador to Ukraine and heads of more than 30 universities from China and Ukraine attend the meeting at the national university of Kiev in Kiev, Ukraine, June 23, 2017. All the way for the positive response "area" initiative, to strengthen bilateral international cooperation in education, in 2018 and Ukraine Sumy national agricultural university of Henan institute of science and technology education teaching, scientific research and personnel training and so on have reached cooperation intention, just two schools to negotiate and sign the agreement, the postgraduate founded the henan institute of science and technology in China – Ukraine Sumy national agricultural university graduate school of international joint.The cooperation between China and Ukraine in higher education is deepening, so comparative study is indispensable. The development of private higher education in Ukraine and private higher education in China have a lot in common, which can provide some reference and inspiration for the development of private high education in China.

Framework: China and Ukraine have a lot in common in politics, economy, culture and education.During the planned economy period of the last century, both China and Ukraine were dominated by public education.During the transition from a planned economy to a market economy, both private and private higher education have developed rapidly due to the relatively loose educational environment.1. From the perspective of government management, both Chinese and Ukrainian governments are strict in the management of private or private colleges and universities. Compared with public colleges and universities, private or private colleges and universities do not enjoy greater autonomy and choice

in running schools.2. From the perspective of the majors, they all emphasize that the majors are closely related to the labor market and have strong applicability.3. In order to broaden the way of running schools, both private and private universities in China and Ukraine have made use of the market of continuing education to further expand the forms of running schools in the field of continuing education. There are also some differences in private or private higher education between China and Ukraine.1. From the perspective of schooling level, private higher education in Ukraine currently has doctoral degree education, while China's ministry of education did not approve 5 private colleges and universities (Beijing city university, Hebei university of communication, Heilongjiang Oriental university, Xijing university, Jilin huaqiao college of foreign languages) to obtain professional master's degree education qualification until 2011.2. From the starting time of private or private higher education, private colleges and universities in China appeared about More than ten years earlier than private colleges and universities in Ukraine. The first private colleges and universities in Ukraine were established between 1991 and 1992, while the first private colleges and universities in China appeared at the beginning of reform and opening up.3. In terms of speed of development, Ukraine's market-oriented economic transformation has highlighted the shortage of public higher education. But these were quickly filled by new private colleges. Private universities in Ukraine are growing much faster than in China. Private schools now account for about 43 percent of the country's universities. Private higher education in China falls far short of this proportion.

Countermeasures and Suggestions for the development of private colleges and universities in China: Further clarify laws and regulations on property right management of private colleges and universities. Constantly improve the corporate governance structure of private colleges and universities. Further scientific classification management of private colleges and universities. Constantly improve their own software and hardware conditions, and strengthen the characteristics of professional Settings.

References:

1. Wang Fang. Discussion on policy Suggestions for the development of private higher education / Wang Fang // Modern commercial industry. – 2010. No.18. –

P. 44-45.

2. Luo Yin. Research on the development of non-governmental higher education guided and supported by the government / Luo Yin // Education and profession. - 2014. No.14. – P.35-36.

3. Burluca A.V. Self-education of A Person as A Sociocultural Phenomenon / A.V. Burluca // Kharkiv State Academy of Culture. – 2005. – Vol. 5. – No.3. – P. 286-288.

Qu Dongxu, Ph.D. student
Sumy National Agrarian University
Henan Institute of Science and Technology

TECHNOLOGY TO OPTIMIZE THE UNIVERSITY ASSET MANAGEMENT SYSTEM

The university assets are the material basis for the smooth development of scientific research, teaching and other work in universities. With the continuous development of social economy and education in China, the scale of university assets is increasing. The “Quality Report of China’s Higher Education Series” issued by Chinese Ministry of Education in 2016 shows that the national fixed assets of universities increased by 42.15%, and the increase in teaching and scientific research instruments exceeded 60.22%. However, the current university asset management system has been unable to meet the needs of the situation. It is imperative to strengthen and deepen the network management system of university assets. In recent years, the common problems highlighted in the process of asset management in universities were studied by many scholars. Xu Jing [1] found that weak management awareness is a common phenomenon in the current asset management in universities. Gu Xin [2] analyzed that the main reason for the unscientific asset management in many universities is the unsound management mechanism. University assets management under the network mode has significant advantages, and the application of Internet technology can effectively improve the efficiency of asset management [3]. However, in the practice of asset network management, many universities have not achieved real resource sharing and dynamic update, and the network radiation scope still needs to be improved [4]. Therefore, it is necessary to play the

advantages of Internet technology and improve the network management system, in order to make assets more efficient for the development of universities. It can be carried out from the following aspects.

Firstly, the university managers should strengthen management consciousness and improve the system construction. All of the leadership, relevant departments and faculty members of universities should strengthen the understanding of the importance of state-owned assets, change the misconception that “money is more important than assets”, truly integrate the “Internet Plus” thought into the asset management work, constantly develop the effective network asset management system, enhance the quality of fixed assets management work and the work level, and then improve the utilization efficiency of assets.

Secondly, the network management system of assets should be established based on life cycle theory. The application of network management can integrate every step of assets from the declaration of purchase to the end of material scrapping, and build a complete and clear network system, which could cover the whole life cycle of the assets, including project initiation stage, daily use and change stage, and scrap management stage. Among them, the project initiation management stage refers to the application, examination and approval, purchase, acceptance of assets into the account and account management process. The daily use and change stage covers the maintenance, change, inventory and other contents of assets. Besides, the scrap management stage refers to the disposal of fixed assets as scrap. The establishment of the network system of assets and the evaluation of the efficiency of the whole life cycle of assets can not only make the management more standardized, but also reduce the idle and loss of assets, so that the efficiency of each asset can be brought into full play.

Thirdly, based on the “3R” (reduce, reuse and recycle) principle of circular economy, network management should be used to monitor the use efficiency of assets in each stage of asset life cycle and the impact on the environment, so as to minimize the damage to the environment and achieve the goal of sustainable development. From the purchase of assets as a starting point, priority should be given to the use of environmentally friendly materials produced products or

which can be recycled. Also, the relevant factors, such as whether to cause pollution to the environment and how to control the pollution, should be fully considered in the process of using the assets. Besides, in the process of asset scrapping and waste recovery, the possibility of multi-level recycling of product waste and relevant factors, such as waste landfill, waste water and waste gas treatment, should be taken into account.

In addition, university asset management department should strengthen the assessment of the asset management situation of the use department. The factors, such as the maintenance of the fixed asset network system, the input-output efficiency of funds, the environmental costs generated in the asset life cycle, as well as other factors in scientific research, talent development and social services, should fully consider when the asset performance assessment indicators is constructed. Furthermore, the assessment results should be linked to the fixed assets budget of the department, and the incentive and accountability mechanism of fixed assets supervision should be gradually improved to promote the improvement of the use efficiency of fixed assets in universities.

In brief, the application of Internet technology in university asset management is an inevitable trend. University managers should follow the goal of sustainable development, strengthen the sense of management responsibility, construct the network management system of university assets, promote and improve the network asset management, and improve the utilization efficiency of assets, so as to provide a guarantee for the sustainable development of various undertakings in universities.

References:

1. Xu Jing. Problems and countermeasures in the management of educational assets in universities / Xu Jing // Journal of Hubei correspondence university. – 2017. – Vol. 30. -No.7. – C. 24-25.
2. Gu Xin. Common problems and countermeasures of state-owned assets management in universities / Gu Xin // Educational accounting research. – 2016. – Vol. 27. – No. 3. – C. 36-39.
3. Zhang Sijia. Analysis of the advantages of the networked dynamic management platform for fixed assets in universities / Zhang Sijia // Administrative assets and finance. – 2015. – No. 7. – C. 75-77.
4. Zhang Rui. Thoughts on the informatization construction of state-owned assets network in universities / Zhang Rui // Modern marketing (operation version). – 2018. – No. 12. – C. 81.

Xia Yuanyuan, Ph.D. student
*Suny National Agrarian University &
Henan Institute of Science and Technology*

MANAGEMENT STRATEGY TO ELIMINATE THE PRIMARY SCHOOL ORIENTATION OF KINDERGARTENS

Kindergarten is an important collective organization before children enter the formal school organization, which can lay the foundation for children's life development. The Primary School Orientation (PSO) in kindergarten is a stubborn problem encountered by kindergarten directors in internal management. Since 2006, Chinese scholars have begun to study this problem. But more than ten years later, the PSO in kindergarten still exists. The so-called PSO of kindergartens refers to the bad tendency that kindergartens treat children as primary school students in the practice of education and teaching in order to adapt to the wrong needs of parents and society [1].

The PSO of kindergarten completely violates the aim of early childhood education and is of serious harm. This not only fails to lay a foundation for primary education, but also has a negative impact on primary education [2]. Based on this, the Ministry of Education of China issued the "Notice on the Specialized Governance of Primary School Orientation in Kindergartens" in July 2018, which clearly stipulates that it is strictly forbidden to teach the contents of the primary school curriculum, correct the PSO education method, Renovate the PSO education environment, solve the problem of unqualified teachers' qualifications, and adhere to the zero-start teaching in primary schools [3].

It shows that government attaches great importance to the development of children's physical and mental health and the determination to change the cramming education. However, how to implement this notice requires the majority of kindergarten directors and other managers to jointly achieve and implement.

First of all, correcting the PSO of kindergartens needs to be done together with the managers of primary schools. Since 2006, the issue of PSO in kindergartens has come into public view. However, scholars only focus on kindergartens and fail to pay attention to the

cooperation between kindergartens and primary schools.

As long as primary school enrollment does not have high intellectual requirements for children, the possibility of teaching primary school knowledge in kindergartens will be reduced. In addition, it is also necessary to pay attention to the communication between the senior grade of kindergarten and the first grade of primary school, so as to promote the connection between kindergarten and primary school. The connection is not something that kindergartens should do unilaterally. The administrative and research departments of education should also coordinate and coordinate.

Secondly, it is necessary to strengthen cooperation between kindergartens, families and communities. Changing the PSO of kindergartens requires the synergy of the entire society. The key to putting an end to the PSO is to raise the level of parental awareness and change the educational concept of parents. With the improvement of parents' parenting level, parents have increasingly realized the importance of games for children. However, there is a general lack of knowledge about how to educate children in early childhood and what methods to use for education. Kindergartens can make full use of various forms such as mass media and early childhood expert lectures to widely publicize the knowledge of early childhood education, so that parents can establish correct educational concepts and improve their educational competence. Meanwhile, kindergartens also need to strengthen the cooperation with families and communities to better practice the concept of "education is life" and "education is growth".

Finally, the comprehensive quality of preschool teachers should be improved. Preschool teachers need to meet the basic requirements stipulated in the "Professional Standards for Kindergarten Teachers". In addition to basic professional literacy and skills, preschool teachers should also have a teaching and learning method suitable for their children.

They should also have the ability of lifelong learning, act as participants in the education teaching activities, the role of guide and supporters.

In conclusion, with kindergartens as the leading force and giving full play to various forces including primary schools, families and

communities, the problem of PSO in kindergartens will no longer be an obstacle in the development of preschool education.

References:

1. Zhang Yunxin. Research on the primary school orientation education in kindergarten / Zhang Yunxin // Central university for nationalities. – 2006. – C. 4.
2. Li Dawei. The current situation and countermeasures of the primary school orientation education in early childhood education / Li Dawei and Liu Xiuli // Journal of northeast normal university. – 2006. – No. 6. – C. 164-167.
3. Ministry of Education of China. Notice on the Specialized Governance of Primary School Orientation in Kindergartens. available at: http://www.moe.gov.cn/srcsite/A06/s3327/201807/t_20180713_342997.html.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ

<i>В.І. Аранчій</i> ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	3
<i>Yurii Safonov, Viktoriia Borshch</i> PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS AN INVESTMENT AND INNOVATION TOOL FOR MEDICAL FACILITIES.....	5
<i>Т.П. Кальна-Дубінюк, І.П. Кудінова</i> РОЛЬ ДОРАДНИЦТВА В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	8
<i>І.О. Крюкова</i> УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	12
<i>П.П. Микитюк</i> МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД.....	15
<i>Andrii Mykhailov, Li Ting Ting</i> RESEARCH ON PROBLEMS AND COUNTERMEASURES OF CHINESE ENTERPRISES' FOREIGN INVESTMENT MANAGEMENT.....	19
<i>Л.І. Михайлова, Т.М. Вітюк</i> ГАЛУЗЕВІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В МЕДИЧНИХ УСТАНОВАХ.....	21
<i>С. Plotnyska</i> INTERNATIONAL BRANDING STRATEGIES	24
<i>Olena Slavkova, Qiu Hongzhou, Zhang Rui</i> THE ROLE OF LOGISTICS MANAGEMENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	27
<i>Д.В. Солоха, О.В. Белякова</i> ВИЗНАЧЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....	30
<i>Ю.М. Уманців</i> КОРПОРАЦІЇ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	33

<i>Oke Opoulava Adededzhi</i> INFORMATION-ANALYTICAL SUPPORT AS A MANAGEMENT TOOL FACILITATING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN AND FOOD SECTOR ENTERPRISES.....	36
<i>Т.А. Власенко</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	39
<i>О.Г. Головки, А.М. Плетюхов</i> РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ.....	42
<i>К.О. Горова</i> ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ АУТСОРСИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	44
<i>О.В. Дорофєєв, О.В. Рой</i> ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ: ПОСДНАННЯ ЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ Й ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ	47
<i>М.В. Коваленко, К.А. Дейнеко</i> СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	49
<i>І.М. Корнило</i> СИСТЕМНО-СИНЕРГЕТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	51
<i>І.П. Потапюк, Д.С. Дюкаєв</i> АУТСОРСИНГ ЯК НОВИЙ ПІДХІД ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	54
<i>В.М. Собчишин</i> УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	56
<i>О.В. Нечипорук</i> ОСНОВНІ МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	58
<i>М.О. Вовк</i> БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	61
<i>G.O. Gres</i> COMBINED PROCESS-FUNCTIONAL APPROACH FOR COMPANY MANAGEMENT WITHIN HOLACRACY ORGANISATIONAL STRUCTURE	64

<i>О.В. Лопушинська</i> РЕСУРСНИЙ АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВА	66
<i>М.В. Мартиненко</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ВИРОБНИЧА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА».....	69
<i>К.Г. Прокопенко</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УЗАГАЛЬНЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ПОНЯТТЯ «БРЕНД».....	71
<i>М.О. Стеценко</i> ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ».....	74
<i>К.О. Дековець</i> ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ	76
<i>В.М. Заїка</i> ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНИХ ТА ВИРОБНИЧИХ СТРАТЕГІЙ В ПІДПРИЄМСТВІ	78
<i>А.С. Калініна, С.Д. Королькевич</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ	80

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНИЙ, ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

<i>Л.М. Березіна, Н.В. Баган</i> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	84
<i>М.В. Одрехівський, О.О. Пирик-Ковальська</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	87
<i>А.В. Руснак</i> ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	90
<i>О.М. Сумець</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОТОКАМИ ВІДХОДІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	93
<i>К.С. Богомоллова, Т.М. Демченко</i> ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	96

<i>А.С. Бритвенко</i> ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІС-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ	98
<i>О.В. Вараксіна, А.А. Іськович</i> ОКРЕМІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	101
<i>V.L. Voronina</i> DIAGNOSTICS OF THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT	104
<i>О.Г. Головка, А.В. Стасишина</i> ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ТА ДЖЕРЕЛА ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	107
<i>М.О. Живко, Х.З. Босак, А.І. Вольних</i> ЕТАПИ РОБОТИ З СИСТЕМОЮ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ IMS	109
<i>М.В. Коваленко, А.О. Тенянко</i> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	116
<i>І.А. Лопицук</i> УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	119
<i>Л.М. Потапюк, О.А. Масовець</i> ВАГОМІСТЬ 3D-ТУРІВ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	122
<i>Т.О. Сазонова, Л.В. Келемеш</i> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	124
<i>І.В. Шульженко</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА	127
<i>Y. Jamal</i> THE DIFFERENCE IN LEADERSHIP STYLES BETWEEN FILTERED AND UNFILTERED LEADERS	129
<i>О.Г. Казарян, Цзян Сыфань</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	131
<i>С.М. Марчишинець</i> ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ	134

<i>Ю.І. Микитюк</i> СТВОРЕННЯ ОФІСУ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВІ.....	136
<i>Niu Lichen</i> RESEARCH AND ANALYSIS ON CHINA'S LAND TRANSFER POLICY INNOVATION.....	139
<i>А.Б. Вибиванець</i> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	141
<i>Zhao Pengju</i> THE IMPORTANCE OF INFORMATION MANAGEMENT IN MODERN ENTERPRISES	143
<i>О.П. Грицив</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ІТ – МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	146

СЕКЦІЯ 3. КАДРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

<i>Roman Rossi, Diana Kucherenko</i> PRIORITIES OF UKRAINIAN MARKET OF THE FORMING LIFELONG LEARNING SYSTEM.....	149
<i>Л.М. Варава, А.А. Варава</i> УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	151
<i>З.Б. Живко, І.І. Шегинський, І.М. Ганусяк</i> ВИСОКА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЯК СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ	154
<i>Л.О. Мармуть, Л.Ю. Леваєва</i> ЧИННИКИ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТРУДОРЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	157
<i>Andrii Mykhailov, Huo Zhiping, Yin Haiyan</i> EXPERIENCE IN HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT FOR THE ELDERLY IN DEVELOPED COUNTRIES	159
<i>Н.В. Блага, Л.В. Кухарська, О.В. Живко</i> АЛГОРИТМ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ	162

<i>В.О. Осташова</i>	
МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ У РОБОТІ ЮРИСКОНСУЛЬТА ПІДПРИЄМСТВА	165
<i>Т.О. Сазонова, В.В. Даниленко</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	167
<i>О.С. Щербіна</i>	
РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ	170
<i>Н.С. Ринкевич</i>	
ВИКЛИКИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ	173
<i>Li Wei</i>	
THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT.....	176
<i>В.М. Кірік, Д.В. Демченко</i>	
РОЛІ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	177
<i>М.Ю. Запека</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ.....	180

СЕКЦІЯ 4. ГАЛУЗЕВІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ

<i>Csaba Lentner</i>	
COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF FISCAL POLICY IN HUNGARY AND UKRAINE	183
<i>М.М. Ігнатенко, М.А. Кучеренко</i>	
ІНДИКАТОРИ ТА ПРИНЦИПИ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА СЕЛІ	185
<i>Andrii Mykhailov, Yin Haiyan, Huo Zhiping</i>	
JAPAN'S LONG-TERM CARE INSURANCE AND ITS ENLIGHTENMENT TO CHINA	187
<i>В.М. Орел</i>	
ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ.....	190

<i>Kseniia Bliumska-Danko, Zhao Haipeng</i> THE ROLE OF THE GOVERNMENT OF CHINA IN THE COMPETITION OF MOBILE PAYMENT	192
<i>К.С. Богомолова, О.П. Пахуца</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ	195
<i>І.І. Галак</i> ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ	198
<i>Я.В. Качан (Мельник)</i> ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ	200
<i>Г.О. Комарницька</i> ОЗНАКИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	204
<i>С.Ю. Кучеренко, В.В. Малишко</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	206
<i>А.М. Орел</i> НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	209
<i>Ю.О. Романченко</i> МАЙНО ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ – ПІДПРИЄМЦЯ: ПРАВОВИЙ СТАТУС.....	212
<i>Н.Г. Сейсебаєва, В.О. Діброва</i> ПОДОЛАННЯ БЮДЖЕТНОГО ДЕФЦИТУ В УКРАЇНІ.....	216
<i>С.В. Степаненко</i> СУТНІСТЬ КОМПЛІАНС-РИЗИКІВ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	219
<i>М.І. Сьомич</i> ПРОФЕСІОНАЛІЗМ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ, ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ДЕРЖАВОТВОРЕННІ	221
<i>К.А. Баркова, О.Г. Лосева</i> СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	225
<i>Yussuf Suleiman Khalfan</i> STATE, PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY OF TANZANIA.....	227
<i>Zhang Lei</i> A COMPARATIVE RESEARCH OF AGRICULTURAL POLICY SUPPORT IN CHINA AND UKRAINE.....	230

<i>О.В. Замикула</i>	
ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ	232
<i>Т.В. Кудін</i>	
ЗАСТОСУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ	234
<i>Є.С. Гаркавенко</i>	
МОЖЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	239

СЕКЦІЯ 5. АГРАРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ. МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ. МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>І.Ю. Гришова, Хоу Тецзянь, Янь Хуаньхуань</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН КИТАЮ ТА УКРАЇНИ	242
<i>М.В. Зось-Кіор</i>	
ПОТЕНЦІЙНІ ПЕРЕВАГИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	245
<i>Viktoriiia Medvid, Zhang Fenghe</i>	
CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT PROPOSALS OF TRADE COOPERATION BETWEEN CHINA AND UKRAINE	247
<i>Н.Г. Міценко, І.П. Міщук</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УЧАСНИКІВ ЗОВНІШНЬО- ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЛОГІСТИЧНІ АКЦЕНТИ	250
<i>Н.В. Рунчева</i>	
УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ВІДНОСИНАМИ У ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ	253
<i>Olena Slavkova, Zhang Rui, Qiu Hongzhou</i>	
EXTERNAL DRIVING FACTORS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE STRATEGY	255
<i>О.В. Вараксіна</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ	258

<i>О.А. Галич</i>	
АГРОКОНСАЛТИНГ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	261
<i>М.В. Коваленко, О.С. Простак</i>	
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	263
<i>Т.В. Устік, С.С. Мазіленко</i>	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПОЛІТИКИ	265
<i>О.М. Помаз, Ю.В. Помаз</i>	
ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ВІТЧИЗНЯНИЙ АГРОПРОМИСЛОВИЙ СЕКТОР	267
<i>О.В. Федірець</i>	
ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	270
<i>Д.Г. Черевко</i>	
ЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ЗБЕРІГАННЯ ЯГІДНИХ КУЛЬТУР	272
<i>Т.С. Шабатура</i>	
ДРАЙВЕРИ ФОРМУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	275
<i>Я.А. Аксюк</i>	
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ЗЕРНОПЕРЕРОБНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	278
<i>Є.Л. Большакова</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ, РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ	281
<i>О.М. Овчарук</i>	
ІНСТРУМЕНТИ РІШЕННЯ ЗАВДАНЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	284
<i>Dong Yue</i>	
STUDY ON IMPROVING THE MARKET COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	286
<i>You Hanwei</i>	
MARKETING STRATEGIES OF SNACK FOOD INDUSTRY COMPANIES	289
<i>М.Ю. Кобченко</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЕРЕХОДУ ДО ЕКОЛОГІЧНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	291

<i>М.А. Савченко</i>	
ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	293
<i>Chen Yang</i>	
AN ANALYSIS OF CHINESE ENTERPRISES' FOREIGN INVESTMENT UNDER THE BACKGROUND OF «BELT AND ROAD INITIATIVE».....	296
<i>Ю.А. Авдошин</i>	
МІЖГАЛУЗЕВІ ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ В СИСТЕМІ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА.....	298
<i>І.М. Коневич</i>	
ВПЛИВ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРА	301
<i>В.І. Усенко</i>	
СУТНІСТЬ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ.....	304
<i>Б.О. Хачатурян</i>	
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОСЕКТОРУ	306

СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЮ, БЕЗПЕКОЮ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА. МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Viktorii Riashchenko</i>	
ENHANCING BUSINESS SAFETY: IMPROVING VALUE-BASED MANAGEMENT	310
<i>В.М. Вартамян, В.П. Гатыло</i>	
АДАПТАЦІЯ МАТРИЦІ МАК-КИНСИ ДЛЯ СЛУЧАЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ	312
<i>Ю.І. Данько</i>	
ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ БІОЕКОНОМІКИ ЯК ЧИННИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВА	314
<i>О.В. Мандич</i>	
ЕТАПИ РОЗРОБКИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ	317

<i>С.А. Нестеренко</i>	
КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	320
<i>О.В. Грифонова, Н.В. Трушкіна</i>	
УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	323
<i>Н.І. Шашкова, А.С. Тімошук</i>	
АНАЛІЗ СПОЖИВАЦЬКИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ЮВЕЛІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	326
<i>О.В. Вараксіна, В.В. Михатіло</i>	
СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	328
<i>А.Ф. Гацько</i>	
РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО- ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ	331
<i>Н.В. Гришина, А.І. Мельник</i>	
КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	335
<i>Д.В. Дячков</i>	
СПОСОБИ ОЦІНКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ.....	338
<i>Л.В. Кислюк</i>	
ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ	340
<i>С.В. Кускова</i>	
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ АГРАРНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	343
<i>І.І. Надточій</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ: СУЧАСНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	346
<i>І.В. Науменко</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ АГРОМАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	349
<i>А.С. Олійник</i>	
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ВДОСКОНАЛЕННІ СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА АГРОТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ	352
<i>С.В. Остряніна</i>	
СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	355

<i>Н.Г. Сейсебаєва, В.С. Кармазіна</i> РИЗИКОЗАХИЩЕНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ.....	357
<i>І.В. Чикало, І.С. Кирилук</i> РЕСУРСНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	360
<i>Ю.В. Чортюк, І.В. Федоришин</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КСЕВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ.....	363
<i>Л.В. Шульга</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	365
<i>С.С. Родченко</i> ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»	367
<i>Б.С. Корнієнко</i> ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ	370
<i>В.І. Ткаченко</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	373
<i>Yu Zhijiang</i> ANALYSIS ON RISK PREVENTION OF OVERSEAS M&A IN SPORTS INDUSTRY	375

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ

<i>Л.А. Шавга</i> СИСТЕМНИЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕННИИ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ.....	379
<i>О.І. Жилінська, А.С. Козленко</i> ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ДОСЛІДНИЦЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ	382

<i>I. Lozynska, W. Zhang</i>	
FORMATION OF CHINESE ELITE HIGHER EDUCATION	385
<i>I.A. Маркіна</i>	
ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	387
<i>T.V. Воронько-Невіднича</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИНИКНЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ	390
<i>H.P. Кордзая, Д.О. Гнатовська</i>	
СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ	393
<i>O.V. Поляк</i>	
ПРАКТИЧНИЙ САМОМЕНЕДЖМЕНТ В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ	396
<i>H.G. Сейсебаєва, Г.А. Геворгян</i>	
БАЗОВІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИЩОЮ ОСВІТОЮ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ	399
<i>O.V. Смігунова, О.П. Пахуца</i>	
МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ МЕНЕДЖЕРІВ У МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЯХ	401
<i>Д.О. Серіков</i>	
ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	404
<i>Fu Yanjun</i>	
A COMPARATIVE STUDY OF HIGH EDUCATION IN CHINA AND UKRAIN	407
<i>Qu Dongxu</i>	
TECHNOLOGY TO OPTIMIZE THE UNIVERSITY ASSET MANAGEMENT SYSTEM	409
<i>Xia Yuanjuan</i>	
MANAGEMENT STRATEGY TO ELIMINATE THE PRIMARY SCHOOL ORIENTATION OF KINDERGARTENS	412

Наукове видання

Матеріали
III Міжнародної науково-практичної
конференції «Менеджмент XXI століття:
глобалізаційні виклики»

Збірник наукових праць

Мова: українська, англійська, російська

Підписано до друку 23.04.2019 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк різнографічний. Умовн. друк. арк. 24,88.
Наклад 200 прим. Замовлення 2019-65

Видавництво «Сімон»

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів
видавничої продукції серії ПЛ № 18 від 23.03.2004 р.
36011, м. Полтава, вул. Стрітенська, 37, ТОВ «Сімон»
Тел. (0532) 50-24-01, simon@simon.com.ua
Друкарня видавництво – Сімон- 1595107847453535

Друк ФОП Гаража М.М.
36014, м. Полтава, пров. Ольги Кобилянської, 6, кв. 1.
Тел.: +38 (095) 609-78-05
Дата державної реєстрації та номер запису в ЄДР
23.12.2015 р. № 2 588 000 0000 037 364