МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРОЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту організацій і адміністрування ім. М. П. Поліщука
Гнезнінська вища школа «Міленіум» (Польща)
Gnieźnieńska Szkoła Wyższa „Milenium" (Polska)
Факультет суспільних наук

Матеріали
III науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів
з міжнародною участю

"Менеджмент в аграрному секторі економіки: теорія та практика ефективного розвитку"

29 листопада 2017 року
м. Житомир

УДК:338.43
М34
Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського національного агроекологічного університету (протокол № 5 від 27.12.2017 р.)

Редакційна колегія:

О. В. Скидан	д. е. н., професор, ректор Житомирського національного агроекологічного університету
І. І. Кравчук	д. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій і адміністрування ім. М.П. Поліщука, Житомирський національний агроекологічний університет
Хуберт Палюх	д. е. н., професор ГВШ Міленіум, ректор Гнезнінської вищої школи «Міленіум» (Польща)
Анна Кноцінська	д. п. н., декан факультету суспільних наук Гнезнінської Вищої школи «Міленіум» (Польща)
І. В. Копитова	к. е. н., доцент, Житомирський національний агроекологічний університет
О. Ф. Присяжнюк	к. е. н., доцент, Житомирський національний агроекологічний університет
М. О. Місевич	к. е. н., старший викладач, Житомирський національний агроекологічний університет

Рецензенти:
Валінкевич Н. В., д. е. н., доцент, завідувач кафедри економіки та підприємництва Житомирського державного технологічного університету;
Яценко О. М., д. е. н., доцент, професор кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Ходаківський Є. І., д. е. н., професор, професор кафедри економічної теорії, інтелектуальної власності та публічного управління Житомирського національного агроекологічного університету.

Менеджмент в аграрному секторі економіки: теорія та практика ефективного розвитку. Матеріали III науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів з міжнародною участю. (м. Житомир, 29 листопада 2017 року). – Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2017. – 232 с.

У збірнику представлені матеріали III науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів з міжнародною участю «Менеджмент в аграрному секторі економіки: теорія та практика ефективного розвитку». Висвітлено результати наукових досліджень та практичний досвід щодо вирішення актуальних проблем ефективного управління розвитком аграрного сектору економіки України.
Відповідальність за зміст та точність викладених у збірнику матеріалів несуть автори та їх наукові керівники.

УДК:338.43
М34

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ 10

Трофімова Г. В.
РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА МАРКУВАННЯ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ 10

Харченко Г. Д.
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА 14

Бовсуновська Н. М.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ 17

Журавська О. Л.
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ 20

Федорчук А. М.
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ АГРАРНОГО СЕРВІСУ 23

Цибуля І., Савчук Н.
ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ СУБ’ЄКТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 26

Трофімов Б. В.
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ М’ЯСА ТА М’ЯСОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ 29

Фітісов А. М.
ІНСТИТУЦІЇ У ПРОЦЕСІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ 32

Сморщок О. В.
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ 34

Орленко А.А.
УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНИМ ПРОЕКТОМ (НА ПРИКЛАДІ ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ КАРТОПЛІ) 37

Бруховець Б. Ю.
СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРАЇНА» 40

Присяжнюк О. Ф., Плотнікова М. Ф.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ 43

Судак Г. В.
СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА 45

Скидан О. В, Булуй О. Г, Плотнікова М. Ф., Мартинчук І. В.
ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДО РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ 48

Костиляну В.
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ БІРЖОВОГО ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 51

Мищенко Д. О.
СУЧАСНИЙ СТАН БІРЖОВОГО РИНКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ 53

Трішін О. В.
ХЕДЖ-ФОНД – ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТУВАННЯ 55

Собко К. Г.
РОЛЬ ХЕДЖУВАННЯ В СПЕКУЛЯТИВНИХ ОПЕРАЦІЯХ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ 57

Тригубченко А. В.
ФУНКЦІЇ СПЕКУЛЯНТІВ ТА ЇХ РОЛЬ НА БІРЖОВОМУ ФОНДОВОМУ РИНКУ 59

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ 61

Бучко О. С.
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ДП «ЖИТОМИРСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО» 61

Бондар М. А.
СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ 64

Гончарук Н. А.
КОНФЛІКТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ 67

Гуменюк С.О.
УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТОВ «РОШЕН-ПОЛІССЯ» 69

Дуб Н. С.
ОСОБЛИВІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ 72

Хоменко А. М.
УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ 75

Єрмаков О. В.
ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА 78

Матвієнко Т. О.
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ 81

Шпортко В. О.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ТОВ «ПОНІНКІВСЬКА КПФ» 83

Дорфман А. І.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА 86

Маслюківський В. П.
ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА 90

Клименко Р. О.
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ КЕРІВНИКА НА ПІДЛЕГЛИХ 93

СЕКЦІЯ 3. ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ 96

Турська Ю. В.
УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ, ЯК СКЛАДОВОЇ ТЕХНОЛОГІЇ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТОВ «УКР-ЛЕНД» 96

Савчук В. А.
МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЧНИМ СЕКТОРОМ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ 99

Карпусь В. М.
ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА 101

Тихончук О.
КОНТРОЛЬ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ: СУТНІСТЬ, ВИМОГИ СУЧАСНОСТІ 104

СЕКЦІЯ 4. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 107

Кравчук Н.І.
БІОЕКОНОМІКА ЯК СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 107

Кравчук Н. І., Присяжнюк П. М.
ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ 111

Ходаківський В. М.
РОЗПОДІЛ ПРІОРИТЕТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ 114

Ткачук В. І., Чухнюк В. П.
АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 117

Василенко С. В.
ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА: ЕТАПИ РОЗВИТКУ 120

Шмайхель М. Ю.
СТРАТЕГІЯ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ 123

Шевченко Ю. С.
СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 126

Кубальський В. М.
НАПРЯМИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 129

HrabchukI.F., BuhajczukW.W.
BIOTECHNOLOGIA JAKO PODSTAWA BIOEKONOMII 132

Коломієць Ю. П.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ 135

СЕКЦІЯ 5. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 138

Борисенко Я. В.
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ЯК ЧИННИК ЗАПЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ 138

Єрещенко В. О.
СПЕЦИФІЧНІ РИСИ КОНКУРЕНЦІЇ НА АГРАРНОМУ РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 141

Касьянова І. М.
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА 144

Місевич О.А.
МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 147

Овдіюк В. О.
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА 150

Озимук Є. О.
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В УМОВАХ СТОВ «МОЖАРІВСЬКЕ» 152

Лавренюк О. Г.
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 154

Єлецьких О. В.
ФУНКЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА 157

Покотило О. М.
НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ОВОЧЕВИЙ КОМБІНАТ СТАНИШІВКА» 160

Тарасович Л. В.
МАРКЕТИНГ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ 163

Ковбаса С. І.
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ 165

Хоцька К.
УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 167

Твардовський В. М.
УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 170

Дукмас І. Р., Зелений Д. А.
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 173

Штипуляк Д. О.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 176

Кондратенко Б. О.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 179

Богайчук С. В.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 182

Павлова Д. Д.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПАФ «ДРУЖБА» ЧЕРНЯХІВСЬКОГО РАЙОНУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ 186

СЕКЦІЯ 6. ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТА ГАЛУЗЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 188

Гаєвська Л. А.
ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ТОВ «НПК» М. ЖИТОМИР 188

Оргіш О.Л.
ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПАТ «НОВОГРАД-ВОЛИНСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД» 191

Ішкільдін В. О.
ІНВЕСТУВАННЯ ПРИРОДООХОРОННИХ ПРОЕКТІВ 194

Острогляд Ю. В
МЕХАНІЗМИ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ 196

Грабчук Т. В.
ПРІОРИТЕТНІ ЗАВДАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ 199

Леськів Б. Б.
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я 202

Пустовіт Д. В.
УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 205

Сичевський В.Й.
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДП «ЖИТОМИРСЬКИЙ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНИЙ ЗАВОД» м. ЖИТОМИР 208

Куніцька Ю. Ю.
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ
(НА ПРИКЛАДІ ТОВ "БАРВИ ПОЛІССЯ» 211

Фещенко Ю. Ю.
ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 214

Невмержицький А. Ю.
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ 217

Рибчинська А. О.
УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ
МАСЛОЗАВОД» 220

Карплюк О. Л.
ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 223

Семотюк В. Д.
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ОБ’ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ
ГРОМАД В УКРАЇНІ 226

Ориховська Ю. І.
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ 229

Забродін В. В.
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВІВ В АГРАРНОМУ
СЕКТОРІ УКРАЇНИ 231

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВІВЧАРСТВА В УКРАЇНІ

Г. В. Трофімова, к. с.-г. н., доцент
НДІ «Украгропромпродуктивність»
науковий керівник:
І. І. Кравчук. д. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах нестабільної світової фінансово-економічної ситуації аграрний сектор економіки України демонструє стабільні тенденції зростання, а ринок органічної продукції є одним з найбільш динамічних ринків продовольства у світі й дозволяє формувати та забезпечувати попит на продукцію, вироблену при інтенсивному веденні землеробства. Запровадження методів ведення органічного сільського господарства дозволяє забезпечувати виробництво екологічно чистої продукції, здійснювати раціональне природокористування і використання природно-ресурсного потенціалу агропродовольчого комплексу, впроваджувати екологічно безпечні технології у виробництво та зменшувати забруднення довкілля. Це свідчить про необхідність досліджень потенціалу розвитку органічного виробництва в Україні.

Дослідження процесу становлення органічного виробництва, забезпечення реалізації ідей сталого розвитку сільського господарства знайшли своє відображення у працях провідних українських науковців: В. І. Артиша, Н. А. Берлач, О. М. Варченко, Т. Г. Дударя, Ю. С. Завадської, Т. О. Зінчук, Є. В. Милованова, П. Т. Саблука, О. В. Скидана, О. В. Шубравської, О. М. Яценко та багатьох інших. Однак, залишаються недостатньо дослідженими питання формування потенціалу розвитку виробництва органічної продукції тваринництва.

Основний матеріал. Основи ідеології органічного агровиробництва заклав Р. Штейнер, а в подальшому розвинули М. Окада. На їх думку, сільське господарство має: пропонувати продукти харчування, які не тільки підтримують життєдіяльність, а й поліпшують здоров’я людей; бути економічно вигідним для виробника і споживача; виробляти продукти в кількості, достатній для задоволення потреб зростаючого народонаселення; не порушувати біологічної рівноваги в природі, бути екологічно безпечним; використовувати досить прості, стабільні і доступні методи та засоби ведення господарства. Тобто виробництво сільськогосподарської продукції повинно не виснажувати природні ресурси, а давати користь людині як на фізичному, так і на економічному рівнях [13, с.103].

Серед сучасних природних процесів, які є наслідком нераціонального господарювання, спостерігаються оглеєння, окислення та заболочення ґрунтів. Із господарського обігу вилучено багато тисяч гектарів сільськогосподарських угідь, значні площі лісових масивів. Упродовж останніх років відбулася значна деградація довкілля, що призвело до активізації процесів ерозії, значних екологічних та економічних втрат і збитків. Інтенсивне сільськогосподарське використання земель спричинило зниження родючості ґрунтів через їхнє переущільнення, втрату водопроникності та підвищення ерозійної здатності з усіма екологічними наслідками. У сукупності це призвело до екологічної кризи в багатьох регіонах і сприяло перегляду поглядів щодо ведення виробничої діяльності та пошуку напрямів використання безпечних систем виробництва [3]. За оцінками багатьох вітчизняних і закордонних експертів, серед альтернативних систем землеробства, в Україні існує великий потенціал для динамізації виробництва

сертифікованої органічної сільськогосподарської продукції й органічних продуктів харчування. Передусім вітчизняні земельні ресурси характеризуються високим біопродуктивним потенціалом, в структурі якого переважають родючі ґрунти чорноземного типу – 60, 2% від площі орних земель, що становить близько 7 % світових запасів [1; 2, с. 8],. За підрахунками експертів, за раціональної структури землекористування та відповідного наукового і ресурсного забезпечення, можна забезпечити продуктами харчування від 140 до 180 млн осіб на рік [5].

У сфері вітчизняного органічного агровиробництва сформувалися вагомі позитивні тенденції. Відчутно збільшилася і кількість господарств – виробників органічної продукції (з 31 у 2002 р. до 360 у 2016 р., з яких 162 – сільгоспвиробники) і площі, на яких вона вирощується (з 164 до 411 тис га) [7]. На відміну від країн ЄС, в Україні середній розмір земельної ділянки під органічним виробництвом є суттєво меншим за середній у галузі загалом, а саме: близько 2 га [6]. Достатньо вагомими перспективами розвитку органічного сектора в Україні є продукція рослинництва, яка вже нині є широко затребуваною у світі. Міжнародні експерти вважають, що Україна легко може наростити експорт, насамперед до ЄС, органічного насіння соняшнику, сої і зернових [12]. У 2014 р. Україна за площами під органічними зерновими та олійними посіла 6-те місце та увійшли до дев'ятки країн – лідерів за площами під органічними овочами [10]. Утім, у сфері органічного господарювання простежуються тенденції, притаманні вітчизняному агровиробництву загалом, а саме: переважання орних земель у структурі сільгоспугідь на противагу лукам і пасовищам, які, зокрема, в 14 з 28 країн ЄС займають понад половину органічних площ.

При органічному виробництві заборонено використання хімічно синтезованих речовин (пестицидів, синтетичних кормових добавок, антибіотиків і регуляторів росту), транквілізаторів, синхронізацію охоти або трансплантацію ембріонів; генетично модифікованих організмів (ГМО), продуктів їх переробки або продуктів, вироблених з ГМО та їх похідних, як харчових продуктів, кормів, мікроорганізмів, тварин. Також заборонено використовувати іонізуюче випромінювання для обробки екологічної сировини або кормів.

Сучасні принципи органічного тваринництва в системі органічного землеробства базуються на взаємопов’язаних відносинах між ґрунтом, рослинами та тваринами. Певні вимоги до ведення органічного вівчарства потребують системи пошуку нетрадиційних кормових ділянок, які б забезпечували овець як пасовищними кормами, так і сировиною для заготівлі сіна, сінажу, силосу, а також нових джерел мінеральних речовин та вітамінів природного походження.

З огляду на стале існування тваринництва з неодмінною кількісною прив’язкою до землі, органічне виробництво продукції тваринництва в Україні суттєво звужено через обмежену наявність сертифікованої ріллі.

Латентним потенціалом виробництва органічної продукції з високою доданою вартістю є традиційна для України галузь вівчарства. Від овець отримують безальтернативну різноманітну продукцію з цілющими властивостями. Баранина – низькокалорійний, високобілковий, з низьким вмістом холестерину продукт, має дієтичні та лікувальні властивості. Овече молоко та сири з нього багаті на кальцій та мають низький вміст лактози, рекомендований продукт при гіполактазії (підвищена чутливість до лактози) та остеопорозі. Овечий жир має харчове, медичне та технічне застосування. Овеча вовна, смушки, овчини не мають аналогів за еластичністю, міцністю та концентрацією тепла. Ланолін (вовняний жир) широко використовується при виготовленні косметичних засобів та лікарських препаратів. Вівці – єдині у світі сільськогосподарські тварини, у яких ніколи не було виявлено захворювань на туберкульоз та рак [4, с. 35–57].

Окрім цього вівці мають здатність використовувати різні кормові угіддя, поїдаючи низькорослу, зріджену рослинність, надто знаходять собі корм навіть на дуже бідних

пасовищах. Вівці (серед сільськогосподарських тварин) поїдають найбільшу кількість різних видів рослин (майже 800), у тому числі і більшість бур'янів [9]. Зокрема у Північній Америці овець використовують як екологічно безпечний і економічно ефективний спосіб боротьби з особливо шкідливими бур'янами на пасовищах, при цьому отримують органічну продукцію (баранину, вовну, шкіру та побічні продукти). Землевласники в деяких частинах штату Монтана частково оплачують вівчарям за те, щоб їхні вівці їли листовий молочай. Отже, вівця коштувала $18,80 на гектар для боротьби з молочаєм, порівняно $ 310 при застосуванні гербіцидів на гектар, $ 350 при ручному розчищенні [11] .

Зважаючи на пластичність, мінливість та адаптивну здатність овець, навіть при масштабних економічних та екологічних трансформаціях можливим є виробництво продукції вівчарства у різних агроекологічних умовах та формах аграрного господарювання. Висока резистентність та акомодаційний потенціал овець здатен навіть на маргінальних та радіоактивно забруднених землях (за ^{137}Cs із щільністю забруднення до 5 Кі/м^2) виробляти екологічно безпечну продукцію [8]. Надзвичайно ефективно випасати цих тварин у полезахисних лісових смугах та інших захисних насадженнях, як невід'ємних складових органічного виробництва. Наведені аспекти можуть вважатися потужним потенціалом розвитку органічного вівчарства в Україні.

Висновки та пропозиції.1.Аграрний сектор економіки України демонструє стабільні тенденції зростання, а ринок органічної продукції є одним з найбільш динамічних ринків продовольства у світі й дозволяє формувати та забезпечувати попит на продукцію, вироблену при інтенсивному веденні землеробства. 2.В Україні існує великий потенціал для динамізації виробництва сертифікованої органічної сільськогосподарської продукції й органічних продуктів харчування. 3. Латентним потенціалом виробництва органічної продукції з високою доданою вартістю є традиційна для України галузь вівчарства.4.Висока резистентність та акомодаційний потенціал овець здатен навіть на маргінальних та радіоактивно забруднених землях виробляти екологічно безпечну продукцію Зважаючи на пластичність, мінливість та адаптивну здатність овець можливим є виробництво продукції вівчарства у різних агроекологічних умовах та формах аграрного господарювання.

Список використаних джерел:

1. Артиш В.І. Удосконалення системи державного регулювання виробництва органічної продукції в Україні. *Науковий Вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. – 2010 – Вип. 145. – URL: http //www/nbuv.gov.ua/Portal/chem_biol/ nvnau/ 2010_145/ 10avi.pdf.

2. Воскобійник Ю.П. Ємність ринку органічної продукції в Україні. *Агроінком*. – 2013. – № 4-6. – С. 7-10.

3. Данкевич В. Є. Особливості розвитку органічного землеробства в умовах Українського Полісся. *Збалансоване природокористування*. – 2013. – № 4. – С. 71-75. – URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zp_2013_4_17

4. Демчак І. М., Микитюк Д. М., Антонік І. І. та ін. Тенденції розвитку вітчизняного та світового ринку продукції вівчарства. – К.: НДІ «Украгропромпродуктивність», 2013. – 151 с.

5. Дудар О.Т. Органічне агровиробництво у системі екологоспрямованого розвитку сільського господарства.*Інноваційна економіка*. – 2009. – Вип. 4 (14). – С. 26-30

6. Крупнейшие производители органической продукции в Украине. URL: https://webcache. googleusercontent.com/search?q=cache:zaymc97oG6MJ:https:// delo.ua/business/krupnejshie-proizvoditeli-organicheskoj-produkcii-v-ukraine-327300 /+&cd=4&hl=ru&ct= clnk&gl=ua

7. Органік в Україні. URL: http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29

8. Трофімова Г. В. Особливості накопичення радіоцезію в організмі овець при його хронічному надходженні в різних умовах утримання та годівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. с.-г. наук: спец. 03.00.16 "Екологія". – Житомир, 2000. – 11 с.

9. Трофімова Г. В. Стратегічна основа дивергенції конкурентоздатного розвитку вівчарства. Менеджмент XXI століття: глобалізацій ні виклики: Зб. наукових праць матер. міжнар. наук.-практ. конф. (11 – 12 трав. 2017. м. Полтава). – Полтава: Видавництво «Сімон», 2017. -373 с. (С. 233 – 236)

10. Украинская органика в тренде: экспорт вырос в 2,5 раза. URL: http://agroportal.ua/news/ rastenievodstvo/ukrainskaya-organika-v-trende-eksport-vyros-v-25-raza/

11. American sheep industry association. URL: https://www.sheepusa.org/

12. Facts and figures on organic agriculture in the European Union. URL: https://ec.europa.eu/agriculture/ organic/sites/orgfarming/files/docs/pages/014_en.pdf

13. Hui-Lian Xu NATURE FARMIN *Gin Japan International Nature Farming Research Center*, Hata, Nagano: Japan. -2006. – 170p.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА

Г. Д. Харченко, студент
науковий керівник:
О. М. Овдіюк. к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз досліджень. В умовах формування управлінських систем керівники вітчизняних аграрних підприємств не достатньо використовують надбання сучасної науки і практики менеджменту, не у повній мірі удосконалюють структури управління та нераціонально використовують ресурси. Означене призводить до гальмування інноваційних процесів в управлінні, що у свою чергу позначається на його ефективності. Це призводить до несвоєчасної реакції на ринкові виклики, практичної відсутності важелів до зниження собівартості продукції, що впливає на її конкурентоспроможність, а також – до відсутності навичок і вмінь працівників використовувати новітні підходи у виробничій діяльності. Такі аспекти зумовлюють необхідність використання сучасного закордонного досвіду в управлінні зокрема, концепції ощадливого виробництва.

Проблемам ефективного управління аграрними підприємствами присвячені праці В .Г. Андрійчука, Д. А. Бачуріна, О. А. Бугуцького, Б. П. Будзана, Й. С. Завадського,Г. В. Осовської, М. А. Лесечка, Л. Д. Павловської, Є. В. Рибінцева, Л. І. Скібіцької, В. Г. Федоренко, Ф. І. Хміля, А.В. Яцури та ін. Їхні напрацювання відображають тенденції розвитку вітчизняного аграрного менеджменту, особливості здійснення управління у великих, середніх, малих аграрних підприємствах та використання відомих у світовій практиці підходів до менеджменту якості, екологічного менеджменту, менеджменту агробізнесу. Однак, незважаючи на ґрунтовні дослідження, здійснені науковцями, необхідним вбачається їх продовжити у напрямку визначення особливостей розвитку менеджменту аграрних підприємств.

Основний матеріал. Багато проблем, які наразі є характерними для аграрного сектора економіки, спричинені недостатньою ефективністю менеджменту сільськогосподарських підприємств. Дослідження багатьох наукових робіт та досліджень вітчизняних науковців дозволив виокремити наступні головні проблеми управління аграрними підприємствами як державної, так і приватної форм власності: низька ефективність управління якістю продукції аграрних підприємств, що призводить до зниження конкурентоздатності вітчизняної сільськогосподарської продукції на міжнародних (у першу чергу – європейських) ринках; недостатньо розвинена галузева інфраструктура АПК, що призводить до збільшення витрат аграрних підприємств на виробництво, транспортування, зберігання; суттєва недосконалість державного регулювання та управління агропромисловим комплексом України з боку профільного міністерства та відомств, інших державних органів, діяльність яких безпосередньо стосується сільського господарства; недостатнє забезпечення вітчизняних аграрних підприємств висококваліфікованим кадровим ресурсом [1, с. 54]. З метою подолання негативів у процесі безпосереднього управління сільськогосподарськими підприємствами слід використовувати у менеджменті закордонний досвід координації ощадливого виробництва, що передбачає організацію процесу «уникнення втрат».

Сьогодні, в результаті значного поширення концепції ощадного виробництва та її удосконалення виділяють ще два види втрат. Перший – нерівномірність виконання операцій, що викликані часто не варіабельністю попиту кінцевого споживача, а особливостями виробничої системи. Саме цей вид втрат властивий, на наш погляд, аграрному виробництву. Другий – перевантаження техніки й обладнання, а також

операторів та виконавців. Даний вид втрат також в значній мірі притаманний аграрному виробництву, де традиційно існують так звані напружені періоди щодо виконання певних робіт.

Слід зауважити, що ощадливе виробництво-це концепція управління виробничим підприємством, що заснована на постійному прагненні до усунення всіх видів втрат. Для того, щоб підприємство змогло ліквідувати небажані наслідки, слід виконати кілька напрямків, як це видно на рисунку рис 1.

Рис. 1. Напрямки підвищення ефективності в аграрних підприємствах

Практика результативного впровадження концепції ощадного виробництва та її аналіз, дозволили узагальнити технологію розробки системи менеджменту на основі ощадного виробництва та її впровадження, із урахуванням індивідуальних вимог та диференціального підходу до кожного конкретного підприємства і сформулювати основні принципи ефективного менеджменту на її основі:

– необхідно обґрунтувати концепцію продукту та визначити його споживчу цінність;

– обґрунтувати та створити потік генерування споживчої цінності;

– завдяки організаційним, технологічним і економічним заходам, забезпечити неперервне функціонування потоку створення споживчої цінності;

– спровокувати споживача та дати йому можливість витягувати продукт із виробничої системи, створити умови постійного самовдосконалення.

Аграрне виробництво характеризується рядом особливостей властивих виключно даній галузі. Необхідність адаптації окремих аспектів ощадного виробництва в менеджменті сільськогосподарських підприємств зумовлює потребу формулювання мети та визначення сутності системи «ощадного аграрного виробництва». Метою розробки та впровадження цієї системи є: створення споживчої цінності для споживача, здатної швидко реагувати на його запити, а також – реагувати на виклики, що формуються на ринку певного продукту з метою досягнення підприємством очікуваних економічних цілей, за різних сценаріїв розвитку кон’юнктури ринку, в тому числі і за умови падіння попиту.

Важливо зазначити, що виробнича система «ощадного аграрного виробництва» покликана не лише реагувати на виклики ринків та зміни у потребах споживача, а часто індукувати у групи споживачів усвідомлення певної потреби, тим самим випереджати

об'єктивний процес формування потреби й виховувати цільовий ринок, при цьому така система не створює нагромаджень перехідних і проміжних запасів.

Економіко-організаційна суть концепції ощадного виробництва в умовах управління сільськогосподарським підприємством, полягає в функціонуванні системи бізнес-процесів, яка потребує менших прямих затрат праці, капітальних інвестицій, просторового базису для розширення виробництва, матеріалів і часу на всіх стадіях створення споживчої цінності. З точки зору ефективного управління відносинами із споживачем, ощадне виробництво це системний підхід по перманентному виявленню втрат і пошуку шляхів їх уникнення, з метою скорочення часового лагу між розміщенням замовлення та його виконанням.

Сільськогосподарські підприємства та агропромислові формування в сучасних обставинах повинні розробляти надсучасні інтелектуалізовані та інформатизовані системи менеджменту, що здатні бути дієвим інструментом на шляху досягнення складних, довготермінових цілей щодо їх економічного розвитку.

При введенні ощадного виробництва на сільськогосподарських підприємствах, делегування повноважень буде полягати у тому, що керівник надаватиме право безпосередньо підлеглим йому особам самостійно здійснювати певні дії або приймати відповідні рішення з метою раціонального використання ресурсів.

Особливістю аграрного виробництва є те, що такі зміни потрібно здійснювати у стислі строки та чітко визначені періоди протягом року, що пояснюється агротехнічними та зоотехнічними вимогами. Змінити номенклатуру ярих культур у сівозміні можна лише на весні перед посівною кампанією, і лише за умови однотипної осінньої підготовки ґрунту. Зміни в структурі озимих культур, можливі лише в осінній період за умови оптимальної підготовки ґрунту – за технологіями зайнятих, сидеральних парів, парового чи напівпарового обробітку ґрунту, системи попередників і інших факторів. Змінити структуру стада, можливо за умови зміни кормової бази, що в значній мірі пов'язано із галузями рослинництва.

Висновки. 1. Проблемами розвитку менеджменту сільськогосподарських підприємств вбачаються низька ефективність управління якістю продукції аграрних підприємств, недостатньо розвинена галузева інфраструктура АПК, суттєва недосконалість державного регулювання та управління агропромисловим комплексом України з боку профільного міністерства та відомств, інших державних органів, недостатнє забезпечення вітчизняних аграрних підприємств висококваліфікованим кадровим ресурсом.

2. З метою подолання негативів у процесі безпосереднього управління сільськогосподарськими підприємствами слід використовувати у менеджменті закордонний досвід координації ощадливого виробництва, що передбачає організацію процесу «уникнення втрат».

3. Економіко-організаційна суть концепції ощадного виробництва в умовах управління сільськогосподарським підприємством, полягає в функціонуванні системи бізнес-процесів, яка потребує менших прямих затрат праці, капітальних інвестицій, просторового базису для розширення виробництва, матеріалів і часу на всіх стадіях створення споживчої цінності.

Список використаних джерел:

1. Бачурін Д. А. Перспективи розвитку сільського господарства України у контексті ефективності менеджменту аграрних підприємств / Д. А. Бачурін, Є. В. Рибінцев // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2013. – № 1-2(2). – С. 53-59.

2. Коваль П. В. Особливості управління аграрними підприємствами за концепцією «ощадного виробництва» / П. В. Коваль [Електронний ресурс]: Доступний з: http://www.analytic.logis.biz.ua/publications/atc/36-art13.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Н.М. Бовсуновська, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Становлення та розвиток територій, формування ініціативних, небайдужих і відповідальних людей, життєздатних та економічно успішних, екологічно свідомих та відповідальних, таких, що спрямовують свою діяльність на відновлення природних ресурсів, формування сучасної транспортної та комунальної інфраструктури, розвинутої рекреаційної сфери та сфери охорони здоров'я, всебічний культурний та духовний розвиток людини, які є стратегічним завданням держави, що запущені в дію Постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» та Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015, про впровадження Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020». Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» визначає мету, вектори руху, пріоритети та індикатори розвитку України і передбачає реалізацію 62 реформ та програм розвитку держави. Однією з них є «Децентралізація та реформа державного управління», відповідно до якої територіальні громади отримали можливість самостійно вирішувати питання місцевого значення, свого добробуту і нестимуть відповідальність за свій розвиток.

Роль органів державної влади та управління, місцевого самоврядування та механізмів децентралізації владних повноважень є в центрі уваги С. Майстро, Засади забезпечення сталого сільського розвитку є сферою інтересів Є. Бойка, В. Борщевського, В. Залізко, В. Збарського, І. Гнибіденка, С. Горлова, Ю. Губені, Г. Кваснікова, В. Кулика, В. Мацибори, О. Мельника, О. Павлова, М. Хвесика та ін. Водночас недостатньо дослідженою лишається механізм розробки стратегії розвитку адміністративно-територіальних утворень органами місцевого самоврядування об'єднаних громад, що потребує вивчення з позиції підвищення ефективності організації роботи фахівців відповідно до тенденцій глобалізації та сталого розвитку, що сприятиме гармонізації відносин та підвищенню ефективності рішень місцевих рад та їх виконавчих органів.

Основний матеріал. Розвиток навичок, формування та підкріплення змін відбувається на основі очікувань та практичного втілення задач розвитку. Реально вкладаються зусилля в короткостроковій перспективі, коли рівень розвитку системи росте (на початку змін будь-які надбання підіймають результат на рівень вище, пізніше темпи зростання в відсотковому співвідношенні зменшуються – події розвиваються як множина малозначущих надбань – велика частина справ є опанованими, що знижує мотивацію в силу того, що прогрес стає менш помітним). Крива мотивації формується на основі початкових прагнень, які спонукають до дій (рис. 1). Зростання потенціалу підкріплюється початковими результатами, що досягаються. Поступово мотивація починає знижуватися – з позиції соціально-психологічного аналізу випливає, що чим довше справа реалізується, тим в неї менше шансів мати позитивний результат (якщо результат не отримано в досяжному майбутньому, підтримка мотивації стає все складнішою). Момент перетину кривих мотивації та прогресу фіксує завершення періоду мотивації та завершення прогресу (результату), що б міг її підняти.

Вирішення психологічного парадоксу полягає не в формуванні короткострокового результату, а в формуванні звичок, що підвищить рівень мотивації, коли захоплення від процесу буде знижуватися. Вихід з зони комфорту, коли період короткого прогресу закінчується, а звичка формується, бажаним є переключення уваги на слабкі сторони процесу. Фокусування доцільно не на тому скільки, а на тому як. Краще зробити менше в

повному обсязі, ніж багато з низькою якістю (орієнтація на мету, кінцевий результат та зворотній зв'язок – постійний, глибокий та миттєвий).

а) крива мотивації б) крива мотивації та крива прогресу

Рис. 1. Криві мотивації та прогресу

Гармонізація взаємодії елементів системи досягається за рахунок багатоманіття форм та проявів процесів підсистем, що входять до її складу. При цьому один елемент системи виконує багато функцій, а багато елементів спроможні виконувати одну функцію. Це дозволяє забезпечувати стійкість системи та страхування. Зберігаючи унікальність, самобутність та індивідуальний підхід, досягається задоволення інтересів системи та її розвиток. Базовим підходом до управління є формування цілісної системи, головним елементом якої є формування відповідного рівня розуміння ситуації та підкріплення свідомості позитивним досвідом. Механізм забезпечення вказаних задач є узгодженим з нормативно-правовими підходами в управлінні, інструментами прямого адміністрування та економічними засобами заохочення до цілеспрямованої поведінки.

Ще в березні 2013 року спеціалістами Міністерства аграрної політики України, за дорученням керівництва, разом з представниками Національної академії аграрних наук України були проведені дослідження практики створення нових населених пунктів (родових поселень). Як показали дослідження, не торкаючись багатьох дуже цікавих економічних результатів, питання зайнятості в районі має пряму кореляцію від кількості започаткованих родових садиб. Так 1 родова садиба, згідно проведених досліджень, забезпечує в середньому 2 (два) середньорічних робочих місця на протязі 10 років.

Отже, лише від районних органів місцевої влади залежить питання створення сприятливих умов для започаткування родових поселень. Слід відмітити, що середній вік поселенців в родових поселеннях становить 35 (±5) років. І дітей в сім'ях поселенців, в середньому – 3 і більше. Таким чином вирішується демографічна проблема району на сільських територіях. Адже відроджений населений пункт на 50 дворів:

- забезпечує само зайнятість господарям РС (50*2) 100 осіб,
- дає роботу 2-м середньорічним працівникам (50*2) 100 осіб,
- наповнює сільські території району як мінімум на 250 осіб,
- в тому числі, приблизно, 150 з них діти.

В середньому сільська школа (2014 р.) налічує, Україна 105 дітей,

вчителів (5 дітей на 1 вчителя) 20 осіб,
техперсонал школи 5 осіб,
зелений туризм 2 особи,
медицина (ФАП) 2 особи,
додаткові робочі місця в сфері послуг – 5 осіб.

Таким чином, одне організоване родове поселення на 50 дворів забезпечує щорічну зайнятість приблизно 235 особам.

Кореляційні залежності зайнятості, від розвитку сільських територій шляхом реалізації концепції «Родова садиба», можуть бути виражені формулою:

Q=k (2Rs + 2Ri + W/5 + h + G),

де Q – загальна кількість зайнятих осіб, забезпечених через реалізацію в районі концепції «Родова садиба»;

k – кількість родових поселень в районі;

Rs – самозайнятість господарів родової садиби;

Ri – створення робочих місць за рахунок фінансових вкладень господарів РС – 2 робочих місця за рахунок однієї садиби;

W – кількість учнів в сільській школі;

W/5 – кількість вчителів у сільській школі;

h – кількість технічного персоналу згідно нормативу;

G – кількість додаткових працівників сфери обслуговування (енергетика, зв'язок, пошта, торгівля, кооперативи, зелений туризм).

Висновки і пропозиції. Враховуючи, що громадяни України, які виявляють бажання взяти земельні ділянки для започаткування власної родової садиби в районі мають різнопланову, багатовекторну освітню і практичну підготовку, на сільських територіях складаються реальні умови багатофункціонального економічного розвитку даних територій. Районні органи місцевої влади повинні стати дієвими регуляторами створення в родових поселеннях багатовекторних підприємств з виробництва різнопланових товарів і надання послуг, чим буде покращуватись економіка району і підвищуватись зайнятість сільського населення.

Список використаної літератури:

1. Леванова Г. М. Устойчивое потребление: концептуальные положения и актуальность внедрения / Г. М. Леванова // Эко- и агротуризм: перспективы развития на локальных территориях [Текст]: тезисы докл. II Междунар. науч.-практ. конф., 22–23 апреля 2010 г., г. Барановичи, Респ. Беларусь / редкол.: В. Н. Зуев (гл. ред.) [и др.]. – Барановичи: РИО БарГУ, 2010. – С. 247–250.

2. Павлов В. І. Інститути та інституції аграрного природокористування: регіональний вимір: Монографія / В. І. Павлов, В. М. Заремба, Ю. Г. Фесіна. – Луцьк: Надтир'я, 2008. – 212 с.

3. Писаренко П. В. Екопоселення: від фантастики до реалій Полтавщини / П. В. Писаренко, Т. О. Чайка // Вернадська ноосферна революція у розв'язанні екологічних та гуманітарних проблем. Збірник матеріалів IV Всеукраїнських Моргунівських читань із міжнародною участю, присвячених 90-річчю від дня народження видатного українця / за ред. В. І. Аранчій та ін.; відпов. за вип. П. В. Писаренко, М. М. Опара, В. Ф. Моргун. – Полтава: Дивосіт, 2014. – С. 155 – 160.

4. Батуріна Р. М. «Родова садиба» – один з напрямів сталого розвитку сільських територій / Р.М. Батурина // Агроінком. – 2013. – № 4–6. – С. 102–109.

5. Кропивко М. М. Організаційні особливості створення родових садиб як альтернативної форми розвитку господарств населення / М. М. Кропивко // Науковий вісник Мукачівський державного університету. – 2015. – №2(4). Ч.2 – С. 24–29.

6. Плотнікова М.Ф. Принципи та механізми розвитку сільських територій / М.Ф. Плотнікова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 3 (03). – С. 76–81.

7. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

8. Living in harmony: inspring stories from ecovillages / Editor: Dalia Vidickiene. Vilnius: BMK Leidykla, 2013. – 124 p.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ

О.Л. Журавська, магістрант
науковий керівник:
А.М. Зелінська, доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Дослідження організаційно-економічного механізму державного регулювання в загальній середній освіті набуває особливу актуальність у наші дні, коли не припиняються дискусії з приводу реформи (чи модернізації) системи освіти. Основні розбіжності торкаються таких напрямів реформування організаційно-економічного механізму в загальній середній освіті, як зміна статусу освітніх установ, перехід до нових нормативів і стандартів фінансування. При цьому основне обґрунтування вказаних проблем знаходиться в площині впровадження нових економічних європейських відносин у систему освіти. Саме тому особливо актуальним стає дослідження всіх складових системи загальної середньої освіти: планування, оцінювання, прогнозування.

Основні результати дослідження. Освіта стає найважливішим чинником, що визначає як успішність діяльності підприємства, так і рівень розвитку країни. Нині в системі середньої освіти в Україні відбуваються великі зміни з метою підвищення його якості. З одного боку, це закономірний процес розвитку. З іншого боку, в процесі реформування освіти були прийняті ряд програм і проектів, реалізація яких вимагає нових підходів як в діяльності самих освітніх установ, так і системи державного управління в цілому. Тому очевидно, що в сучасних умовах середня освіта знаходиться в центрі першочергових державних інтересів. Реалізація поставлених перед середньою освітою завдань вимагає розробки спеціальних технологій, моделей, механізмів, які сприятимуть ефективнішому ходу освітньої реформи. Розглянемо співвідношення кількості шкіл в Україні в містах та сільській місцевості.

Рис. 1. Співвідношення кількості шкіл в Україні в містах та сільській місцевості

На рис. 1 показано, що 65% шкіл знаходяться у сільській місцевості, в них навчається 32% учнів та працює 45% учителів. 7,5 % учнів проживають на відстані більше 3 км. до школи, для 87% з яких організовано підвезення. Майже 42 тисячі учнів в селах

щодня долають відстань самотужки. Одна з головних проблем шкіл в сільській місцевості – малокомплектність. В Україні найнижчий в Європі показник співвідношення учень-учитель – 9,1 %. Наприклад, в Тернопільській області 31% початкових шкіл II ступеня(1-9 класів) мають менше 40 дітей в школі.

У соціально-економічній ситуації, що склалася на сьогодні в системі освіти України, проблеми і завдання, пов'язані з діяльністю сільської школи, стають одними з першочергових. Це пов'язано з тим, що, окрім усіх інших чинників, негативний вплив чинить несистемна державна аграрна політика, її недосконалість. Важкий стан економіки сільського господарства ускладнює розвиток сільських освітніх установ. При цьому не просто зруйнована стара система шефських стосунків з сільськогосподарськими підприємствами, а підірвана її економічна база. Стабільно працюючих господарств на селі украй мало з огляду на те, що основні прибутки від реалізації сільськогосподарської продукції кінцевому споживачеві дістаються не сільгоспвиробникові, а численним посередникам. Нині можна спостерігати тенденцію посилення освітньої нерівності між міськими і та сільськими школярами. Так, у гімназіях і ліцеях навчається 17,1% міських дітей і тільки 2,6% сільських, що складає розрив більш ніж в 5 разів.

Одна з помилок розвитку сільської школи в сучасних умовах полягає у відриві її від соціуму, замкнутості для збереження свого світу. Соціум же в нових економічних умовах дуже швидко змінюється, глобалізується і школа не встигає на це реагувати. Та й діти, замикаючись в закритому просторі школи, важче адаптуються за її межами.

Однак, зараз, з’явилася нова модель сільської школи – це опорна школа. Такі школи забезпечуватимуть освітні потреби населення на досить значній території, вони передбачають організоване підвезення учнів та педагогів шкільними автобусами. Цими питаннями повинні опікуватися місцеві громади [7]. Певні результати, що ведуть до вирівнювання освітніх можливостей і доступності здобуття якісної освіти на селі, повинні принести реструктуризація мережі сільських загальноосвітніх установ, комп'ютеризація і інформатизація сільських шкіл. Міністр освіти і науки України Л.Гриневич зазначила, що: «Кожне найменше село буде мати початкову школу, але в усіх регіонах будуть створюватися так звані «hub schools», або опорні школи, з належним устаткуванням кабінетів передусім фізики, хімії, біології, з належним кадровим складом. На опорні школи в бюджеті закладено 200 млн. гривень, але це не основні кошти, тому що ми працюємо із донорами та інвесторами, ведемо переговори насамперед із Світовим банком та закордонними інвесторами» [Там же]. Це, на думку фахівців – управлінців один із засобів забезпечення умов для рівного доступу до якісної освіти, підвищення якості освіти та ефективного використання наявних ресурсів. Розглянемо динаміку видатків зведеного бюджету на загальну середню освіту (рис. 2).

Рис. 2.. Видатки зведеного бюджету на загальну середню освіту

Висновки. Основними цілями держави щодо удосконалення організаційно-економічного механізму загальній середній освіті слід вважати: реформування суспільних відносин; формування ефективної системи забезпечення безпеки життєдіяльності та створення необхідних економічних та організаційно-правових умов для її розвитку; структурну перебудову сфери з урахуванням стратегічних прогнозів; вироблення стратегії й тактики реформування системи освіти. Тому село слід вважати перспективним лише при одночасному виконанні двох умов, а саме:

1) у селі має бути школа;

2) у селі мають бути працюючі підприємства, тобто забезпечена зайнятість жителів відповідного населеного пункту.

Невиконання однієї з цих двох умов призводить до деградації села. У зв'язку з цим інвестиції в сільську школу націлені на стабілізацію її роботи і розвиток, можна розглядати як «інвестиції в майбутнє» – у соціально-економічний розвиток села, а не тільки в освіту.

Список використаної літератури:

1. Гриценко В. П. Інноваційні підходи до управління навчальними закладами / В. П. Гриценко // Фінанси України. – 2005. – № 4. – С. 85–89.

2. Закон України «Про загальну середню освіту»/ /[Електронний ресурс]. – Режим доступу/http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/632-2003-%D0%BF.

3. СайтМіністерстваосвітиінаукиУкраїни[Електронний ресурс]. – Режимдоступуhttp://mon.gov.ua/activity/education/zagalna- serednya/statistichni-dani-pro-zagalnoosvitni-navchalni-zakladi-ukrayini-za- 2014/2015-ta-2015/2016-n.-r.html.

4. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.ukrstat.gov.ua/

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ АГРАРНОГО СЕРВІСУ

А.М. Федорчук, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Проблеми обслуговування підприємств суспільного сектору викликана недостатнім рівнем якісного забезпечення товаровиробників. Умови, що дозволяють підвищити ефективність наданих послуг з економічної, соціальної та екологічної точки зору викликають постійну увагу як збоку державних органів влади, виробників, так і постачальників робіт і послуг. Тому будь-які дослідження, пов'язані із сутністю та основними поняттями сервісного обслуговування, проблемами формування необхідності обороту в агропромисловому виробництві великої кількості ресурсів, вибором форм господарювання та методів управління ними, є безумовно актуальними.

Сфера аграрного сервісу є в зоні інтересу багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед яких найбільш відомі праці П.О. Мосіюка, Я. К. Білоусько. Безпосередньо економічні аспекти суб'єктів господарювання вивчають українські вчені, зокрема, В.Г. Андрійчук, Ф.В. Горбонос, М.Я. Дем'яненко, В.К. Збарський, О.І. Здоровцов, Р.А. Івану, А.А. Ільєнко, Л.І. Касьянов, О.Ф. Лопатина, В.І. Мацибора, К.П. Оболенський, А.О. Павленчик, В.А. Павчак, В.О. Питулько, В.Е. Поплавськи, П.П. Русак, В.Л. Товстопят, С.В. Фраер, А.А. Чалий, Г.В. Черевко, В.І. Шиян та інші. Однак, недостатньо уваги приділено прикладним умовам господарювання сільськогосподарських підприємств, що конгломерують суспільні процеси або делегують повноваження на засадах трансакційних витрат чи соціального капіталу.

Основний матеріал. Складність фізико-біологічних процесів, які відбуваються в рослинних і тваринних організмах при формуванні кінцевого аграрного продукту, об'єктивно зумовлює необхідність обертання в процесі виробництва величезної кількості виробничих ресурсів – технічного, хімічного, енергетичного, фізичного та біологічного планів. Частина з них відтворюється в аграрних господарських структурах, а частина штучно створюється поза сільськогосподарською сферою, переважно в промисловій сфері. Технічні засоби, паливо і мастила, хімічні препарати є результатом не аграрної, а промислової праці. Проте без їх використання сільськогосподарське виробництво не може ефективно функціонувати [1, с. 44–48; 2, с. 108]. Реалізація виробничо-посередницької функції суб'єктами сервісного забезпечення створює оптимальні умови господарювання та активує товарообмінні та ресурсообмінні процеси, що дозволяє досягати підвищення якості сервісного обслуговування, його оперативності, збільшенню виробництва валового внутрішнього продукту, зміцненню національної економіки [3, с. 250]. Функціональна орієнтація агросервісних підприємств є різноманітною і часто-густо не має вузькоспеціалізованої направленості на сільськогосподарського виробника, що призводить асиметрій та диспропорцій базового розвитку, а відсутність чітко виваженої стратегії розвитку аграрного сектору ускладнює функціонування сільськогосподарських товаровиробників, зокрема, малих та середніх внаслідок неузгодженості їх діяльності з іншими учасниками суспільних процесів.

В економічній науці поняття аграрний сервіс випливає зі змісту англійського слова "service", спорідненого від serve – служити, обслуговувати. Отже, коли йдеться про аграрний сервіс, то мається на увазі надання аграрним товаровиробникам виробничих послуг, види цих послуг та що зумовлює об'єктивну їх необхідність. Діяльність базових законів попиту і пропозиції на ринку агросервісних послуг формує кон'юнктуру, що визначає перспективи їх становлення. Постійний моніторинг ринкових умов засвідчує

адміністративно-економічну автономність та самостійне обрання стратегії щодо підвищення конкурентоспроможності, рентабельності та управління ризиками [4].

Оптимізація розподілу ресурсного забезпечення та підвищення продуктивності праці та її мотивації можлива через впровадження інноваційних підходів в управлінні та виробничій діяльності, підвищенні інвестиційної активності учасників, зокрема через реалізацію ідеї «Родова садиба», коли створення обслуговуючих кооперативів є базисом для розбудови місцевої громади та забезпечення якісними послугами сільськогосподарських товаровиробників. Розміщені на одній території, учасники суспільних процесів несуть не лише економічну, а й соціально-етичну відповідальність, що підвищує рівень виваженості управлінських рішень та їх довгостроковий характер.

Доповнення процесу управління аграрним сервісом є здоров'я населення, зокрема через екологізацію діяльності, в тому числі за рахунок екологічного будівництва, зведення споруд, які поряд з економічною складовою передбачають інфраструктурні системи відновлювати здоров'я людей (рис. 1).

Рис. 1. Сили, що розкривають потенціал особистості підчас реалізації практики «зеленого» аграрного сервісу

Зокрема, глина має вібрації здорової людини, тому корисно їсти з неглазурованого глиняного посуду, жити в глиняних будівлях (наприклад, саманні будівлі трипільців, відтворені в сьогоденні дозволяють вивчати історію та культуру народу, розкриваючи ази архітектури, а отже, фізики, математики, креслення тощо), лікуватися глиняними ваннами та масками, споживати глину як сорбент та багато іншого корисно та традиційно практикується як в медицині, так і рекреаційно-оздоровчій й профілактичній діяльності людей. Тому практика зеленого аграрного сервісу є прикладом та механізмом розвитку потенціалу територіальної громади, бюджетного наповнення та/або підвищення розвитку людського капіталу за одночасного підвищення конкурентоспроможності майбутніх фахівців на ринку праці внаслідок набуття практичного досвіду та навичок суспільно-корисної діяльності в ігровій, конкурсній чи творчо-пошуковій формі.

Мальовнича історико-культурна спадщина українського села, збережені народні традиції, ремесла та промисли розширюють світогляд та є базисом для перенесення

спадщини, старовинних самобутніх традицій та культури на новій світоглядній основі у діяльність молоді сьогодення. Знання лікувально-рекреаційних ресурсів, в тому числі лікування травами, закалювання, милування чудовими краєвидами привчає молодь до патріотизму по відношенню до своєї Малої батьківщини, країни, планети в цілому, сприяє поліпшенню умов та якості життя населення в містах, в тому числі за рахунок набуття практичних навичок спілкування зі свійськими тваринами, опанування традиційного реманенту, методикам проживання за безвідходної життєдіяльності та незалежності від комунальних структур. Становлення свідомої досвідченої гармонійно розвиненої особистості, що сформувала в собі честь та гідність поряд з доброзичливістю та гостинністю розкриває можливості самореалізації, в тому числі з позиції самозайнятості, підприємницької активності, приватної ініціативи, доручення до процесів управління територією (наприклад, через механізм публічного управління), самовизначеності, підвищення соціальної відповідальності за власне життя та навколишній простір дозволяє в довгостроковій перспективі уникнути «плинності» молоді за межі країни, відродити та зберегти культурну спадщину.

Висновки. Отже, організація ефективних агросервісних формувань передбачає не лише забезпечення первинним капіталом, ресурсним потенціалом, необхідним обсягом інвестицій, але й наявністю інноваційно-креативного підходу до реалізації цілей та задач суб’єктів господарювання в умовах високо конкурентного середовища. Трансформація ринкового середовища в умовах глобалізації та децентралізації суспільного простору висуває якісно нові вимоги до виробників, зокрема, системний підхід до соціально-екологічної відповідальності за прийняті управлінські рішення та становлення динамічно активно адаптаційного резонансного характеру. Тому універсальним вбачається реалізація практики публічного управління розвитком як територіальних громад, так і суб’єктів господарювання, що успішно себе зарекомендували у практиці створення родових садиб та родових поселень.

Список використаної літератури:

1. Плотникова М.Ф. Направления многофункционального развития сельских территорий / М.Ф. Плотникова // PROGRESS. – 2013. – № 1–2. – С. 44–48.

2. Плотнікова М. Ф. Каталізатори інвестиційно-інноваційного розвитку на сільських територіях / М.Ф. Плотнікова // Стратегія економічного розвитку України. – 2016. – № 39. – С. 107–117.

3. Присяжнюк О. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / О. Ф. Присяжнюк, М. Ф. Плотнікова // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

4. Nitsenko V. Business Model For A Sea Commercial Port As A Way To Reach Sustainable Development Goals / V. Nitsenko, I. Nyenno, I. Kryukova, T. Kalyna, M. Plotnikova // Journal Of Security And Sustainability Issues. – 2017. – Volume 7, Number 1. – P. 155–166 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://doi.org/10. 9770/jssi.2017.6.4(13) (ISSN 2029-7017 print/ISSN 2029-7025on-line

ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

І. Цибуля, магістрант, Н. Савчук, магістрант
науковий керівник:
В. І. Ткачук, д. е. н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Інвестиції вітчизняних та іноземних інвесторів підвищують ефективність та конкурентоспроможність національної економіки. Особливо важливу роль відіграють прямі іноземні інвестиції, які збільшують обсяг нагромадженого капіталу в країні та полегшують доступ до міжнародних ринків. В Україні обсяг залучених інвестицій залишається незначним, особливо недостатньо їх для розвитку аграрного сектора. Інвестування в екологобезпечні та ресурсозберігаючі технології сприятимуть зростанню прибутковості аграрних підприємств, підвищенню їх ефективності. Зазначене обумовлює необхідність формування сприятливого інвестиційного клімату аграрних підприємств, що дасть можливість залучити потенційних інвесторів до господарської діяльності в Україні.

Особливості залучення іноземних інвестицій в економіку України вивчали такі дослідники, як М. Беліма [1], Б. Губський, Л. Діденко, С. Захарін, В. Сазанова [2], Н. Скоробогатова [3], О. Соснюк, С. Фомін А. Чернишова [2], Л. Шик [3] та ін. Однак, недостатньо дослідженими залишаються питання щодо сучасного стану інвестиційної діяльності аграрних підприємств в умовах євроінтеграційних перспектив.

Основний матеріал. Інвестиційний клімат аграрного сектора формується під впливом чинників макроекономічного середовища та особливостей інвестування галузі сільського господарства. Інвестиційний клімат розглядають як на макро-, так і на мікроекономічному рівні. На мікрорівні інвестиційний клімат проявляється через двосторонні відносини інвестора і конкретних державних органів, господарюючих суб'єктів – постачальників, клієнтів, а також банків. Формування сприятливого інвестиційного клімату в кожній державі є необхідною умовою залучення інвестицій до країни. В Україні підприємствами та організаціями усіх форм власності у 2016 р. освоєно 4,4 млрд дол. США прямих інвестицій проти 3,8 млрд дол. США у 2015 р. В порівнянні з 2012 р. обсяг інвестицій зменшився на 16 % (рис. 1).

Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в економіку України, млрд доларів США
Джерело: побудовано за даними Держкомстату України [4].

Головним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал залишається власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у 2016 р. освоєно 69,4 % капіталовкладень. Питома вага кредитів банків та коштів іноземних інвесторів у загальних обсягах капіталовкладень становила 10 %. Основними інвесторами України, у тому числі у сільське господарство, є Кіпр (9691,6 млн дол.), Велика Британія (2046,3 млн дол.), Нідерланди (5753,9 млн дол.), Німеччина (1606,6 млн дол.), Швейцарія (1467,3 млн дол.).

Провідною галуззю залучення інвестицій залишається промисловість – 33,3 %. На будівництво припадає 12,6 % інвестиційних коштів. Обсяг залучених інвестиційних ресурсів на сільське, лісове та рибне господарство складає 13,8 % (рис. 2).

Рис. 2. Розподіл прямих іноземних інвестицій за основними видами економічної діяльності у % до загального їх обсягу

Джерело: побудовано за даними Держкомстату України [4].

Однак потреба в інвестиціях для підтримки суб'єктів аграрного підприємництва, а саме підвищення родючості ґрунту, гідної оплати праці працівників сільського господарства, розвитку інфраструктури сільської місцевості, не задовольняється в повному обсязі. Прямі інвестиції є важливим джерелом фінансування аграрного сектору, які можуть суттєво покращити фінансово-економічну діяльність та забезпечити розвиток аграрних підприємств з обмеженим фінансовими ресурсами. Їх нестача призводить до низького рівня дохідності сільськогосподарських підприємств та не дозволяє їм вести виробництво на розширеній основі, підтримувати та поновлювати матеріально-технічну базу, своєчасно розраховуватися з постачальниками, підрядниками, банками, працівниками. В таких умовах більшість підприємств зазнають суттєвих збитків і опиняються на межі банкрутства, що є негативним явищем, оскільки їх функціонування призводить до погіршення економічної ситуації в Україні.

Основною перешкодою входження на український ринок великих іноземних інвесторів є складні бюрократичні процедури, повільна реформа ринку землі, недосконалі цінові механізми на ринках сільськогосподарської продукції та пов'язані з цим економічні ризики. Вирішення вказаних проблем вимагає значних зусиль держави та суб'єктів господарювання. Насамперед варто формувати сприятливий економічний клімат для ведення підприємницької діяльності на макрорівні. Актуальним є питання удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. В свою чергу, керівникам підприємств необхідно систематично контролювати рівень власної фінансової безпеки та своєчасно виявляти негативні чинники, вживати відповідні заходи, що сприяють її підвищенню.

Важливо створити дієвий механізм координації в контексті активізації інвестиційних ресурсів між державою, територіальними громадами та підприємствами-партнерами. Варто органам державної влади та місцевого самоврядування сприяти ефективній співпраці з інвесторами у підготовці та реалізації інвестиційних проектів задля формування позитивного інвестиційного клімату держави.

Висновки та пропозиції. Тенденція до того, що аграрний сектор перетворюється на один із найпривабливіших для інвестування має загальносвітовий характер. Україна є достатньо інтегрованою у світове господарство. Однак незначні обсяги залучених інвестиційних ресурсів свідчать про слабкість української фінансової системи і високі ризики в аграрній сфері. Збільшення інвестиційної привабливості агропромислового комплексу є шляхом вирішення наявних економічних проблем. Тому є необхідність налагоджувати зв'язки з потенційними інвесторами, створювати сприятливі умови для залучення інвестиційних коштів у економіку країни для подальшого розвитку підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника.

Список використаної літератури:

1. Беліма М. Регіональний розвиток України та прямі іноземні інвестиції / М. Беліма // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 12. – С. 29–32.
2. Чернишова Л. О. Особливості залучення та стимулювання іноземного інвестування в Україні / Л. О. Чернишова, В. В. Сазанова // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С. 87–90.
3. Шик Л. М. Стан іноземного інвестування в Україну: проблеми та шляхи їх вирішення / Л. М. Шик, Н. Є. Скоробогатова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 3 (7). – С. 217–224.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http : //www.ukrstat.gov.ua.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Б. В. Трофімов, магістрант
науковий керівник:
А. М. Зелінська, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Розвиток ринку м'яса та м'ясопродуктів як товарно-сегментованого напряму цілісного аграрного ринку на сьогодення є одним із важливих напрямів аграрної політики України. Його функціонування із розвиненим конкурентним середовищем дає змогу досягти ефективного розвитку суміжних галузей та необхідного рівня забезпечення населення якісними продуктами харчування, а в кінцевому результаті – відповідного рівня продовольчої безпеки. Розвиток галузей ринку м'яса та м'ясопродуктів істотно стримується відсутністю єдиної системи інформаційного забезпечення, ефективних маркетингових служб в управлінських структурах. Потенційний розвиток ринків м'ясопродукції може бути реалізований лише за наявності своєчасної, достовірної і точної інформації про кількість та якість виробленої в Україні м'ясної продукції, наявність попиту та пропозиції на неї, а також інформації щодо існуючої кон'юнктури світового ринку м'яса та м'ясопродуктів.

Інформація дозволяє орієнтуватися в ситуації, планувати свої дії, відстежувати результативність заходів, що проводяться, ухилятися від несподіванок. Неминуче виникає потреба збору, обробки, систематизації та доведення до учасників аграрного ринку великої кількості інформації, яка є необхідною для ефективної діяльності системи ринків сільськогосподарської продукції.

На жаль, в Україні механізм управління ринком м'яса та м'ясопродуктів на основі маркетингової системи інформаційно-аналітичного забезпечення поки що не налагоджений належним чином ні в організаційному аспекті, ні в правовому, навіть, незважаючи на динамічне функціонування таких ринків в державі. Саме тому актуалізується питання ефективного функціонування правової основи системи інформаційного забезпечення діяльності вітчизняного ринку м'яса та м'ясопродуктів.

Дослідження властивостей ринку м'яса та м'ясопродуктів, еволюції його функцій, форм, стратегій розвитку, потенціалу наводяться у роботах вітчизняних вчених В. Я. Месель-Веселяка [2], В. М. Микитюка [3], І. В. Свиноуса [8], Г. В. Трофімової [9] та інших українських науковців.

Полеміка щодо різних теоретичних та практичних підходів інформаційно-аналітичного забезпечення національного аграрного ринку триває серед таких дослідників Н. Г. Царук [10], В. В. Аронова [1] та інші.

Питання правового регулювання інформаційного забезпечення ринку м'яса та м'ясопродуктів не ставали предметом наукових досліджень, що і зумовлює мету даного дослідження.

Основний матеріал. У сучасній світовій економічній науці відсутнє тлумачення змісту «інформаційно-аналітичне забезпечення». Найбільш вживаним в науковій літературі є поняття «інформаційне забезпечення».

Варто зазначити, що інформаційно-аналітичну діяльність необхідно відокремити в особливий напрям інформаційної діяльності, пов'язаний з виявленням, опрацюванням, збереженням і поширенням інформації переважно у сфері управлінської діяльності. Для споживача інформації важливим є не стільки своєчасне ознайомлення з первинною інформацією, скільки випереджувальне виявлення проблемних ситуацій і прогноз

розвитку подій. Необхідність в отриманні такої інформації зумовлена застосуванням прогностичних форм діяльності з використанням багатоваріантних моделей розвитку подій, що потребує не просто констатації фактів для доведення тієї чи іншої тези, а системного підходу до розв'язання проблеми в цілому на основі поєднання інтелектуальних здібностей людини з функціональними можливостями сучасних автоматизованих інформаційних систем.

Ефективна організація інформаційно-аналітичної діяльності в суспільстві можлива тільки за умов її відповідного правового забезпечення.

Основи вітчизняного законодавства про інформаційну діяльність задекларовані в Конституції України. Так, згідно зі ст. 34, кожному громадянину гарантується право на свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати *інформацію* усно, письмово або в інший спосіб — на свій вибір.

Закон України "Про інформацію"від 02.10.1992 р. № 2657–12 [5] (ст. 1)установлює загальні правові основи одержання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплює право особи на інформацію в усіх сферах суспільного і державного життя України, а також систему інформації, її джерела, визначає статус учасників інформаційних відносин, регулює доступ до інформації та забезпечує її охорону, захищає особу і суспільство від неправдивої інформації. Під *інформацією* цей Закон визначає документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. Згідно із цим Законом інформаційна діяльність розглядається як сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Поняття «інформаційно-аналітична діяльність» та «інформаційно-аналітичне забезпечення» не знайшло сьогодні належного осмислення та тлумачення і у правовій науці, відображення як системної правової категорії, хоча у законодавчих актах і підзаконному регулюванні має досить тривалу історію уживання, використання. Слід відмітити, що термін «інформаційне забезпечення» неодноразово використовується у Законі України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції» від 25.06.2009 р. № 1561–VI [6], зокрема у ст. ст. 10, 15, 17. Єдине, що чітко встановлено у ст. 15 цього закону, це мета створення системи інформаційного забезпечення діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції, яка полягає у постійному і повному забезпеченні оптових ринків сільськогосподарської продукції та операторів оптових ринків сільськогосподарської продукції інформацією про кон'юнктуру ринку сільськогосподарської продукції.

Законом України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 05.04.2015 р. № 425–18 [4] (ст. 9) держава, створюючи умови безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, у сфері виробництва та обігу органічної продукції (сировини) забезпечує доступ кожного споживача до інформації про виробництво та реалізацію органічної продукції (сировини), органічну продукцію, систему гарантій та контролю в засобах масової інформації із залученням заінтересованих сторін.

У Законі України «Про племінну справу у тваринництві» від 15.12.1993 р. № 3691–XII [7] (ст. ст. 1, 6, 27) констатується обов'язковість формування *інформаційної бази* даних з племінної справи; внесення до *інформаційної бази* даних про походження племінних тварин, їх продуктивність, тип та інші якості тварин з метою ведення племінної справи у тваринництві; обмін *інформацією* про напрями селекції, утім не визначено змісту категорії «інформаційна база».

Відсутність сучасної системи законодавства для регулювання аграрних ринків, і зокрема ринків м'яса та м'ясопродуктів в Україні знижує їх ефективність і гальмує розвиток конкурентоспроможності м'ясопродуктового підкомплексу.

Висновки та пропозиції:Окремі елементи правового регулювання інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні вже сформовані, але вимагають усвідомлення, що для інформаційного забезпечення процесу управління ринком м'ясної сировини та продукції необхідно заснувати цілісну інформаційно-аналітичну систему. Для формування інтерактивного середовища інформаційно-аналітичної підтримки системи управління ринком м'яса та м'ясопродукції належить систематизувати діючі законодавчі та нормативно-правові акти з питань формування та функціонування інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності ринку м'яса та м'ясопродуктів в Україні, що уможливить забезпечити органи влади та суб'єкти господарювання оперативною і достовірною інформацією для прийняття урядових рішень щодо державного регулювання внутрішнього та зовнішнього ринків і державної підтримки товаровиробників, а також повній реалізації аграрного потенціалу зовнішньої торгівлі, глобалізації ринкових відносин із СОТ.

Список використаної літератури:

1. Аронова В. В. Управління комплексом інформаційно-аналітичного забезпечення адміністрування змінами в системі маркетингу [Електронний ресурс] / В. В. Аронова // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2009. – № 1. – С. 131-136. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2009_1_22.

2. Месель-Веселяк В. Я. Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України / В. Я. Месель-Веселяк, О. В. Мазуренко; За наук. ред. акад. УААН П. Т. Саблука. – К. : ННЦ ІЕА, 2004 р. – 198 с.

3. Микитюк В. М. Ідентифікація сучасних проблем розвитку галузі скотарства [Електронний ресурс] / В. М. Микитюк, І. М. Волкова // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(2). – С. 394-399. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2012_9(2)__58

4. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини : Закон України від 05.04.2015 р. № 425–18 // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 20-21. – Ст.721

5. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657–12 // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст.650

6. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції : Закон України від 25.06.2009 р. № 1561–VI // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 51. – Ст.755

7. Про племінну справу у тваринництві : Закон України 15.12.1993 р. № 3691–XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 2. – Ст.7

8. Свиноус І. В. Сучасний стан свинарства України: проблеми та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / І. В. Свиноус, М. І. Ібатуллін // Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки. – 2015. – № 27. – С. 63-67. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2015_27_11.

9. Трофімова Г. В. Тенденції світового ринку продукції вівчарства та місце України у світовому виробництві його продукції [Електронний ресурс] / Г. В. Трофімова // Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2013. – Вип. 24. – С. 63-71. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2013_24_12.

10. Царук Н. Г. Програма як інструмент сучасного інформаційно-аналітичного забезпечення управління продовольчим ринком [Електронний ресурс] / Н. Г. Царук // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 112-121. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_7_16.

ІНСТИТУЦІЇ У ПРОЦЕСІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

А. М. Фітісов, аспірант
науковий керівник:
Є. І. Ходаківський, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Охорона, раціональне використання та відтворення лісових ресурсів має надзвичайно важливе значення для суспільства. Ситуація, яка склалася у лісовій галузі України потенційно може призвести до вичерпання лісових ресурсів [4, с. 2]. Запровадження системи екологічного менеджменту у галузі забезпечить збереження та раціональне використання лісових ресурсів. Екологічний менеджмент лісогосподарювання повинен бути цілісним (сукупність заходів тісно пов'язаних і взаємодіючих між собою, що утворюють єдину цілісну систему), зорієнтованим на перспективу розвитку підприємства та спрямованим на попередження можливих екологічних проблем. Однак формування та запровадження системи екологічного менеджменту відбувається в інституційному середовищі, яке суттєво впливає на цей процес. Тому дане дослідження присвячене вивченню інституцій, що вливають на запровадження екологічного менеджменту у лісовому господарстві.

Основний матеріал. У кожному суспільстві існують обмеження, що створюють певні обмеження (рамки) та умови у відносинах, як між людьми, так і між людиною та довкіллям. Дані обмеження прийнято називати інституціями (правила гри у суспільстві) [2, с. 51].

У літературі виділяють офіційні та неофіційні інституції. Офіційні обмеження створені та сформульовані людиною та є очевидними та простими для сприйняття. До них можна віднести нормативно-правові акти, діяльність органів державної влади, державні та міжнародні стандарти, права власності на природні ресурси.

За допомогою неофіційних обмежень люди структурують свої відносини. В основі неофіційних обмежень лежать довготривалі наслідки (результати) культурної обробки інформації. Слід зазначити, що вони також не можуть змінюватись негайно при запровадженні офіційних правил. Проаналізувавши літературні джерела [1; 2, с. 51] пропонуємо до неофіційних обмежень, що впливають на процес запровадження екологічного менеджменту у лісовому господарстві віднести наступні: рівень освіти і культури населення, історичні та національні традиції, обізнаність населення у проблемах лісокористування, впливовість владних структур (рис. 1).

Окрім традиційних функцій ліси також мають значну рекреаційну цінність. Як зазначає Пітер Пірс, часто при багатоцільовому використанні ресурсів один з них може бути отриманий, завдаючи шкоди іншому. Недеревними властивостями лісу переважно користується населення [3]. Саме тому дуже важливо підвищувати екологічну свідомість та культуру людей. Всі, без виключення, користувачі лісовими ресурсами повинні усвідомлювати наслідки своєї діяльності. Від цього залежить стан лісів у майбутньому. Екологічний менеджмент, в основі якого лежать постулати концепції сталого розвитку, повинен бути зорієнтованим на те, щоб максимально повно задовольняти суспільні потреби протягом якомога довшого проміжку часу. Реалізувати таке завдання можливо шляхом розвитку системи сталого забезпечення лісопродукцією.

Загальновідомо, що місцева влада та громадяни найкраще розуміють власні проблеми, труднощі і потреби. Децентралізація процесу ухвалення рішень дає змогу пристосувати екологічні заходи до конкретних потреб відповідної громади чи регіону. Громади всього світу поступово сприймають новий спосіб мислення щодо власного майбутнього та дієвості впливу на нього. Вони надзвичайно зацікавлені в нових підходах

до свого розвитку і водночас прагнуть, зберігаючи довкілля, послабити тягар злиднів і хвороб, поліпшити якість життя та створити сильну й життєздатну місцеву економіку [1].

Рис. 1. Інституційні чинники, що вливають на запровадження екологічного менеджменту у лісовому господарстві.

Джерело: адаптовано [1].

Лісогосподарювання має узгоджувати цілеспрямовану діяльність, реалізація якої передбачає активну, екологічно відповідальну позицію суб'єктів екологічного менеджменту та інтереси місцевого населення. Даний принцип передбачає, що усі зацікавлені сторони мають бути обізнані із екологічними та економічними аспектами лісокористування та нести відповідальність за свої дії. Крім того, при розробці системи екологічного менеджменту мають бути враховані інтереси місцевих громад.

Висновки та пропозиції. Таким чином, на процес запровадження екологічного менеджменту у лісовому господарстві впливають офіційні та неофіційні інституції. Вкрай важливими, на нашу думку, є неофіційні обмеження, а саме екологічна свідомість населення та прагнення впливати і контролювати екологічний стан лісових ресурсів. Оскільки саме громада може здійснювати істотні зміни. Адже слід пам'ятати, що лісові ресурси відіграють дуже важливу роль у процесі розвитку нашої держави.

Список використаної літератури:

1. Лесь А. В. Інституційне середовище запровадження екологічних програм у сільському господарстві // Економічний форум. 2012. № 4. С. 254-260.

2. Норт, Даглас Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Пер. з англ. І. Дзюб. Київ: Основи, 2000. 198 с.

3. Пірс П. Основи економіки лісового господарства; [пер. з англ.]. / Київ : Екоінформ, 2006. 223 с.

4. Пропозиція Всеукраїнської екологічної ліги щодо формування нової лісової політики в Україні // Проблеми збереження та відтворення лісів України. Серія «Стан навколишнього середовища». Київ, 2017, № 3. С. 2 – 3.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

О.В. Сморщок, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Людство у пошуку оптимальних орієнтирів, що визначають стійкість і сталий характер його розвитку, прагне до вершин. На початку нинішньої ери, під час виникнення глобальних кризових проблем, екологічні, демографічні, виробничі явища, що створюють суспільні загострення, диспропорції та асиметрії становлення регіонів та країн в цілому, особливої гостроти набувають виявлення можливості і ресурсів раціонального їх вирішення. Особлива активність в процесах удосконалення суспільного розвитку належить особистості людини, її творчим, інтелектуальним здібностям.

У вітчизняній та зарубіжній економічній науці питанням вирішення соціально-економічних проблем розвитку сільських територій, формуванню нових умов господарювання, органічного виробництва й відродженню окремих сфер та галузей агропромислового сектору, в тому числі з врахуванням процесі глобалізації та виходу України на світові ринки, зокрема європейські присвячені роботи В. Андрійчука, О. Булавки, В. Валентинова, М. Зубця, Н. Куцмус, М. Лук'янової, А. Малиновського, Н. Міщенка, О. Могильного, М. Орлатого, О. Попової, О. Риковської, В. Россохи, В. Рябоконя, П. Саблука, О. Скидана, О. Шпичака, В. Ярового, О. Яценко та інших. Водночас динамічний характер змін навколишнього середовища та суспільно-політичної ситуації потребує подальших досліджень у сфері диверсифікації діяльності, моделювання та прогнозування процесів, що протікають на сільських територіях.

Основний матеріал. Сучасний етап розвитку суспільства, головним пріоритетом якого є розвиток людини, зумовлює необхідність застосування висхідної ініціативи селян у формуванні стратегії сільського розвитку та безпосередню участь у реалізації програм і проектів розвитку села, передбачає активізацію участі місцевого сільського населення у процесі прийняття рішень щодо розробки стратегії сільського розвитку та визначення її головних пріоритетів. Висхідна ініціатива не може використовуватися як альтернативна або протиставлятися традиційній діяльності держави у цій сфері, але повинна доповнювати та взаємодіяти з останньою. Така компліментарність дозволить отримати ефективні результати у територіальному розвитку, оскільки більш повно враховуватимуться потреби суспільства.

Переваги інтегрованого підходу до розвитку сільських територій будуть досяжними за умови визначеності стратегічних цілей політики розвитку села [4–5]. Для вирішення основних сільських проблем та розвитку можливостей пропонуються чотири групи стратегічних цілей – екологічні, економічні, соціальні, просторові, а також напрями їх реалізації. Зосередженість на зазначених групах цілей сприятиме різносторонньому вирішенню проблем села, зокрема, підтримці добробуту, соціальної згуртованості сільських громад, активізації природоохоронної діяльності, покращання доступу селян до суспільно-необхідних благ, привабливості сіл як місця проживання та господарювання, ведення бізнесу тощо, а отже забезпечуватиме їх соціально-економічний розвиток.

Реалізація інтегрованого підходу може здійснюватися на основі диверсифікації сільської економіки, що сприятиме вирішенню таких проблем як безробіття, низький рівень доходів, неефективне використання наявного потенціалу тощо. Процес диверсифікації пропонується розвивати у трьох стратегічних напрямах, кожен з яких має на меті реалізацію конкретного завдання. Стратегічні напрями диверсифікації сільської економіки дозволяють досягти як соціального, так і економічного ефекту. Соціальний

ефект полягає у можливості використання людського капіталу села, розширенні можливостей для прикладання праці безпосередньо в ареалі життєдіяльності, розвитку підприємницьких здібностей тощо. Значення економічного ефекту диверсифікації має множинний характер: по-перше, це додаткові робочі місця, а отже, розширення сфери отримання доходів селян, що дозволяє задовольняти їх потреби; по-друге, зростання кількості зайнятих забезпечить збільшення обсягів виробництва продукції [1–6]. Оцінити його можна за допомогою моделювання запропонованої стратегії, метою якого визначено насамперед вдосконалення структури зайнятості на селі з орієнтацією на збільшення числа працюючих. Головним обмеженням для модельованої перспективи розгортання процесу диверсифікації сільської економіки вбачається обсяг доступних інвестицій, оскільки урізноманітнення діяльності, що зумовлює створення робочих місць, потребує капітальних вкладень. Отже, модель диверсифікації сільської економіки, яка спрямована на реалізацію її соціально-економічної мети, буде виражена за допомогою нерівності:

$$\begin{cases} \sum_{i}^{n} f_i x_i \le \sum I \\ \sum x_i \to \max \end{cases} \qquad (1)$$

де f_i – обсяг інвестицій, необхідних для створення одного робочого місця у *i*-тій сфері економічної діяльності; x_i – кількість створених робочих місць у *i*-тій сфері економічної діяльності; $\sum I$ - сума доступних інвестицій;.

Враховуючи закони розміщення продуктивних сил та потенціал села, до переліку сфер економічної діяльності, які можуть розвиватися в умовах сільської місцевості, віднесено сільське господарство, лісове господарство та обробку деревини, переробну промисловість, сферу послуг, харчову промисловість, транспорт і зв'язок, готельно-ресторанну справу, торгівлю, будівництво.Наступним етапом оцінки результату створення робочих місць у цих сферах економічної діяльності є розрахунок коефіцієнту акселерації, який характеризує зміну вартості виробленої продукції та реалізованих послуг, зумовлену приростом інвестицій, та розраховується за формулою:

$$k_{акселерації} = \frac{\Delta I}{\Delta ВВПП} \qquad (2)$$

де $k_{акселерації}$ - коефіцієнт акселерації, ΔI – приріст інвестицій, $\Delta ВВПП$ – приріст вартості виробленої продукції та послуг.

У результаті визначення середньої потреби інвестицій (тис. грн.) для створення одного робочого місця як співвідношення вартості основних засобів до середньорічної кількості працівників у перерахованих сферах діяльності, а також значення коефіцієнта акселерації для кожної з них, вищенаведена нерівність (3) набула вигляду:

$$\sum ВВПП = \sum \frac{I_i}{k_{акселерації_i}} = \sum \frac{f_i x_i}{k_{акселерації_i}} \qquad (3)$$

$$= 336x_1 + 12x + 1627x_3 + 170x_4 + 460x_5 + 149x_6 + 2552x_7 + 1281x_8,$$

де – x_1 – очікувана кількість створених робочих місць у сільському господарстві, x_2 – сфері послуг, x_3 – харчовій промисловості, x_4 – лісовому господарстві та переробці деревини, x_5 – переробній промисловості, x_6 – транспорті та зв’язку, x_7 – готельно-ресторанній справі, x_8 – будівництві [4–5].

Отриману величину можна оцінювати як економічний результат процесу диверсифікації сільської економіки, який гармонійно пов'язаний з соціальним – вирішення проблем сільської зайнятості та професійної самореалізації.

Висновки і пропозиції. Отже, можна стверджувати, що диверсифікація економічної діяльності на селі є інструментом його комплексного розвитку, оскільки забезпечує єдність соціальних та економічних результатів. Фактично має місце розвиток песимістичного прогнозу збереження тенденцій зниження показників соціально-економічного розвитку району, погіршення демографічної ситуації, зростання рівня безробіття, зниження доходів громадян, загострення екологічної та криміногенної ситуації. Подолання зазначених труднощів і проблем потребує цілеспрямованої скоординованої роботи багатьох державних установ і громадських організацій. Відсутність системного вирішення завдань соціалізації молоді на державному рівні сформували потребу виявлення, обґрунтування та впровадження інноваційних методів управління розвитком сільських територій у процесі публічно-приватного партнерства та злагодженій взаємодії між державними та недержавними установами та організаціями у процесі реалізації ідеї «Родова садиба» в умовах децентралізації владних повноважень.

Список використаної літератури:

1. Леванова Г. М. Устойчивое потребление: концептуальные положения и актуальность внедрения / Г. М. Леванова // Эко- и агротурим: перспективы развития на локальных территориях [Текст]: тезисы докл. II Междунар. науч.-практ. конф., 22–23 апреля 2010 г., г. Барановичи, Респ. Беларусь / редкол.: В. Н. Зуев (гл. ред.) [и др.]. – Барановичи: РИО БарГУ, 2010. – С. 247–250.

2. Павлов В. І. Інститути та інституції аграрного природокористування: регіональний вимір: Монографія / В. І. Павлов, В. М. Заремба, Ю. Г. Фесіна. – Луцьк: Надтир'я, 2008. – 212 с.

3. Писаренко П. В. Екопоселення: від фантастики до реалій Полтавщини / П. В. Писаренко, Т. О. Чайка // Вернадська ноосферна революція у розв'язанні екологічних та гуманітарних проблем. Збірник матеріалів IV Всеукраїнських Моргунівських читань із міжнародною участю, присвячених 90-річчю від дня народження видатного українця / за ред. В. І. Аранчій та ін.; відпов. за вип. П. В. Писаренко, М. М. Опара, В. Ф. Моргун. – Полтава: Дивосіт, 2014. – С. 155 – 160.

4. Батуріна Р. М. «Родова садиба» – один з напрямів сталого розвитку сільських територій / Р.М. Батурина // Агроінком. – 2013. – № 4–6. – С. 102–109.

5. Кропивко М. М. Організаційні особливості створення родових садиб як альтернативної форми розвитку господарств населення / М. М. Кропивко // Науковий вісник Мукачівський державного університету. – 2015. – №2(4). Ч.2 – С. 24–29.

6. Плотнікова М.Ф. Принципи та механізми розвитку сільських територій / М.Ф. Плотнікова // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 3 (03). – С. 76–81.

7. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

8. Living in harmony: inspring stories from ecovillages / Editor: Dalia Vidickiene. Vilnius: BMK Leidykla, 2013. – 124 p.

УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНИМ ПРОЕКТОМ (НА ПРИКЛАДІ ВИРОЩУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ КАРТОПЛІ)

А. А. Орленко, студент
науковий керівник:
А. В. Кучер, кандидат педагогічних наук, докторант,
член-кореспондент Академії економічних наук України
ХНАУ імені В. В. Докучаєва

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. У сучасних українських реаліях, коли аграрні підприємства використовують максимально дозволені законодавством норми внесення мінеральних добрив, застосовують пестициди, гербіциди, засоби захисту рослин та інші агрохімікати, постає актуальне питання – вирощування продукції за альтернативною технологією, що передбачатиме піклування про стан здоров'я споживачів і збереження навколишнього природного середовища. Саме такою технологією є органічний метод виробництва, тому ми вирішили дослідити перспективність інноваційно-інвестиційного проекту вирощування картоплі за органічною технологією.

Необхідно зазначити що собою взагалі являє органічна продукція, у 2013 р. було ухвалено Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини», який набрав чинності 10.01.2014 р. Згідно із ним, «органічна продукція – це продукція, отримана в результаті сертифікованого виробництва, під час якого виключається застосування хімічних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів (ГМО), консервантів тощо, та на всіх етапах виробництва (вирощування, переробки) застосовуються методи, принципи та правила, визначені цим Законом для отримання натуральної (екологічно чистої) продукції, а також збереження та відновлення природних ресурсів» [1].

Потрібно проаналізувати, чи знаходить органічна продукція місце на ринку. Є багато різних причин, чому споживачі вирішують купувати органічні продукти. Це може включати, наприклад, занепокоєння щодо стану навколишнього природного середовища. Харчування органічними продуктами – це один із способів зменшення споживання пестицидних залишків та добавок. За даними ННЦ «Інститут аграрної економіки», під органічний напрям сільськогосподарського виробництва в Україні сертифіковано 421 тис. га угідь. За цим показником Україна посідає 20-е місце у світі. Нині основні площі вітчизняних органічних сільгоспугідь задіяні під вирощування зернових (пшениця, ячмінь, кукурудза) – 197 тис. га, а під органічною картоплею площа становить 1200 га [2].

Підсумовуючи, можливо зазначити про актуальність дослідження вирощування картоплі за органічною технологією, оскільки органічна продукція має кінцевого споживача, який готовий платити за відмову від традиційної продукції, вважаючи останню небезпечною для власного здоров'я. Для виявлення доцільності втілення в життя інноваційно-інвестиційного проекту вирощування картоплі за органічною технологією розроблено цей екологічно орієнтований проект, його стислі відомості представлені нижче.

Основний матеріал. Узагальнення результатів проведених досліджень наведено в табл. 1. Необхідно зазначити, що проект передбачено виконати за рахунок власних (31,2 %) і залучених коштів (68,8 %) шляхом одержання кредиту. На залучені кошти планується купівля об'єктів виробничого призначення загальною кількістю 12 одиниць (на суму 7455,3 тис. грн). Чистий дисконтований грошовий потік ми визначили шляхом ділення чистого грошового потоку на визначений для відповідного року коефіцієнт дисконтування. Чисту приведену вартість (ЧПВ) визначають як суму чистих дисконтованих грошових потоків за увесь строк економічного життя проекту. Дисконтований строк окупності проекту визначають шляхом ділення суми інвестицій на

середньорічний чистий дисконтований грошовий потік. Індекс прибутковості проекту визначають шляхом ділення ЧПВ на суму інвестицій [3].

Таблиця 1

Загальна анотація проекту вирощування органічної картоплі

1	Назва проекту	Виробництво картоплі за органічною технологією
2	Сутність проекту	Вирощування органічної картоплі з метою одержання прибутку, а також задоволення потреб населення у вживанні екологічно чистої картоплі
3	Експертна оцінка проекту	Висока
4	Ступінь новизни проекту	Середня
5	Рівень готовності проекту	Розроблена теоретична складова проекту
6	Кількість додаткових роб. місць, що буде створено	0,43
7	Екологічні наслідки проекту (вплив на навколишнє середовище)	Позитивний вплив на навколишнє середовище, оскільки органічні технології є екологічно чистими й сприяють екологізації природокористування
8	Вартість проекту, тис. грн у т.ч.: власні кошти, потреба в інвестиційних коштах	10830,2 тис. грн (у т.ч. 3374,9 тис. грн власних коштів, 7455,3 тис. грн планується отримати в кредит під 24% річних)
9	Очікувані результати проекту	Очікується прибуток 7,8 млн грн у перший рік.Є соціальний ефект, адже, вирощуючи органічну картоплю, піклуємося про здоров'я споживачів, припускаємо достойну заробітну плату (7 300 грн)
10	Термін реалізації проекту, років	10
11	Дисконтований термін окупності проекту, років	2,5 (тобто фактично три аграрні виробничі циклі)
12	Індекс рентабельності	4,0
13	Чиста приведена вартість, тис. грн	43 788,5
14	Норма беззбитковості, %	21,2

З'ясовано, що проект виробництва органічної картоплі є прибутковим агробізнесом, зокрема, найбільший прибуток планується отримати на десятому році реалізації – майже 21,8 млн грн, а найнижчий прибуток запланований на перший рік – близько 7,8 млн грн. За розрахунками, при терміні реалізації проекту в 10 років, строк окупності проекту становить 2,5 роки (тобто фактично три виробничі цикли). Індекс рентабельності дорівнює 4,0, що робить проект інвестиційно привабливим.

В основу концепції проекту покладено ідею виробництва картоплі за органічною технологією. Для управління ресурсним забезпеченням проекту й організації виробництва розроблено прогнозний баланс (виробництво, розподіл та реалізація) продукції на ввесь період реалізації проекту, враховуючи площу поля 100 га, відповідно до технологічної карти, що передбачає застосування сучасної техніки для досягнення конкурентоспроможних параметрів продукції [4].

Для оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, що можуть впливати на діяльність проекту, ми використали метод SWOT-аналізу, який дає змогу ознайомитися з можливими ризиками і перевагами, що дає втілення проекту:

1) сильні сторони (Strengths):

- не передбачає застосування агрохімікатів;
- екологічно чистий продукт;
- якісний посівний матеріал.

2) слабкі сторони (Weaknesses):

- консерватизм споживачів;

- ціни вищі, ніж у конкурентів (що вирощують картоплю за традиційною технологією);
- через інноваційність проекту персонал потрібно навчати;

3) можливості (Opportunities):
- ринок може динамічно поліпшуватися;
- покращення податкової політики;
- вихід на великі обсяги виробництва й реалізації картоплі;

4) загрози (Threats):
- сповільнення темпів росту ринку;
- перенасичення ринку;
- підвищення податкового тиску;
- загрози кліматичного характеру.

Висновки та пропозиції. На основі виконаного дослідження ми оцінили інвестиційну привабливість проекту вирощування картоплі за органічною технологією. Оскільки від ефективності здійснення інвестиційної діяльності залежить успіх розвитку економічного та соціального життя, тому наша пошукова робота має певну актуальність і науково-практичну цінність.

Результатом виконаної наукової роботи стало розроблення екологічно орієнтованого проекту організації виробництва органічної продукції (на прикладі вирощування органічної картоплі) та доведення доцільності його практичної реалізації як з економічного погляду, так і з точки зору екології.

Так, з'ясовано, що проект виробництва органічної картоплі є прибутковим агробізнесом, тому його доцільно реалізовувати у життя. Також необхідно акцентувати увагу на тому, що робота має екологічно орієнтовану направленість, що полягає як у поліпшенні (чи принаймні збереженні) стану навколишнього природного середовища (органічний проект передбачає відмову від застосування агрохімікатів і пестицидів, а також мінімізує будь-який негативний вплив на довкілля), так і на покращення здоров'я споживачів (оскільки є теорія, що вживання органічної продукції позитивніше впливає на людське здоров'я, ніж аналогічна продукція вирощена за інтенсивною технологією). До речі, не дивлячись на більш високу ціну на органічну продукцію, вона знаходить свого споживача.

Список використаних джерел:

1. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Верховна Рада України; Закон від 03.09.2013 № 425-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/425-18. – Дата звернення: 20.11.17. – Назва з екрана.

2. Духницький Б. В. Україна посідає 20-е місце у світі за площею органічних угідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/2131-ukrayina-posidaye-20-e-mistse-u-sviti-za-ploshcheyu-orhanichnykh-uhid-bohdan-dukhnytskyy.html. – Дата звернення: 20.11.17. – Назва з екрана.

3. Кучер А. В. Проектний менеджмент в екології : робочий зошит для комплексного тренінга для майбутніх екологів / А. В. Кучер, Л. Ю. Кучер. – Х. : ХНАУ, 2017. – 36 с.

4. Кучер А. В. Бізнес-план проекту організації виробництва насіннєвої картоплі за мінімальною технологією / А. В. Кучер, Л. Ю. Кучер. – Х. : ФОП Федорко М. Ю., 2014. – 72 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «УКРАЇНА»

Б. Ю. Бруховець, магістрант
науковий керівник:
М. Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Розвиток будь-якої держави пов'язаний з динамікою інвестиційних процесів, структурним та якісним оновленням виробництва і створення ринкової інфраструктури. Чим інтенсивніше здійснюється інвестування тим швидше проходить відтворювальний процес, тим активніше відбуваються ефективні ринкові перетворення. Тому будь-які дослідження, пов’язані із сутністю та основними поняттями інвестиційного процесу, проблемами формування інвестиційного портфеля, вибором форм інвестування та методів управління цими процесами, є безумовно актуальними.

Відносини у сфері інвестиційної діяльності досліджували Д. Лук’яненко, О. Білорус, Б. Губський, В. Євдокименко, Т. Ковальчук, М. Плотнікова, З. Герасимчук, Ю. Зайцев, І. Каленюк, І. Малий, А. Наливайко, П. Нікіфоров, Л. Руденко та інші. Питанням аналізу інвестиційної діяльності та її кредитно-фінансового забезпечення присвятили свої праці А. Пересада, С. Онікієнко, І. Балабанов, І. Бланк. Механізмам розвитку інвестиційно-портфельної теорії належать розробки Ю. Рубіної, В. Савчука, С. Прилипка, Е. Величка, В. Шеремета, В. Шапіра, Н. Ушакової, С. Шумілина, В. Ковальова, Я. Мелкумова, А. Мертенса, Х. Решке та інших. Динамічний розвиток сучасного ринкового середовища зумовив потребу подальших досліджень у напрямах: поглиблення та систематизації знань з управління іноземними інвестиціями; формування інформаційно-аналітичної, проектно-дослідницької, діагностичної, інвестиційної та консалтингової діяльності підприємствами різних організаційно-правових форм з метою вирішення прикладних проблем управління підприємницькими структурами та удосконалення системи управління їх діяльністю в сучасних умовах господарювання.

Основний матеріал. Ринкові зміни в економіці України вимагають чіткого визначення та дієвого управління поняттями та категоріями,що стосуються інвестиційних відносин. З фінансового та економічного погляду інвестування може бути визначене як довгострокове вкладення економічних ресурсів з метою створення та одержання чистого прибутку в майбутньому, які перевищують загальну первинну величину інвестицій. В межах світової економічної системи між національними ринками та їх суб’єктами складаються різноманітні виробничі, торговельні, кредитні, валютні, науково-технічні та інші відносини. Важливою складовою цих відносин виступає міжнародна інвестиційна діяльність, пов’язана з вивозом капіталу. Капітал є одним із факторів виробництва – ресурсом, який необхідно затратити для виготовлення будь-якої продукції. Основною причиною експорту (вивозу) капіталу за кордон є його відносний надлишок. Це знаходить прояв в насиченні внутрішнього ринку такою кількістю капіталу, коли його застосування на національному поприщі не приносить прибутку, або веде до його зменшення. Пошук сфер прибуткового вкладення капіталу штовхає за межі національної економіки. Національне законодавство, що визначає правовий режим іноземного інвестування, базується на нормативних актах господарського законодавства. До них відносяться: Конституція України, зокрема її положення щодо забезпечення державою соціальної орієнтації економіки України та гарантування захисту прав усіх суб'єктів, в т. ч. права власності (ч. 4 ст. 13), права приватної власності (ст. 41), права громадян на підприємницьку діяльність (ст. 42) та Закон України «Про інвестиційну діяльність», Закон України «Про режим іноземного інвестування» ін. [1–3]. Аналізуючи ділову активність ПАТ «Україна» (м. Житомир), найбільший темп приросту випуску продукції спостерігається в у 2016 р.. Збільшення обсягів реалізації продукції можна пояснити

збільшенням попиту на продукцію, що позитивно впливає на рентабельність операційної діяльності підприємства. Товариство має значний потенціал щодо посилення своїх позицій на ринку, що підтверджується зростанням виручки від реалізації. У 2016 р. скоротився обсяг чистого прибутку підприємства 8%, що визначено зменшенням виручки від реалізації на 15% та збільшенням фінансових витрат на 10%.

Оцінка інвестиційної привабливості ПАТ «Україна» порівняно з основними конкурентами свідчить, що ефективності використання капіталу пов'язана із встановленням оптимального його обсягу, оптимізацією структури, дослідженням найбільш привабливих джерел та форм залучення, забезпеченням ефективного використання капіталу в усіх видах діяльності підприємства, організацією його обороту. У досягненні своїх цілей ПАТ «Україна» має намір використовувати як систему базових, так і набір похідних стратегій, змістове наповнення, особливості яких виникають і формуються у процесі реалізації базових стратегій. Систему похідних стратегій диверсифікації ПАТ «Україна» утворюють стратегія входження на нові ринки, освоєння нової продукції, пропозиція сувенірної та корпоративної продукції, стратегія диверсифікації у споріднені галузі, стратегія диверсифікації у неспоріднені галузі, стратегія відновлення та економії, як наслідок матиме місце стратегія реструктуризації та стратегія ліквідації нерентабельних структурних підрозділів підприємства. Кожна з них конкретизує систему далекосяжних дій підприємства, різною мірою пов'язаних з базовими стратегіями. Основною метою інформаційно-ресурсного забезпечення діяльності ПАТ «Україна» є сприяння наданню послуг інформаційного характеру як безпосередньо збоку представників підприємства, так і опосередковано через ЗМІ та управління цим процесом через комплекс заходів з матеріально-технічної підтримки діючих та імовірних партнерів; забезпечення їх актуальною інформацією з питань розвитку товариства; залучення широкого кола громадськості до розв'язання наявних проблем, що стримують його розвиток; розповсюдження інформації про діяльність підприємства як інструменту формування його позитивного іміджу тощо.

ПАТ «Україна» найближчим часом має намір підсилити присутність в шести містах України: Києві, Житомирі, Рівному, Черкасах, Дніпропетровську і Львові. У 2018 р., за словами генерального директора товариства планує збільшити обсяги продажу продукції на 45-50 тис. од. Зараз кількість клієнтів оператора складає близько 510 тис. ум. пар. Потенційний ринок збуту власної продукції оцінюється менеджментом компанії як 900 тис. ум. пар, або 150 тис. домогосподарств. До того ж протягом наступного року ПАТ «Україна» хоче вивести на ринок продукцію підвищеного комфорту та міцності, що будуть вироблені на оновленому обладнанні японського виробництва. Вищий рівень продуктивності обладнання дозволить знизити собівартість продукції на 30%. Виходячи з вищенаведених даних можна зробити висновок, що система управління інвестиційною діяльністю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством і включає розробку напрямів діяльності підприємства в частині інвестиційної, що орієнтована на збільшення прибутку, за рахунок довгострокових вкладення капіталів, призначених для створення, розміщення, реконструкції, модернізації, технічного переозброєння підприємства.

Висновки і пропозиції. Технічні ризики пов'язані зі складністю організації процесу реалізації, зокрема, транспортування товарів до споживача. Заходами для зниження ризику є прискорене пророблення (чи одержання гарантій від постачальників) технічного ув'язування устаткування і торговельного комплексу; укладання контрактів на умові «під ключ» із санкціями за непогодженості і зриви строків; страхування технічних ризиків.

Торговельні ризики пов'язані в першу чергу з можливістю затримок реалізації нових товарів, суттєвим ризиком може з'явитися відсутність висококваліфікованого персоналу по роботі. Заходами для зниження вказаних ризиків є чітке календарне планування і керування реалізацією проекту; прискорена розробка дизайну-концепції,

включаючи критерії якості; розробка і використання продуманої системи контролю якості на всіх етапах її створення; підготовка кваліфікованих кадрів.

Заходами для зниження кадрового ризику є підбор професійних кадрів (включаючи тестування), при необхідності – навчання; вироблення механізму стимулювання працівників; система наскрізної багаторівневої інформованості колективу і керівників; розробка ефективного підходу до формування і розподілу фонду оплати праці. Фінансові ризики пов'язані в першу чергу з забезпеченням доходів, які залежать у першу чергу від реклами, а також із залученням інвестицій. Зниження ціни або невірний вибір структури закупівель приводить до серйозних труднощів з реалізації проекту. Заходами для зниження ризику є невідкладне проведення досліджень вимог споживачів; розробка і використання продуманої системи контролю якості на всіх етапах закупівлі та реалізації товарів; обґрунтування і виділення достатніх фінансових коштів для створення і придбання високоякісного торговельного обладнання та транспортних засобів; диверсифікації джерел доходу.

Конкуренти ПАТ «Україна» також заявляють про намір активно розвивати нові продукти та технології, але ним, цілком можливо, доведеться переглянути свої плани у зв'язку із заморожуванням кредитних ліній в мережі центральних банків. Конкуренти по-різному дивляться на можливості розвитку на ринку продукції легкої промисловості ще одного крупного гравця. Сегмент інноваційної продукції підвищено міцності та комфорту, що реалізуватиметься дочірньою компанією ПАТ «Україна», тільки розвивається, і місце для нових гравців на цьому ринку є. Адже навіть в Києві продажі 2011-2013 рр. не досягли рівня 1990 р. Взагалі, для будь-якого нового гравця, який хоче вийти на ринок таких товарів, одним з критичних чинників успіху є уміння правильно будувати свою збутову мережу і отримувати велике територіальне охоплення.

Список використаної літератури:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність. Закон України [Електронний ресурс] // ВВР. – 1991. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/959-12

2. Про інвестиційну діяльність. Закон України //ВВР України. – 1991. – N 47. – ст. 646. (зі змінами і доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov .ua/laws show/1560-12

3. Про іноземні інвестиції. Закон України [Електронний ресурс] // ВРУ. – 1991. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2198-12

4. Гринів Т.Т. Іноземні інвестиції в Україні в умовах кризи: стан і перспективи розвитку / Т.Т. Гринів // Національний університет "Львівська політехніка", кафедра обліку та аналізу – 2010. – с. 69 – 73.

5. Плотникова М.Ф. Направления многофункционального развития сельских территорий / М.Ф. Плотникова // PROGRESS. – 2013. – № 1–2. – С. 44–48.

6. Плотнікова М. Ф. Каталізатори інвестиційно-інноваційного розвитку на сільських територіях / М.Ф. Плотнікова // Стратегія економічного розвитку України. – 2016. – № 39. – С. 107–117.

7. Nitsenko V. Business Model For A Sea Commercial Port As A Way To Reach Sustainable Development Goals / V. Nitsenko, I. Nyenno, I. Kryukova, T. Kalyna, M. Plotnikova // Journal Of Security And Sustainability Issues. – 2017. – Volume 7, Number 1. – P. 155–166 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://doi.org/10. 9770/jssi.2017.6.4(13) (ISSN 2029-7017 print/ISSN 2029-7025on-line

8. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ АДМІНІСТРУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

О. Ф. Присяжнюк, к. е. н., доцент
М. Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Забезпечення розвитку економіки – одне з основних завдань державного управління, запорукою забезпечення виконання якого є використання сучасних підходів до адміністрування. Зважаючи на динамічність, та випадковий характер змін, що відбуваються у макросередовищі, вирішальна роль у забезпеченні зростання економічної ефективності діяльності сучасних аграрних підприємств відводиться формуванню та застосуванню дієвої системи адміністрування.

Дослідженню питань формування ефективних систем управління в цілому та, зокрема, в аграрному секторі економіки присвятили свої праці ряд науковців, зокрема В. Г. Андрійчук, Т. О. Зінчук, В. В. Зіновчук, І. І. Кравчук, П. Т. Саблук О. В. Скидан, В І. Ткачук, Є. І. Ходаківський, В.Г. Воронкова, О.В. Русецкая, В. Д. Бакуменко, В.Д. Залізко, І.В. Хлівна, Т.В Гоголь, А.С. Малиновський та ін. Враховуючи необхідність пристосування сучасних систем адміністрування до вимог споживачів та потребу в урахуванні соціальних та соціально-психологічних аспектів управління, проблема формування систем адміністрування в аграрному секторі є досить актуальною.

Основний матеріал. Як відомо, система управління – це сукупність взаємопов’язаних або взаємодіючих елементів, які функціонують на засадах ієрархічної побудови, під керівництвом єдиного центру, що дає змогу визначити мету та завдання діяльності, шляхи їх реалізації за посередництвом використання наявних ресурсів та механізмів управління [2, с. 8].

Сучасний етап розвитку менеджменту об'єднує й ефективне ділове адміністрування, і менеджмент людських ресурсів, і менеджмент бізнесу для гармонійного розвитку суспільства [1 , с. 10]. Зважаючи на це, основою проведення дослідження є орієнтир на досягнення такого рівня розвитку аграрного сектору, щоб оптимально поєднувались всі зазначені вище види менеджменту.

Особливою та вирішальною рисою, що вирізняє аграрний сектор економіки серед інших секторів є природня зумовленість результатів діяльності (особливо це стосується сільськогосподарської галузі рослинництва) та тісний взаємозв’язок з суспільством, що пояснюється насамперед задоволенням підприємствами цього сектору однієї з його першочергових потреб – в їжі. Тому можна без перебільшення говорити про те, що аграрний сектор є одним з головних секторів та потребує застосування сучасних підходів до адміністрування з метою реалізації його місії – забезпечення населення якісними та доступними за ціною продуктами харчування, які можуть зайняти високі конкурентні позиції на вітчизняному і зарубіжних ринках збуту.

Вважаємо, що сучасні підходи до адміністрування аграрним сектором повинні насамперед базуватися на дотриманні основних принципів, закладених у Стратегії розвитку аграрного сектора до 2020 року. Такими принципами розвитку аграрного сектору у сфері організації аграрного виробництва є: збалансованість його розвитку за економічними, соціальними та екологічними критеріями; створення умов для формування заінтересованого в довгостроковому ефективному господарюванні відповідального користувача (власника) землі; розвиток різних форм господарювання за умови пріоритетності формування господарств, що мають велику соціально-економічну роль для сільських громад [4].

Головною проблемою, що потребує вирішення на вищих та нижчих рівнях системи адміністративного менеджменту є проблема диспаритету цін, що пов'язана насамперед з сучасним складним економічним становищем в країні, зростанням цін на паливно-мастильні матеріали, добрива, техніку тощо [3, с.38]. Серед інших проблем, що зафіксовані у Стратегії та потребують ефективного адміністрування є недоліки в мотивації, кооперації, логістиці, низька конкурентоспроможність та рівень технічного оновлення підприємств аграрного сектора тощо.

Зважаючи на вказані вище орієнтири, наведені у Стратегії розвитку аграрного сектору та характерні проблеми, що стримують його розвиток, вважаємо, що одним з головних підходів адміністрування є правовий підхід у поєднанні з соціальним, екологічним та економічним підходами. Пріоритет правового підходу у адмініструванні аграрного сектору економіки обґрунтовуємо тим що прийняті рішення на всіх рівнях системи адміністрування не мають суперечити чинним нормативно-правовим актам та стратегічним орієнтирам, що визначені у Стратегії. Окрім того при здійсненні адміністративної діяльності важливо відслідковувати зміни у законодавчому її забезпеченні та приймати відповідно до цього гнучкі управлінські рішення.

Соціальний підхід в адмініструванні передбачає вивчення соціальної зумовленості різних явищ і процесів. Вважаємо, що застосування цього підходу в аграрному секторі дозволить посилити орієнтацію управлінських дій на задоволення потреб споживачів у якісних продуктах харчування, а відтак забезпечення їх здоров'я та підвищення продуктивності праці. Прямий зв'язок соціального підходу адміністрування можна прослідкувати з екологічним підходом, оскільки останній теж пов'язаний з забезпеченням створення якісних умов проживання населення, не нанесення шкоди довкіллю при веденні господарської діяльності, а відтак спрямований на забезпечення здоров'я нації.

У процесі проведеного дослідження виявлено ряд економічних проблем діяльності аграрного сектора, насамперед це згадана вище проблема диспаритету цін, низький рівень заробітної плати, особливо в галузях сільського господарства, низький рівень технічного оновлення виробництва тощо. Тому поряд з наведеними вище підходами вважаємо за необхідне в адмініструванні аграрного сектору акцентувати увагу на економічний підхід, тобто процес адміністрування має забезпечувати максимізацію результатів від господарської діяльності.

Висновок. Проведені дослідження дають змогу зробити наступні висновки: 1). Головним орієнтиром адмініструванні аграрного сектора є дотримання принципів Стратегії розвитку аграрного сектора до 2020 року; 2) Основними підходами адміністрування, застосування яких у системній взаємодії дозволить сформувати ефективні системи управління аграрним сектором на всіх рівнях (рівень держави, регіонів, окремих підприємств) є правовий, соціальний, екологічний та економічний.

Список використаної літератури:

1. Новіков Б.В. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. / Б.В. Новіков, Г.Ф. Сініок, П.В. Круш. – К.:Центр навч. л-ри, 2004. – 560 с.

2. Основи адміністративного менеджменту : навч. посіб. / В. Д. Бакуменко, Л. М. Усаченко, В. І. Тимцуник, О. В. Червякова ; за заг. ред. Л. М. Усаченко. – К. : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2013. – 148 с.

3. Присяжнюк О. Ф. Удосконалення системи адміністративного менеджменту галузей сільського господарства Житомирської області / О. Ф. Присяжнюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 18. – С. 36-39.

4. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29

СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Г. В. Судак, здобувач
науковий керівник:
О. В.Скидан, д. е. н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В Україні постала гостра необхідність імплементації політики розвитку села шляхом створення сприятливих економічних та соціальних умов для забезпечення сталого розвитку сільських територій. В свою чергу, проблеми розвитку сільського підприємництва набувають особливої актуальності, що пов'язано зі зниженням якості життя на селі, високим рівнем безробіття, погіршенням демографічної ситуації, відмиранням культури, традицій та звичаїв. Відтак, розвиток сільського підприємництва чинить позитивний вплив не тільки на підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки, а й сприяє культурному і духовному розвитку села.

Сучасні тенденції розвитку підприємницької діяльності на селі знайшли своє відображення у працях Ю. Амосова, О. Бородіної, Ю. Губені, В. Збарського, Т. Зінчук, В. Липчука, М. Маліка, О. Матусової, І. Прокопи, П. Саблука, О. Скидана, В. Ткачука, В. Юрчишина та ін.

Основний матеріал.У вітчизняній практиці терміни "підприємництво" і "бізнес" досить часто вживаються як синоніми. Термінологічне відмінність цих понять полягає в тому, що підприємництво відрізняється від бізнесу тільки однією істотною властивістю – новаторством, що призводить до порушення ринкової рівноваги. В контексті даного дослідження, підприємництво слід розуміти як особливий вид господарської діяльності, суть якої полягає у стимулюванні і задоволенні попиту суспільства на конкретні потреби його членів за допомогою ринкового обміну, спрямованої на завоювання конкурентних переваг через порушення ринкової рівноваги.

Відповідно до прийнятої структури процесу відтворення (виробництво, обмін, розподіл, споживання) виділяють чотири головних сфери підприємництва: виробничу, комерційну, фінансову і сферу споживання. Інші види підприємницької діяльності, наприклад, інноваційна, маркетингова, включаються до складу чотирьох головних сфер підприємництва [1]. Сутність підприємництва, межі його здійснення тісно пов'язані з формами і видами підприємницької діяльності.

Систематизація існуючих підходів до визначення підприємництва дає змогу стверджувати, що його прийнято визначати як: діяльність, спрямовану на максимізацію прибутку; ініціативну діяльність підприємців, яка полягає у виробництві товарів та наданні послуг, результатом якої є прибуток; процес організаційної новації; пряма функція реалізації власності; дії, спрямовані на збільшення капіталу і розвиток виробництва; специфічний вид діяльності, спрямований на невпинний пошук змін в існуючих формах функціонування підприємств і суспільства, постійна реалізація цих змін; стиль господарювання; процес організації та здійснення діяльності в умовах ринку; взаємодія суб'єктів ринку тощо [1].

Окремого дослідження потребує питання сутності та особливостей підприємництва в сільській місцевості або сільського підприємництва. Підприємницьку діяльність у сільській місцевості доцільно трактувати як самоорганізовану активними представниками громади діяльність, що здійснюється на сільських територіях. Основною метою підприємництва у сільській місцевості є безпосередня мотивація підприємця щодо реалізації особистісних цілей, що пов'язані як з отриманням економічного й соціального ефекту, так і з виконанням суспільних та екологічних функцій. Насамперед варто зупинитися на функціях сільського підприємництва. Дослідження сутності

підприємництва, особливостей підприємницької діяльності та специфіки господарювання у сільській місцевості дозволяє виділити ряд притаманних йому функцій (рис.1).

Рис. 1. Функції сільського підприємництва

Джерело: *власні дослідження.*

Екологічна орієнтація сільського підприємництва є важливою умовою господарювання та визначальною ознакою збереження природних основ життя. Крім того, така діяльність є підконтрольною органам місцевого самоврядування в частині дотримання екологічних вимог у відношенні до своєї продукції. Екологічна функція проявляється в тому, що суб'єкти підприємницької діяльності у сільській місцевості, будучи переважно мешканцями території, де ведеться їх господарська діяльність, виявляють джерела екологічних загроз і докладають зусиль для їх усунення.

Ресурсна функція передбачає ефективне використання як відновлюваних, так і обмежених ресурсі. Разом з цим під ресурсами розуміються всі матеріальні та нематеріальні умови і фактори виробництва, насамперед трудові ресурси, земля і природні багатства, засоби виробництва і наукові досягнення, а також підприємницький талант.

Мультиплікативна функція характеризує можливість забезпечення суб'єктами сільського підприємництва попиту на продукцію інших секторів економіки, стимулюючи процес відтворення, зростання завантаження виробничих потужностей, прогресивні зрушення в суміжних галузях, одночасно в рамках кооперації задовольняючи попит не тільки населення, але і продукції виробничо-технічного призначення середнім і великим підприємствам регіону.

Соціальна функція проявляється в створенні додаткових робочих місць у сільській місцевості, зменшенні рівня безробіття, вирішення проблем бідності; формуванні середнього класу – прошарку населення, який реально готовий нести на відповідальність за сталий розвиток економіки, забезпечувати незворотність вектору реформ.

Інноваційна функція пов'язана з використанням у процесі підприємницької діяльності нових ідей, розробкою нових засобів для досягнення поставлених цілей. Організаторська проявляється у прийнятті підприємцями самостійного рішення про організацію власної справи, у формуванні підприємницького управління, у створенні складних структур, у зміні стратегії діяльності фірми і т.д.

Реалізація стратегічної функції підприємництва в сільській місцевості виражається в підвищенні зайнятості населення та розширенні її видів, зниженні сезонності виробництва, повнішому використанні місцевих ресурсів і збереженні особливостей і традицій виробництва. Інтегруюча функція сприяє посиленню функції поселення не тільки як єдиного поселенського комплексу, але і як фокусу навколишньої сільської території, зосереджуючи частину потоків матеріально-фінансових ресурсів на собі, сприяючи тим самим підвищенню територіальної стійкості.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В сучасних умовах господарювання провідна роль у формуванні перспектив розвитку сільських територій належить підприємницькій діяльності. Ключовими функціями сільського підприємства є: економічна, екологічна, соціальна, ресурсна, мультиплікативна, стратегічна, інтегруюча, психологічна, організаторська, конкурентна тощо. Перспективами подальших досліджень у цій сфері є розробка стратегії розвитку сільського підприємства з урахуванням євроінтеграційного вектора нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Асаул А. Н. Закономірності та тенденції розвитку сучасного підприємництва : [підручник] / Асаул А. Н, Володимирський Е.А., ГордєєвД.А., ГужваЄ.Г., Петров А.А. – СПб: АНО ІПЕВ. – 2008. – 280 с.

2.Скидан О. В. Организационно-экономический механизм развития сельского предпринимательства / О. В. Скидан, Г. В. Судак // Наукові читання – 2014. – Житомир: Вид – во “ЖНАЕУ”, 2014. – т .3 – С. 156-161.

ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДО РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

О.В. Скидан, д. е. н., професор
О.Г. Булуй, к. е. н., доцент
М.Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
І.В. Мартинчук, к. е. н.
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Здатність територій та суб'єктів господарювання залучати інвестиції визначає перспективи їх розвитку в умовах динамічного ринкового середовища. З позиції пріоритетних підходів держави щодо розвитку національної інвестиційної політики ставка зроблена на залучення іноземного інвестора. Створення спільних підприємств, приватизація та конверсія дозволяють залучити в тому числі стратегічних партнерів з Європи та світу. Трансформація інвестиційного механізму на локальному рівні збоку залучення мікроінвестицій для розвитку територіальних громад є дієвим джерелом розвитку національної економіки.

Правові засади інвестиційного забезпечення визначені Законами України «Про інвестиційну діяльність», «Про іноземні інвестиції», ««Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків», «Про іноземні інвестиції», «Про режим іноземного інвестування» та іншими нормативно-правовими актами. Питання розвитку інвестиційних процесів є в центрі уваги наукових досліджень А.С. Музиченка, А.П. Дука, З.О. Маніва. І.М. Луцького, С.Ф. Покропивного. Д.Г. Лук'яненка, О.Г. Білоруса, Б.В. Губського, В. К. Євдокименка, Т. Т. Ковальчука, А. М. Поручника, В. В. Герасимчука, Ю. К. Зайцева, І. С. Каленюка, Ю. М. Лопатинського, І. Й. Малого, А. П. Наливайка, П. Нікіфорова, Л. В. Руденка, Т. М. Циганкової та інших. Однак, динамічний характер розвитку суспільного середовища вимагає подальших досліджень у цій сфері, зокрема на галузевому рівні.

Основний матеріал. За умов гострого дефіциту капіталовкладень розв'язання завдань інтеграції у світову економіку посилюється залученням в Україну зовнішніх джерел фінансування. Практика засвідчує, що елементно-технологічна ефективність досягається мінімально за 35–40 % рівні фінансування галузевих структур на рівні реінвестування та зовнішнього забезпечення відтворювальних процесів. При цьому просте відтворення досягається на рівні 25–30 %, технічне переозброєння і реконструкція – 35–45 %, розширене – 70–75 %. Розвиток навичок, формування та підкріплення змін відбувається на основі очікувань та практичного втілення задач розвитку. Реально вкладаються зусилля в короткостроковій перспективі, коли рівень розвитку системи росте (на початку змін будь-які надбання підіймають результат на рівень вище, пізніше темпи зростання в відсотковому співвідношенні зменшуються – події розвиваються як множина малозначущих надбань – велика частина справ є опанованими, що знижує мотивацію в силу того, що прогрес стає менш помітним). Криві інвестиційних надходжень без та з залученням іноземних інвестицій характеризується динамікою подальшого розвитку внаслідок додаткового стимулювання цільових грошових потоків (динаміка наведена на прикладі галузі зеленого туризму, аналогічною є динаміка у значній кількості інших суспільно-господарюючих систем), які спонукають до дій (рис. 1), [1].

Гармонізація взаємодії елементів системи досягається за рахунок багатоманіття форм та проявів процесів підсистем, що входять до її складу. При цьому один елемент системи виконує багато функцій, а багато елементів спроможні виконувати одну функцію. Це дозволяє забезпечувати стійкість системи та страхування. Зберігаючи унікальність, самобутність та індивідуальний підхід, досягається задоволення інтересів системи та її розвиток [2–3, 6]. Механізм забезпечення вказаних задач є узгодженим з нормативно-правовими підходами в управлінні, інструментами прямого адміністрування та

економічними засобами заохочення до цілеспрямованої поведінки. Іншим моментом, що формує засади привабливості зеленого туризму для іноземних інвесторів є практика освітнього сільського туризму, що проходить етапи свого становлення в умовах територіальних громад України (рис. 2).

Рис. 1. Інвестиційні надходження без (1) та з (2) залученням іноземних інвестицій

Рис. 2. Ознаки та риси зеленого освітнього сільського туризму

Останнє є механізмом розвитку потенціалу територіальної громади, бюджетного наповнення та/або підвищення розвитку людського капіталу за одночасного підвищення конкурентоспроможності майбутніх фахівців на ринку праці внаслідок набуття практичного досвіду та навичок суспільно-корисної діяльності в ігровій, конкурсній чи творчо-пошуковій формі. Орієнтований на ресурсозбереження, екологію простору та свідомості людини, організацію та облаштування зон навчання та/або відпочинку, він має практичну спрямованість та пряму інформаційність внаслідок інклюзії в процес, що

забезпечує сталість розвитку особистості та територіальної громади в умовах децентралізації владних повноважень без додаткового залучення бюджетних асигнувань. Волонтерсько-освітній характер діяльності має привабливість з позиції його реалізації та дозволяє опікуватися екологічним станом довкілля, сприяти його покращенню.

Мальовнича історико-культурна спадщина українського села, збережені народні традиції, ремесла та промисли розширюють світогляд та є базисом для перенесення спадщини, старовинних самобутніх традицій та культури на новій світоглядній основі у діяльність молоді сьогодення. Знання лікувально-рекреаційних ресурсів, в тому числі лікування травами, закалювання, милування чудовими краєвидами привчає молодь до патріотизму по відношенню до своєї Малої батьківщини, країни, планети в цілому, сприяє поліпшенню умов та якості життя населення в містах, в тому числі за рахунок набуття практичних навичок спілкування зі свійськими тваринами, опанування традиційного реманенту, методикам проживання за безвідходної життєдіяльності та незалежності від комунальних структур. Економічний з позиції організації та реалізації, зелений освітній сільський туризм знайомить умовами проживання й харчування з врахуванням всіх етнічно-культурних груп, що мешкають на теренах України, особливостями побуту та сільськогосподарською діяльністю, традиціями і звичаями регіону. Можливість самообслуговування в межах кемпінгів та наметових містечок формує навички активного способу життя, може мати ознаки фауно- та флористичні, культурологічні та етнографічні.

Висновки і пропозиції. Природне середовище, місцева культура, традиційна архітектура, участь у місцевих культурних подіях, розкривають широкі можливості використання природного, матеріального і культурного потенціалу як особистості .так і регіону, формують розуміння культури організованого розвитку і відпочинку, зміцнення родини за рахунок демонстрації передового досвіду родинних зв’язків, відбувається становлення середовища-платформи реалізації особистості, її розвиток.

Список використаної літератури:

1. Леванова Г. М. Устойчивое потребление: концептуальные положения и актуальность внедрения / Г. М. Леванова // Эко- и агротурим: перспективы развития на локальных территориях [Текст]: тезисы докл. II Междунар. науч.-практ. конф., 22–23 апреля 2010 г., г. Барановичи, Респ. Беларусь / редкол.: В. Н. Зуев (гл. ред.) [и др.]. – Барановичи: РИО БарГУ, 2010. – С. 247–250.

2. Павлов В. І. Інститути та інституції аграрного природокористування: регіональний вимір: Монографія / В. І. Павлов, В. М. Заремба, Ю. Г. Фесіна. – Луцьк: Надтир’я, 2008. – 212 с.

3. Писаренко П. В. Екопоселення: від фантастики до реалій Полтавщини / П. В. Писаренко, Т. О. Чайка // Вернадська ноосферна революція у розв’язанні екологічних та гуманітарних проблем. Збірник матеріалів IV Всеукраїнських Моргунівських читань із міжнародною участю, присвячених 90-річчю від дня народження видатного українця / за ред. В. І. Аранчій та ін.; відпов. за вип. П. В. Писаренко, М. М. Опара, В. Ф. Моргун. – Полтава: Дивосіт, 2014. – С. 155 – 160.

4. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

5. Living in harmony: inspring stories from ecovillages / Editor: Dalia Vidickiene. Vilnius: BMK Leidykla, 2013. – 124 p.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ БІРЖОВОГО ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

В. Костиляну, магістрант
науковий керівник:
Н. П. Резнік, д.е.н., професор
НУБіП України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. На сьогоднішній день український біржовий фондовий ринок являє собою організований ринок торгівлі фінансовими інструментами. Важливою складовою фондового ринку є ринок цінних паперів – механізм взаємодії попиту і пропозиції цінних паперів, що регулює відносини між суб'єктами купівлі-продажу акцій, облігацій тощо. В Україні значний внесок у дослідження проблем, що пов'язані з роззвитком біржового ринку, зробили такі вчені: В. Горьовий, В. Яворська, Б. Дмитрук, Р. Дудяк, О. Лактіонов, Г. Машлій, О. Мограб, Л. Примостка, П. Саблук, В. Савченко, М. Солодкий, О. Сохацька, Г. Шевченко, О. Шпичак. Однак питання, пов'язані з цією проблематикою надзвичайно актуальні для українських реалій, що визначає актуальність обраного дослідження.

Основний матеріал. Фондовий ринок – вищий рівень торгівлі. Тому необхідно розуміти сучасне становище цього ринку, що надасть можливості охарактеризувати стан та перспективи розвитку України в силу становлення ринкової економічної системи. На фондових біржах здійснюється переважно торгівля акціями, похідними цінними паперами, зосереджується торгівля на спеціалізованих біржах із торгівлі ф'ючерсними та опціонними контрактами.

Торгівля облігаціями на фондових біржах порівняно невелика за обсягами, оскільки переважна більшість облігацій перебуває в обігу на позабіржовому ринку. Основними функціями біржі є:

- організація біржових зборів для проведення гласних публічних торгів;
- визначення ринкової ціни цінних паперів, що котируються на біржі;
- гарантування виконання умов біржових угод, розробка системи розрахунків за укладеними на біржі угодами;
- здійснення біржового арбітражу, розв'язання спірних питань, що виникають за біржовими угодами у процесі біржових торгів;
- забезпечення учасників ринку оперативною та аналітичною інформацією про стан та тенденції розвитку фондового ринку [1, с. 314].

Проаналізувавши український ринок в цілому, виявлено певні проблеми що склалися саме на біржовому фондовому ринку, а саме:

- малий обсяг обігу цінних паперів;
- основна діяльність відбувається позабіржовому ринку;
- малий асортимент фінансових інструментів що використовуються на ринку;
- низька активність учасників цього ринку, як інвесторів, так і емітентів;
- великий рівень ризиків, що утворились на ринку і в країні в цілому;
- недосконала правова і нормативна база, що регламентує діяльність ринку;
- досить малий контроль з боку контролюючих органів;
- нерозвинена інформаційна мережа;
- відсутність можливості переходу торгів на новий рівень, тобто за паперового документообігу на інтернет-трейдинг;
- слабка і нерозвинута інфраструктура ринку [2, с. 50].

Проаналізувавши всі проблеми, які склалися на сьогоднішній день на ринку цінних паперів в Україні, необхідно перейти до розгляду його шляхів удосконалення

функціонування, вирішити проблеми, що виникли, а також спрогнозувати перспективи для вітчизняного ринку цінних паперів.

Основними напрямками розвитку ринку на найближчі роки слід вважати: підвищення конкурентоспроможності ринку; удосконалення системи регулювання фондового ринку; посилення розвитку корпоративного управління; розвиток інститутів інвестування; встановлення нормальної інфраструктури фондового ринку; підвищення кваліфікації фахівців з питань ринку цінних паперів в Україні; розвиток депозитарної системи. Такий стан фондового ринку України характеризує країну, як не розвинена. Потребує серйозної реорганізації з боку держави. Необхідність цього полягає в тому, що на сьогоднішній день з українського ринку все більше йдуть крупні інвестори, які відіграють важливу роль в розвитку вітчизняної економіки.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, проблеми, що склалися на вітчизняному ринку цінних паперів пов'язані, насамперед, з недосконалістю нормативної бази та недостатнім досвідом. Тому ринок потребує глобального перебудування і впровадження заходів нормалізації, які створювали б взаємозв'язок законодавчої бази і діяльність професійних учасників цього ринку. Напрямами розвитку, що мають пріоритет на фондового ринку, є: вдосконалення і розвиток нормативної і правової бази, в тому числі, яка регламентує діяльність інститутів спільного інвестування і ринку похідних цінних паперів; удосконалення механізму корпоративного управління; створення системи захисту прав акціонерів.

Список використаних джерел:

1. Мозговий О. Фондовий ринок: [Навч. посіб.] / О. Мозговий. – КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2010. – 314 с.

2. Слободяник А. М. Оцінка та аналіз інструментів хеджування з урахуванням специфіки аграрного ринку / А. М. Слободяник, Л. В. Тарасович // Наукові праці МАУП. Сер. Економічні науки. – 2017. – Вип. 22. – С. 46–54.

СУЧАСНИЙ СТАН БІРЖОВОГО РИНКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

Д. О. Мищенко, магістрант
науковий керівник:
А. М. Слободяник, к.е.н., ст. викладач
НУБІП України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Біржові торги (аукціони) – найпрозоріша і відкрита форма купівлі-продажу товару. Для держави біржові угоди є найкращою формою оптової торгівлі перш за все тому, що вони забезпечують рівний доступ учасників ринку до товару, встановлюють єдині правила купівлі-продажу, спрощують шлях продукції від виробника до покупця. При цьому біржовий механізм є абсолютно прозорим і не залишає місця для різного роду зловживань: «відкатів», приховування податків і т.д. Зокрема, Наказом Державного комітету лісового господарства України від 19 лютого 2007 року №42 «Щодо вдосконалення механізмів продажу необробленої деревини» передбачена обов'язкова реалізація деревини через аукціони на біржах [2].

Суттєвий внесок у дослідження проблем розвитку біржового ринку зробили Б. Дмитрук, Р. Дудяк, О. Лактіонов, Г. Машлій, О. Мограб, Л. Примостка, В. Савченко, М. Солодкий, О. Сохацька, О. Шпичак. Однак питання, пов’язані з цією проблемою надзвичайно актуальні для українських реалій, що визначає актуальність обраного дослідження.

Основний матеріал. Біржові торги дозволяють учасникам ринку укладати договори купівлі-продажу на постійній, безперервній основі в будь-який час, до того ж немає необхідності у фізичній присутності на торгах як покупців, так і продавців[1].Перехід до єдиної біржової системи торгів дозволить вирішити питання прозорого формування стартової та ринкової ціни на деревину, оскільки необроблена деревина залишається на біржових торгах до моменту її реалізації. У разі непридбання певного лоту деревини існує можливість зниження його початкової вартості відповідно до кроку біржового аукціону.

За даними Державного комітету статистики України, лісова продукція характеризується щорічним зростанням. Внаслідок несприятливої ринкової кон’юнктури, невирішеності сировинного питання (головною проблемою як і раніше залишається забезпечення підприємств сировиною – деревиною) та наслідків економічної кризи, спостерігається спад обсягів виробництва близько на 10–15 % та зменшення частки у загальному обсязі продукції, виробленої промисловістю.

Разом з тим, статистичні данісвідчать про збереження тенденцій зростання щорічної біржової торгівлі лісогосподарською продукцією, основним чинником якої є збільшення попиту і пропозиції насвітових товарних ринках. Сучасна біржова діяльність у світовій практиці дозволяє, завдяки функціям хеджування таспекуляції забезпечити цінове прогнозування розвитку аграрних ринків. Такогостану можна досягти лише на базі використання строкових біржових контрактів – форвардів таопціонів учасниками аграрних ринків, що допомагає їм ефективно планувати свої майбутні програми та прибутки.

Однак найбільш негативним явищем у функціонуванні досліджуваної галузі вважається встановлення чіткої тенденції до зростання експорту необробленої деревини з України. На рівні держави обраний напрям реалізації є економічно недоцільним та основним фактором майбутнього занепаду лісової галузі за умов обмеженості власних ресурсів деревини. Також сьогодні нерідкою є ситуація, коли одні закони суперечать іншим, і не всі взаємовідносини між економічними суб’єктами закріплено законодавчо.

Все це в сукупностістримує розвиток біржової торгівлі, і не стимулює сільськогосподарських товаровиробників до постійної співпраці з біржами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В сучасних економічних умовах на вітчизняному біржовому ринку лісоматеріалів спостерігається відсутність чіткої політики підтримки, прозорого ціноутворення та встановлення правил торгівлі. Тому для подальшого розвитку біржової діяльності потрібно провести структурну перебудову, адаптувати існуючі норми до європейського законодавства, повну технологічну модернізацію і впровадження кращої практики функціонування аналогічних систем на світових біржових ринках.

Список використаних джерел:

1. Мозговий О. Фондовий ринок: [Навч. посіб.] / О. Мозговий. – КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2010. – 314 с.

2. Щодо вдосконалення механізмів продажу необробленої деревини : Наказ від 07.03.2007 № 15, стор. 129, стаття 573, код акту 38924/2007.

ХЕДЖ-ФОНД – ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТУВАННЯ

О.В. Трішін, магістрант
науковий керівник:
А. М. Слободяник, к.е.н, ст. викладач
НУБІП України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Створення хедж-фондів в Україні належиться до питань, що потребують гострої необхідності вирішення. Хедж-фонд – це компанія, яка управляє коштами інвесторів для отримання максимального доходу від інвестицій з фіксованим ризиком. Серед закордонних та вітчизняних дослідників, які присвятили свої праці аналізу особливостей діяльності хедж-фондів, можна назвати В. Котікова, С. Кропельницьку, В. Матвєєва та ін. Однак в цілому економічна сутність хедж-фондів, їх ознаки як інструменту інвестування, досліджена українськими вченими недостатньо, а поле для досліджень є досить широким.

Основний матеріал. Вважається що ідея створення першого хедж-фонду належить американському журналісту Альфреду Уїнслоу Джонсону. Саме його компанія створила в 1949 році фонд, який вперше назвали хедж-фондом [1]. Стратегія Альфреда У. Джонсона полягала в поєднані довгих та коротких позицій по акціях (відкриття довгих позицій на недооціненні акції та коротких позицій на переоцінені акції) в одному інвестиційному портфелі для мінімізації ризиків. Суть цієї стратегії полягає в тому, що існує можливість отримувати прибуток на різниці в прибутковості довгих і коротких позицій незалежно від того, в яку сторону рухається ринок. В період з 1961 по 1965 рік фонд Джонса випередив найуспішніший на той момент взаємний інвестиційний фонд – *Fidelity Trend Fund* на 100 відсоткових пунктів навіть за вирахуванням винагороди, яка включала 1% від інвестованих коштів та 20% від прибутку фонду [2]. Хедж-фонд сам по собі є лише ядром складної структури (Рис.1), що складається з багатьох частин. Така структура дозволяє менеджерам зосередитися на управлінні активами, делегуючи інші ключові функції третім сторонам [2].

Рис. 1. Організаційна структура хедж-фонду
Джерело: адаптовано [2].

Виділяють такі риси хедж-фондів, які відрязняють їх від аналогічних фондів:

- *гнучка інвестиційна політика* – на відміну від інвестиційних фондів хедж-фонди можуть купувати все, що продається, включаючи сировинні товари, валюти, нерухомість.

Також, вони можуть не тільки купувати активи, а й відкривати короткі позиції на переоцінені активи;

- *відсутність еталона і орієнтація на абсолютний показник прибутковості*. Більшість хедж-фондів націлені на досягнення абсолютного рівня прибутковості. Керівник хедж-фонду прагне і на падаючому ринку отримати прибуток тому, що збиток позбавить його винагороди у вигляді відсотка від прибутку;
- *активне залучення позикових коштів* – у хедж-фондів часто немає обмежень на залучення позикового капіталу, що дозволяє їм значно збільшувати дохід в прибутковий період, але при цьому підвищує і розмір потенційних збитків;
- *відсутність законодавчих зобов'язань щодо розкриття інформації* – для хедж-фондів в США до недавнього часу не була потрібна реєстрація в Комісії з цінних паперів і бірж. Більш того, більшість хедж-фондів створюються в офшорних зонах, де вимоги щодо розкриття інформації про діяльність мінімальні. Це, безсумнівно, зручно для менеджерів, оскільки спрощує процес реєстрації і дозволяє зберегти стратегію в таємниці від конкурентів;
- *обмежена клієнтська база* – у більшості країн інвестиції в хедж-фонди доступні в лише обмеженому колу так званих «кваліфікованих» інвесторів;
- *залежність винагороди менеджерів від результатів* – менеджери хедж-фондів отримують премії якщо прибутковість їх фонду перевищує певний рівень. Ці премії розраховуються як частка прибутку і зазвичай складають близько 20% від зароблених коштів.

За роки еволюції хедж-фондів виникло багато нових торгових стратегій, які кардинально відрізняються від стратегії Альфреда Джонсона, яка полягала в поєднані довгих та коротких позицій. Всі ці стратегії надзвичайно різноманітні, проте всі вони поділяються на три основні групи [2].

Стратегії відносної вартості (*Relativevaluestrategies*). Стратегії цього типу максимально реалізують ідею творця першого хедж-фонду Альфреда Джонса. Це найбільша група стратегій. Вони базуються на роботі з інструментами, між якими існує певна зв'язок. Такими інструментами можуть бути акції одного сектора, облігації того ж самого емітента з різними термінами погашення. Завдання менеджера фонду полягає в тому, щоб знайти ситуації, в яких однин з інструментів торгівлі знаходиться у відносному виразі дорожчим відносно іншого. По принципу арбітражу менеджер продає дорогий інструмент і купує дешевий. Подієві стратегії (*Event-driven*). Стратегії які базуються на очікуванні тих чи інших подій (злиття, поглинання, відділення підрозділів у самостійні підприємства, реструктуризація) які можуть трапитись з компанією. Такі події створюють можливості для арбітражу, наприклад, арбітражу по злиттю і поглинанню, коли купуються акції компанії, яка поглинається і продаються акції яка поглинає. Направлені стратегії (*Directional/opportunistic*). Основним завданням таких стратегій є виявлення сильного тренду на певному ринку і спрямуванні туди коштів інвесторів з метою отримання прибутку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У сучасних умовах саме хедж-фонд здатний якнайкраще вирішувати завдання у сфері аграрного виробництва, яка вже стала рушійною силою на ринку пропозиції послуг в сфері управління активами і зобов'язаннями. Інвестувати в хедж-фонди передбачає розуміння стратегії фонду, умов здійснення процедури контролю за ризиками, ймовірність відхилення від стилю управління, об'єми фонду, його ліквідність тощо.

Список використаних джерел:

1. Здоровенин В.В., Хедж-фонды: инвестиционная деятельность и оценка ее эффективности / В.В.Здоровенин. – М.: ГУ ВШЭ, 2009. – 140 с.

2. Котиков В. Хедж-фонды: Игра на рынке по новым правилам / В. Котиков, Д. Нэйл. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 184 с.

РОЛЬ ХЕДЖУВАННЯ В СПЕКУЛЯТИВНИХ ОПЕРАЦІЯХ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ

К.Г. Собко, магістрант
науковий керівник:
А.М. Слободяник, к.е.н., ст.. викладач
НУБІП України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Розвиток сучасного господарства характеризується якісними змінами, які пов'язані із підвищенням мобільності капіталу, робочої сили, інформації, зменшенням торговельних бар'єрів, підписанням багатосторонніх торговельних угод, формуванням єдиного всесвітнього науково-інформаційного простору, світової комунікаційної мережі, глобальних технологічних систем тощо [2]. Головною метою будь-якої, але вдалої, біржової торгівлі є отримання максимально можливого прибутку при мінімальних ризиках. При цьому має місце певна взаємодія між стратегією, тактикою торгівлі та керуванням ризиками при здійсненні біржових торгів. На практиці кожен учасник біржі є поєднанням («гібридом») спекулянта (отримання прибутку) та хеджера (керування ризиками).

Теоретико-методологічну парадигму біржової торгівлі сформовано багатьма зарубіжними та вітчизняними дослідниками. Зокрема, вивченням інструментів біржових ринків деривативів та розробкою нових стратегій їх застосування займаються такі зарубіжні вчені-економісти: В. Бансал, Дж. Віллей, В. Галанов, О. Дегтярьова, Ш. ДеКовні, Г. Джеман, О. Кандінська, Р. Кауфмен, Р. Колб, Т. Лофтон, Р. Мак-Дональд, Дж. Маршалл, Г. Резго, А. Савелкова, Кр. Таккі, Е. Уоррен, Т. Франческа, Дж. Халл, А. Хербст. Українськими дослідниками з даної проблематики є Н. Рєзнікова, А. Слободяник, К.Бойко, П.Соколова, О.Шпичак, Г.Шевченко та інші. Вагомість хеджування в спекулятивних операціях на біржовому ринку в сучасних умовах господарювання визначає актуальність даного дослідження.

Основний матеріал. Біржова спекуляція (від лат. Speculation – споглядання) розглядається як спроба отримати прибуток за рахунок благо сприятливих цінових умов на ринку; це спроба та бажання спрогнозувати локальні мінімуми та максимуми. Це «душа біржі». Хеджування (від англ. hedge – огороджувати) – страхування ризиків можливих збитків від неблага сприятливої зміни цін на ринку.

Біржовою спекуляцією займаються, як правило, середні чи приватні інвестори, для яких ризик – це дуже потужна можливість заробити. Щодо хеджування – це підприємства, організації, учасники ринку реальних товарів (виробники, торговці та ін.), для яких ризик – це завдання/питання, яке потрібно вирішити.

За характером або рисами поведінки на ринку спекулянт та хедер – це повна протилежність, але без взаємодії яких неможливо досягнути головної мети. Кожен з них використовує певні фінансові інструменти (наприклад, ф'ючерси) та застосовує для прогнозу певні показники (наприклад, динаміка цін на ринку), мета аналізу яких на біржовому ринку єдина.

Здійснення операцій хеджування на підприємстві є важливим елементом управління підприємством. Адже призводить до того, що для суб'єкта господарювання зникає ризик зміни курсів, що дає можливість планувати, прогнозувати та управляти діяльністю, формувати достовірний фінансовий результат, не спотворений змінами цін, курсовими коливаннями тощо [2].

Вважаємо, що вдалий спекулянт повинен: по-перше, обов'язково не втрачати впевненості щодо здійснення ризикових біржових операцій; по-друге, грамотно керувати ризиками – хеджувати кожен свій крок.

Отже, в сучасних умовах операції хеджування виконують в економічній системі важливу функцію, дозволяючи суб'єктам господарювання здійснювати прогнозування, планування та управління діяльністю з метою мінімізації або уникнення наслідків ризиків для отримання стабільного доходу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Хеджування знижує ризик збитків спекулянтів, що забезпечує виконання основної ролі хеджування в спекулятивних операціях на біржовому ринку. Тобто, кожен учасник біржової торгівлі виконує свою діяльність за багатьма направленнями, використовуючи певні торгові інструменти та всі види ф'ючерсних контрактів, опціонів та їх комбінацій. При цьому відбувається біржове страхування від зміни цін. В цьому сенсі хеджуванням займаються також і біржові спекулянти. Хеджування застосовується з метою забезпечення отримання додаткового прибутку від біржових операцій, вчасності спекулятивних, а сама біржова спекуляція перетворюється в форму хеджування.

Список використаних джерел:

1. Берлач А.І. Організаційно-правові основи біржової діяльності / А.І. Берлач, Н.А. Берлач, Ю.В. Ілларіонов. – К.: Фенікс, 2000. – 336 с.
2. Ксендзук В.В. Ооперації хеджування в бухгалтерському обліку: порівняльний та історичний аспект / В. В. Ксендзук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2012. – Вип. 3 (24). – Режим доступу: http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/38742/39337.
3. Слободяник А. М. Оцінка та аналіз інструментів хеджування з урахуванням специфіки аграрного ринку / А. М. Слободяник, Л. В. Тарасович // Наукові праці МАУП. Сер. Економічні науки. – 2017. – Вип. 22. – С. 46–54.

ФУНКЦІЇ СПЕКУЛЯНТІВ ТА ЇХ РОЛЬ НА БІРЖОВОМУ ФОНДОВОМУ РИНКУ

А.В. Тригубченко, студент
науковий керівник:
А.М. Слободяник к.е.н., ст. викладач
НУБІП України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Спекулянти – учасники біржової торгівлі, які мають на меті отримання прибутку завдяки часовій різниці в ціні купівлі та продажу певного активу. Вони бажають купити дешевше, щоб потім продати якомога дорожче, або ж навпаки спочатку продати дорого, а пізніше купити те саме благо вже по нижчій ціні, якщо мова йде про ф'ючерсну торгівлю.

Дослідженням питання біржової торгівлі займаються такі вітчизняні дослідники: К.Бойко, Ю.Воробйов Н. Рєзнікова, В.Крамаренко, П.Соколова, А. Слободяник, Б.Холод, О.Шпичак, Г.Шевченко та інші [1].

Основний матеріал. Насправді, трейдери-спекулянти виконують ряд важливих функцій на фондовому ринку, які на перший погляд здаються зовсім непомітними. До основних функцій можна віднести:

— перерозподіл коштів між учасниками торгівлі;
— забезпечення ліквідності ринку;
— взяття на себе цінових ризиків;
— залучення капіталу в економіку.

Перерозподіл коштів між учасниками біржової торгівлі відбувається завдяки спекулятивним операціям. Оскільки на ринку завжди присутні дві протидіючі сили: бики (ті, хто грають на підвищення ціни) та ведмеді (ті, хто грають на пониження ціни), то кошти завжди переходять від одних до інших, в залежності від того, хто з них правильно спрогнозував майбутню реакцію ринкових цін на фундаментальні або технічні фактори.

Забезпечення ліквідності ринку – не менш важлива функція спекулянтів. Об'єми торгів найкраще відображають рівень ліквідності того чи іншого ринку, для фондового це є необхідною умовою успішного функціонування. Саме спекулятивні операції, здійснювані на ринку, і створюють достатній торгівельний об'єм, що приваблює нових учасників долучатись до рядів трейдерів даного торгового майданчика, адже вони бачать і розуміють, що достатня кількість учасників вже на ньому присутні, отже ринок ліквідний і можливість укласти угоду та ймовірність отримати прибуток явно висока [1, с. 74].

Страхування цінових ризиків дуже важливе для торгівця, насамперед постачальника товару, через те, що ринок має такі специфічні характеристики, як невизначеність і волатильність, а продукція в свою чергу наділена своїми певними характеристиками в залежності від галузі або типу, котрі сприяють ризикам втрати прибутку або створенню значного коливання цін. Наприклад, такою характеристикою є погодні умови для сільськогосподарської продукції. Саме спекулянти готові брати на себе ризики і купувати той чи інший товар, адже вони досконало аналізують ринок і, оперуючи зібраною інформацією, сподіваються перепродати його дорожче для отримання прибутку.

Фондовий ринок є одним з механізмів, який найкраще відображає загальну економічну ситуацію в регіоні, країні чи світі загалом. А спекулянти завдяки своєму великому бажанню заробити гроші на коливаннях цін певних активів залучають свій капітал для здійснення торгівельних операцій, чим і стимулюють не тільки привабливість і ліквідність фондового ринку окремо, але й розвиток економіки в цілому [2; 3].

Звісно, присутній і негативних відтінок у спекулятивній діяльності, і в меншій мірі, зокрема це проявляється в розповсюдженні інсайдерської інформації, маніпулюванні

цінами, навіть на короткий термін (наприклад, якщо це фінансовий інститут) або створенні фінансових бульбашок.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Не дивлячись на те, що спекуляція виконує ряд корисних функцій як для біржового фондового ринку, так і для економіки в цілому, не слід забувати, що завжди присутня і зворотня сторона. Але завдяки досконалому вивченню ринкового механізму, ретельному дослідженню впливу різноманітних факторів та зваженій оцінці поточної ситуації дійсно можна впевнитись в необхідності спекуляцій та їх вкрай важливому впливу на ринковий процес.

Список використаних джерел:

1. Біржова діяльність : навч. посіб. [для студ. вищих навч. закл.]. / В.І. Крамаренко, Б.І. Холод, Ю.Н. Воробйов та ін. ; за ред. В.І. Крамаренко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 345 с.
2. Біржова діяльність у підприємництві України : навч. посіб. – К. : Вид-во Національний аграрний ун-т, 2000. – 182 с.
3. Біржове право [Електронний ресурс] : навч. посіб. – Режим доступу: http://readbookz.com/book/169/5221.html.

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ДП «ЖИТОМИРСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

О. С. Бучко , магістрантка
науковий керівник:
А. М. Зелінська, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. У сучасному менеджменті все більшого значення набуває питання мотивації системи персоналу. Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх факторів. Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства.

Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки. Орієнтація працівників на досягнення цілей організації, по суті, є головним завданням керівництва персоналом. При ефективній організаційній структурі, сучасному устаткуванні (оргтехніці, засобах збору й обробки інформації), але без мотивації праці працівників підприємству домогтися бажаних результатів неможливо: члени трудового колективу не будуть справлятися зі своїми службовими обов’язками. Низький рівень мотивації праці не сприяє зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці. У сучасних умовах проблемою мотивації є недосконалість мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на вдосконалення мотивації персоналу, а також те, що на підприємствах не приділяють належної уваги мотивації [1, с.86-91].

Проблеми мотивації персоналу цікавили вчених протягом усієї історії економічної науки. Питаннями мотивації праці займалися як закордонні, так і вітчизняні автори, зокрема: А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, П. Армстронг, А. Кібанов, І. Баткаєва, О. Мітрофанова, М. Ловчева, Ф. Херцберг, Б. Моснер, Б. Снідерман та інші [2, с. 108–112].

Основний матеріал.Проведені дослідження довели, що останнім часом велика увага приділяється значенню мотивації персоналу підприємства. В сучасних умовах ця проблема постає все гостріше, адже добре продумана і організована система мотивації персоналу підприємства є ефективним інструментом як для залучення нового персоналу, так і стабілізації робочих місць. Для керівництва ДП «Житомирське лісове господарство» в першу чергу слід звернути увагу на утримання вже працюючого персоналу, тому що це є найбільш ефективним і найменш витратним.

Мотивування являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її. Мотивація праці являє собою прагнення працівника задовольнити свої потреби; в загальному розумінні – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які зумовлюють людину до трудової діяльності і надають їй цілеспрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей [3, с. 337].

Як правило, керівники підприємств використовують систему стимулів, які мають короткочасний вплив на працівника і забезпечують нетривалий ефект, потрібно впровади довгострокові, постійні стимули, які удосконалюватимуться з часом, щоб персонал був зацікавлений в роботі.

У більшості випадків працівники самі обирають ті причини, які спонукають їх працювати. Вони визначають свої потреби, мотиви, побажання щодо посад і організації робочих місць. Через це дуже важко знайти до кожного працівника правильний підхід і визначити індивідуальну ефективну систему мотивації персоналу в організації. Важливо зазначити, що матеріальна мотивація дещо поступається нематеріальній. Працівники вважають наявність матеріальної мотивації як таке, що повинно бути і звертають все більшу увагу на додаткові бонуси, які пропонує керівництво підприємства.

Велике значення в роботі персоналу відіграють умови праці, потрібно як на мою думку їх оновити, для офісних працівників оновити меблі, комп'ютери, для майстрів лісу замінити старі засоби праці на нові. Іде час і технології змінюються, для майстрів лісу введені нові технології за допомогою яких набагато легше контролювати ріст рослин та запобігати крадіжкам лісу.

Система мотивації управлінського персоналу підприємства повинна відповідати таким принципам:

– гнучкості – здатність до оперативного реагування на зміну зовнішніх і внутрішніх умов функціонування;

– системності – повне відображення індивідуального вкладу людини в досягнення кінцевих результатів підприємства через ланцюги «людина-посада-робота» і «особа-група-колектив»;

– відповідності – встановлення такого рівня мотивації персоналу, який відповідає кількості, якості та вагомості затраченої праці;

– структурованості – характеризує поділ заробітної плати на частини, кожна з яких є відображенням особистого вкладу працівника в досягнення поточних, кінцевих і віддалених результатів діяльності підприємства;

– відкритості системи мотивації персоналу – прозорість та інформаційна доступність для кожного працівника [4, с. 374].

Потреби постійно змінюються, тому не можна розраховувати, що мотивація, яка спрацювала один раз, знову буде ефективною. З розвитком особистості розширюються і можливості, потреби у самовираженні. Таким чином, процес мотивації шляхом задоволення потреб безкінечний.

Результати дослідження доводять, що система мотивації персоналу ДП «Житомирське лісове господарство» не є досконалою. Найбільш поширеними проблемами є:

1) фахівці одного рівня в різних підрозділах одержують неоднакову заробітну плату;

2) неоднакова заробітна плата співробітників одного рівня, що прийняті на роботу в різний час;

3) керівництво підприємства зацікавлене сплачувати своїм співробітникам лише мінімальні ставки (ставки, що відповідають розміру мінімальної заробітної плати згідно з чинним законодавством);

4) не досконалі умови праці;

5) не досконалі засоби праці. Такі проблеми гальмують розвиток підприємства, тоді як система управління персоналу повинна сприяти поліпшенню результатів діяльності підприємства шляхом спрямування зусиль персоналу на досягнення його цілей.

Основними методами мотивування персоналу в сучасних умовах є:

– грошові виплати за виконання поставлених цілей.

– покарання – це недопущення дій з боку працівника, які можуть принести шкоду фірмі.

– соціальна політика пов'язана з наданням працівникам додаткових пільг, послуг і виплат соціального характеру.

– нематеріальні стимули (винагороди-вдячності, письмова подяка керівництва та навіть компліменти).

– професійне навчання – можливість розвитку особистісних якостей і отримання спеціальних знань, які відкривають широкі перспективи.

– кар'єрне зростання – стимул працювати старанно, виконувати свої обов'язки якісно та оперативно.

– зворотній зв'язок, який можна забезпечити за допомогою внутрішньої пошти або внутрішнього сайту компанії, організувавши для цього спеціальну рубрику.

Висновки. На ДП «Житомирське лісове господарство» працює достатня кількість працівників, які і забезпечують потребу підприємства в персоналі щодо різних кваліфікацій та спеціальностей з різним рівнем освіти. Для ефективного здійснення функцій управління персоналом необхідно проводити оцінку та аналіз персоналу.

Адміністрації варто звернути свою увагу на рівень підготовки спеціалістів та робітників; навчати персонал з урахуванням виробничих потреб; зайнятися якісною розстановкою персоналу на підприємстві, змінити умови та засоби праці, оскільки це забезпечить більший рівень прибутковості.

Отже, які б прекрасні не були ідеї, інноваційні технології, найсприятливіші зовнішні умови, без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності роботи досягнути неможливо. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим чинником конкурентоспроможності та стійкого функціонування підприємства. Сучасний керівник повинен враховувати всі фактори, щоб забезпечити успішну роботу підприємства. При формуванні оптимальної системи мотивації сучасним керівникам підприємств необхідно використовувати класичні теорії мотивації і враховувати менталітет народу.

Список використаної літератури:

1. Гривківська О. В. Мотивація персоналу в зарубіжних компаніях / О.В. Гривківська // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №9.- С.86-91.

2. Горбань В. Б. Використання мотиваційного потенціалу підприємства для формування дієвої системи мотивації працівників / В. Б. Горбань // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 10. – С. 108–112.

3. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот. –К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.

4. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: [навч. посіб.] / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 374 с. – Режим доступу: http://library.if.ua/books/104.html.

СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

М. А. Бондар, магістрант
науковий керівник:
І. І. Кравчук, д.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Сучасні вимоги до роботи з персоналом обумовлюють підвищення ролі кадрових служб у використанні творчого потенціалу особистості кожного працівника, перетворення їх в науково-практичні центри активізації людського фактора. Виходячи з цього особливо актуальною видається розробка нового науково-практичного спрямування – ос нові кадрового менеджменту, що забезпечує комплексний підхід до вирішення проблем оптимального використання персоналу в різних галузях виробництва.

Дослідження щодо вдосконалення управління персоналом проводив автор В. Н. Косик. Автор В. Домюк у своїх статтях звертає увагу на роль і місце персоналу в процесі управління підприємством, розглядає різні підходи до процесу управління персоналом. Дослідження з питань організації праці і управління персоналом успішно проводили П.М. Керженцев, П. О. Попов, О. А. Єрманський, О. Ф. Розмирович, М.А. Вітке та ін.

Також існує ряд вчених, які велику увагу приділяють управлінню персоналом – це Д. Ангелін, Десслер Гарі, А.П. Єгошин, що розробляють підходи до управління персоналом, розробляють методи та досліджують їх застосування на практиці.

Основний матеріал. Будь який менеджмент повинен управляти не тільки процесом господарювання на підприємстві, але також повинен вміти управляти людьми, а саме потреби співробітників повинні бути задоволені, таким чином успіх фірми буде гарантований. У підсумку керівник є провідною ланкою в організації, так як йому необхідно мати навик і знання в напрямку і стимулюванні діяльності своїх кадрів в реалізації завдань і цілей підприємства. А також керівнику необхідно створювати сприятливі і безконфліктні відносини в колективі, які будуть позитивно позначатися на робочому процесі підприємства.

Кадровий менеджмент отримав велике поширення і розвиток і постає на ринку вакансій однією з найважливіших професій, завдяки якій підприємство починає успішно функціонувати і розвиватися в умовах ринкових відносин і швидко змінного навколишнього середовища. Іноді ми можемо помітити, що при мінімальних економічних вкладеннях підприємства в актив і при максимальному використанні людських ресурсів та інновацій можна отримати більше вигоди і отримати перевагу в конкурентній бреде.

Кадровий менеджмент випливає з системи кадрових служб, які є основою кадрової політики. Завдяки кадровій політиці є можливість створити, а в подальшому розвинути потенціал, який був накопичений в минулому, використовується зараз і буде накопичуватися в майбутньому для вирішення як поточних, так і довгострокових завдань підприємств і організацій.

Так як основна увага приділяється людському фактору на виробництві, то і результати діяльності підприємства повинні оцінюватися за тим принципом, де рівень задоволеності замовника, суспільства і робочого персоналу максимальний, таким чином, якість життя людей є показником ефективності роботи організації.

Відбір і підбір персоналу на підприємстві є основним критерієм ефективного використання людських ресурсів. Якщо допустити помилку в підборі кадрів на робоче місце відповідно до його компетенції, то це може спричинити за собою цілий ряд небажаних і негативних наслідків, які будуть відображатися на роботі і організації фірми. Надалі це може привести до переміщення співробітника на іншу посаду, а часом і до звільнення. Велика плинність кадрів підриває процес розвитку підприємства в

прискореному прогресивному темпі. Важливим інструментом і механізмом роботи з персоналом є кадрове планування, яке, в свою чергу, є одним з ключових чинників розвитку організації в ринкових відносинах. Але потрібно не тільки навчати персонал і шукати високопрофесійних співробітників для своєї фірми, але необхідно також удосконалювати систему стимулів і мотивацій співробітників до праці, так як мало хто буде працювати на підприємстві ефективно за «ідею», хоча в історії розвитку підприємств такі факти були. Прогрес підприємства залежить також від керівника організації, який з повагою ставиться до своїх співробітників, дорожить ними, налагоджує контакт серед підлеглих, не створює постійних конфліктних ситуацій, а згладжує їх і заохочує за добре виконану роботу.

При ефективній роботі організації важливо вміти планувати, розподіляти, формувати і раціонально перерозподіляти людський капітал в виробничому процесі. Треба розуміти, як правильно розпоряджатися людськими ресурсами, оскільки кадри і їхній потенціал можуть виступати як об'єктом управління, так і суб'єктом. У цьому моменті можна простежити специфіку і особливість управління кадрами.

Треба відзначити, що фахівці з кадрів повинні мати певну систематичну базу знань в області права, психології і соціології, щоб вміти аналізувати людський потенціал і виявляти висококваліфіковану особистість для свого підприємства.

Головне завдання сучасного кадрового менеджменту – це вміння правильно і організовано працювати з людьми, оцінювати їх здатності і відбирати на відповідні посади. Однією з основних завдань кадрового менеджменту є застосування заходів, які повинні зацікавлювати співробітників в подальшому їхньому просуванні, як в професійному плані, так і в саморозвитку. Стратегії та заходи, розроблені менеджерами по кадрам повинні відповідати цілям і завданням організації.

Необхідно відмітити, що намітилася тенденція до залучення працівників підприємства до управління, це пов’язано з тим, що кожен «маленький» робітник на своєму окремому місці не лише добре виконує завдання, але чітко визначає проблеми та може запропонувати шляхи вирішення складних ситуацій. Нажаль минулі методи керування ігнорували не лише інтереси працівників, а також не дозволяли прислуховуватися серйозно до ініціативи з низу, що значно зменшувало ефективність прийняття рішень та роботи підприємства в цілому. В сучасних умовах, коли людський капітал відіграє основну роль в господарському процесі, необхідно максимально прислуховуватися до думок всіх працівників. Вже не лише висококваліфіковані кадри – запорука успіху фірми, а також можливість працівника внести свій часток думок в загальну стратегію розвитку призводять не лише до позитивного результату, а дають змогу виграти підвищену конкурентну боротьби між суб’єктами господарювання. Застарілі завдання кадрового менеджменту направлені на пошуки висококваліфікованих працівників та збереження стабільності на внутрішньо фірмовому ринку праці призводять до витрачанню значних ресурсів у вигляді грошових премій, винагород, затрат людино-годин кадрової служби на утримання працівників, їх стимулювання, заохочування, дуже часто призводять до конфліктних ситуацій.

Особливий вплив кадрової політики, а значить, і пріоритетне завдання кадрового менеджменту полягає в можливості виключити з системи практику призначення посадових осіб, засновану на особистій відданості і зацікавленості, так як на перший погляд це є потужним фактором для створення згуртованої команди (цей факт ніяк не можна заперечувати), але в подальшому перетворюється в джерело корупції і джерело зловживань, де панує кругова порука і заступництво групових інтересів.

Висновки та пропозиції. Проаналізувавши все вищесказане, можна зробити висновок, що кадровий менеджмент в даний час є невід’ємною частиною кожної організації. У кожен період розвитку підприємства кадрові менеджменти вирішують ряд завдань щодо поліпшення кадрового складу та ефективному використанню людських ресурсів. Менеджер по кадрам проходить кілька етапів по формуванню структури

організації та особистісного складу працівників. Кваліфіковані менеджери – це основні творці корпоративної культури організації, тобто це ті люди, які налагоджують внутрішню атмосферу підприємства, створюють цілісність всієї роботи і структурують її.

Список використаної літератури:

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: навч. посіб. / Л.В. Балабанова – К.:: Професіонал, 2016. – 511 с.
2. Грішнова О.А. Людський капітал / О. А. Грішнова. – К.: «Знання», 2014. – 214 с.
3. Коломієць В.М. Вибір стратегії розвитку конкурентоспроможності персоналу підприємства / В.М. Коломієць // Економіка та держава. – 2013. – № 6. – С. 54-56.
4. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот. – К.: Вид-во КНТЕУ. – 2012. – 337 с.
5. Царенко О.М., Мельник С.І., Михайлова Л.І., Турчіна С.Г. Кадрове забезпечення. – Суми: Козацький вал. –2013.- 97 с.

КОНФЛІКТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ ВИРІШЕННЯ

Н.А. Гончарук
студентка ОКР «Молодший спеціаліст»
науковий керівник:
О.В. Свирида, викладач
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Процес керівництва будь-якою організацією часто супроводжується конфліктами між окремими виконавцями та в колективах, а також стресами у працівників. Конфлікти, різні за значимістю та наслідками; супроводжують будь-яку трудову діяльність. Деякі з них розв'язуються миттєво, деякі стають затяжними та небезпечними, інші вимагають стороннього втручання. Менеджер повинен володіти знаннями щодо сутності, особливостей перебігу та можливих наслідків конфліктів і стресів та вміти усувати їх негативний вплив.

Конфлікти виникають в процесі взаємодії, спілкування осіб між собою, тому вони існують стільки, скільки існує людина. Але загальноприйнятої теорії конфліктів, яка б пояснювала їх природу, вплив на розвиток колективів, суспільства не існує, хоча є достатньо досліджень з питань виникнення, функціонування і управління ними. В деяких дослідженнях першим розробником теорії конфліктів визначається Геракліт, зустрічаються посилання на Сократа і Платона, звертаються до Гегеля і його вчення про протиріччя і боротьбу протилежностей. В ранніх працях по управлінню конфлікти розглядалися як негативні явища.

Початок сучасним теоріям конфлікту поклали дослідження ряду німецьких, австрійських і американських соціологів, які були оприлюднені на початку на початку 20 століття: Г.Зіммеля, Л.Гумпловича, Д.Смоллі, У.Самнера. Так, Г.Зіммель розглядав конфлікти як неминуче явище в суспільному житті, яке витікає із якостей людської природи і притаманній інстинкту агресивності особистості.

Основний матеріал. Конфлікт (лат. conflictus – зіткнення, незгода) – це відсутність порозуміння між двома чи більше суб'єктами, зіткнення протилежних сторін, які можуть бути конкретними особами або групами працівників, а також внутрішній дискомфорт однієї особи. У процесі конфлікту кожен суб'єкт нав'язує свою точку зору, думки, гостру суперечку та перешкоджає іншому суб'єкту чинити само. Вивчення літературних джерел дозволяє виділити основні причини конфліктів, а саме: розподіл ресурсів; взаємозалежність завдань; відмінності у планах сторін; несхожість цілей; відмінності в уявленнях про певну конкретну ситуацію; різне розуміння та сприйняття цінностей; відмінності у манері поведінки; неправдива інформація; незадовільні комунікації; відмінності у життєвому досвіді; різка зміна подій; демонстрування негативних особистих якостей (недовіра, підозрілість, пихатість, ненависть) тощо. [1, с.327]

Коли люди думають про конфлікт, вони найчастіше асоціюють його з агресією, погрозами, суперечками, ворожістю, і так далі. В результаті існує думка, що конфлікт – явище завжди небажане, що його необхідно, по можливості уникати і що його слід негайно вирішувати, як тільки він виникне. Таке відношення чітко простежується в працях авторів, що належать до школи наукового управління, адміністративній школі і розділяючи концепцію бюрократії по Веберу.[2, с.143]

Автори, що належать до школи “людських відносин”, теж були схильні вважати, що конфлікту можна і необхідно уникати. Вони визнавали можливість появи суперечностей між цілями окремої особи і цілями організації в цілому, між лінійним і штабним персоналом, між повноваженнями і можливостями однієї особи і між різними групами керівників. Проте вони звичайно розглядали конфлікт як ознаку неефективної

діяльності організації і поганого управління. На їх думку, гарні взаємини і стосунки в організації можуть запобігти виникненню конфлікту.

Для попередження конфліктів перш за все варто попереджати заздалегідь ті їх причини, які б могли не виникнути. Основними причинами конфлікту є обмеженість ресурсів, які потрібно ділити, взаємозалежність завдань, відмінності в цілях, відмінності в уявленнях і цінностях, відмінності в манері поведінки, в рівні освіти, а також погані комунікації.

Є п'ять стилів вирішення конфліктів. Ухилення являє собою відхід від конфлікту. Згладжування – така поведінка, неначе немає причин гарячкувати. Примушення – застосування законної влади або тиску з метою нав'язати свою точку зору. Компроміс – поступка до деякої міри іншій точці зору; є ефективною мірою, але може не призвести до оптимального рішення. Рішення проблеми – стиль, якому віддається перевага в ситуаціях, які вимагають різноманітність думок і даних, характеризується відкритим визнанням різниці в поглядах і зіткнення цих поглядів для того, щоб знайти прийнятне рішення.

Таким чином, в складних ситуаціях, де різноманітність підходів і точна інформація є істотною для ухвалення здорового рішення, появу конфліктуючих думок треба навіть заохочувати і управляти ситуацією, використовуючи стиль рішення проблеми. Інші стилі теж можуть з успіхом обмежувати або запобігати конфліктним ситуаціям, але вони навряд чи приведуть до оптимального рішення питання, тому що не всі точки зору були вивчені однаково ретельно. З досліджень відомо, що високоефективні компанії в конфліктних ситуаціях користувалися стилем рішення проблем більше, ніж малоефективні компанії. У цих високоефективних організаціях керівники відкрито обговорювали свої розбіжності в поглядах, не підкреслюючи розбіжностей, але і не вдаючи, що їх зовсім не існує. Вони шукали рішення поки не знаходили його. Вони також прагнули запобігти або зменшити назрівання конфлікту, концентруючи реальні повноваження ухвалювати рішення в тих підрозділах і рівнях управлінської ієрархії, де зосереджені найбільші значення і інформація про чинники, що впливають на рішення.

Як повинен реагувати керівник.

Ще до розмови зі співробітником йому треба дати зрозуміти, що конфлікт — це не те, що обов’язково зачіпає честь і гідність його учасників, конфлікт — це частина життя і його цілком можливо вирішити. Співробітник повинен відчувати вашу готовність допомогти. В процесі подальшої розмови необхідно звернути увагу на ряд моментів:

- треба показати співробітнику, що він вам цікавий, що до його проблем ви ставитеся серйозно;
- дати йому зрозуміти, що його проблема не вийде з приміщення, в якому відбувається бесіда;
- покажіть, що його проблема розглядається не як його провина;
- дати висловитися і вислухати; перебити — значить продемонструвати нетерпіння та неповагу;
- задавати запитання, котрі допоможуть (можливо, і йому в тому числі) чітко побачити проблему. [3, с.178]

Висновок. Таким чином вирішення конфліктної ситуації в установі залежить від мудрого керівництва (менеджера) його вміння вирішувати та зменшувати наслідки конфлікту і в цьому питанні українським компаніям потрібно переймати досвід у зарубіжних організацій.

Список використаної літератури:

1. Кабанов А.Я. Управління персоналом організації. – Львів: Новий світ, 2002. – 435 с.
2. Кузнецов І.О. Основи менеджменту. Навчальний посібник / І.О.Кузнецов, А.В.Горбатенко. – Одеса: Атлант, 2012. – 212 с.
3. Ленд П.Е. Менеджмент – мистецтво управляти. – К.: Либідь, 2005. – 284 с.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТОВ «РОШЕН-ПОЛІССЯ»

С. О. Гуменюк, магістрант
науковий керівник:
В. І. Ткачук, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Управління персоналом – це одна з основних складових частин управління економікою, що розглядається через призму досягнення стратегічних цілей підприємства і оптимізації його основних оперативних процесів. Сучасний етап розвитку економічної системи в Україні характеризується низькою ефективністю використання праці. З огляду на це виникає нагальна потреба в підвищенні ефективності управління персоналом на рівні кожного підприємства в усіх галузях національного господарства.

Підвищення ефективності праці безпосередньо пов'язане з головною метою суспільства – забезпечення економічного зростання, яке визначається збільшенням валового національного продукту як у цілому, так і на душу населення.

Проблеми ефективного використання персоналу привертають увагу науковців і практиків. Значний внесок у їх розробку зробили такі відомі вчені-економісти: Д. П. Богиня, О. А. Бугуцький, І. Ф. Гнибіденко, О. А. Грішнова [1], С. І. Дорогунцов, М. С. Доронина [2], А. М. Колот, Ю. М. Краснов, Г. І. Купалова, Е. М. Лібанова, С. І. Пирожков, М. П. Поліщук, В. К. Терещенко, Л. М. Черенько, А. А. Чухно та інші. Однак питання організації, нормування, використання персоналу в сучасних нестабільних економічних умовах, формування соціально орієнтованого ринку праці, формування багатоукладної економіки, зміни структури і соціальних статусів зайнятості вивчені недостатньо.

Основний матеріал. Використання персоналу – це комплекс заходів, спрямованих на забезпечення умов для ефективної реалізації творчого, фізичного і трудового потенціалу працівників. Вищевказаний комплекс заходів повинен відповідати цілям організації, не ігнорувати інтереси працівників і дотримуватись трудового законодавства. Раціональне використання персоналу має забезпечити: оптимальну зайнятість працівників, стабільне та рівномірне їх завантаження протягом робочого періоду (дня, тижня, місяця); відповідність трудового потенціалу працівників вимогам посади, спеціальності, кваліфікації, робочого місця; періодичну зміну одного робочого місця на інше з метою забезпечення різноманітності виконуваних робіт і можливості гнучкого маневрування в процесі виробництва; максимальну можливість виконання на робочому місці різних операцій, чергуючи навантаження різних груп м'язів, концентрації уваги, нервових напружень працівника.

Ефективність використання персоналу визначається великою кількістю різноманітних і взаємодоповнювальних показників, які відображають результати праці і застосовуються в господарському механізмі ринкової економіки. Найбільш поширеним показником ефективності трудової діяльності є продуктивність праці. Це показник її результативності, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг до кількості праці, витраченої на виробництво цього обсягу. Вчені-економісти найчастіше виділяють такі методи обчислення продуктивності праці: вартісний, натуральний і трудовий. В роботі [3, с.36] запропоновано систему показників до кожного із вищезазначених методів обчислення. Відповідно до запропонованих методів оцінки ефективності використання персоналу, нами проведено розрахунки продуктивності праці на рівні підприємства за 3 групами показників: 1) за чисельністю працівників; 2) за відпрацьованим фондом робочого часу; 3) витратами роботодавця на робочу силу, зокрема фондом оплати праці.

Використовуючи первинну звітність Товариства з обмеженою відповідальністю «Рошен-Полісся» за 3 останні господарські роки проаналізовано систему його трудових показників, і зокрема ефективність використання персоналу (табл.).

Таблиця 1

Динаміка ефективності використання персоналу ТОВ «Рошен-Полісся»

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р., %
Облікова кількість штатних працівників (на 31.12), осіб	100	92	95	95,0
Прийнято працівників, осіб	26	35	31	119,2
Вибуло працівників, осіб	39	43	28	71,8
I. Продуктивність праці за чисельністю працівників				
Отримано на одного штатного працівника: – чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, тис. грн.	1127,1	1406,9	1586,4	140,7
– валового прибутку, тис. грн.	201,3	239,5	260,4	129,4
– чистого прибутку, тис. грн.	25,3	31,8	34,7	137,1
Середньорічний темп росту продуктивності праці до попереднього року, %	108,4	124,8	112,7	>на 10,3відн. Пунктів
II. Продуктивність праці за фондом робочого часу				
Отримано на одну люд.-год. відпрацьованого фонду робочого часу: – чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, тис. грн.	15,7	14,6	14,9	94,9
– валового прибутку, тис. грн.	2,8	2,5	2,4	87,3
– чистого прибутку, грн.	352,17	330,59	325,81	92,5
Фонд відпрацьованого робочого часу одного штатного працівника, люд.-год.	1953	1901	1912	97,9
Коефіцієнт використання персоналу, %	108,0	105,1	105,7	<на 2,1 відн. Пунктів
III. Продуктивність праці за фондом оплати праці				
Отримано на 1 грн. фонду оплати праці: – чистого доходу (виручки) від реалізації продукції, грн.	686,8	884,8	977,9	142,4
– валового прибутку, грн.	122,6	150,6	160,5	130,9
– чистого прибутку, грн.	15,4	20,0	21,4	138,7
Середньорічний фонд оплати праці одного працівника, тис. грн.	71,8	96,2	106,5	148,3
Середньорічний темп росту оплати праці до попереднього року, %	112,5	134,0	110,7	>на 1,8 відн. Пунктів
Співвідношення темпів росту продуктивності праці до її оплати	0,96	0,93	1,02	>на 0,06 відн. Пунктів
Частка оплати праці в структурі операційних витрат, %	42,8	47,6	49,2	>на 6,4 відн. Пунктів

Джерело: розраховано автором за даними первинної звітності ТОВ «Рошен-Полісся»

Встановлено, що протягом 2014-2016 рр. вартісний показник продуктивності праці у розрахунку на одного працівника зріс на 40,75% і у 2016 році склав майже 1,6 млн. грн. виручки. Водночас отримані результати праці у розрахунку на 1 люд.-год. навпаки мали тенденцію до зменшення, що свідчить про високу інтенсивність використання трудового потенціалу підприємства. Це підтверджує досягнутий рівень коефіцієнта використання персоналу 105-108 %.

Продуктивність за фондом оплати праці протягом 2014-2016 рр. також мала значні темпи росту (більше 40 %). Слід відзначити значну матеріальну мотивацію персоналу до

високої продуктивності праці в ТОВ «Рошен-Полісся». На кінець 2016 року частка оплати праці в структурі операційних витрат досягла майже 50 %, в той час як у промисловості України цей показник займає 20-25 %, а у сільському господарстві 15-20 %. Слід звернути увагу на те, що темпи росту продуктивності праці перевищували темпи росту її оплати тільки у 2016 році.

Прибуткова, ефективна господарська діяльність та висока заробітна плата на підприємстві досягається стимулюванням персоналу до високо інтенсивної праці, навчання, підвищення його конкурентоздатності. Кадровий персонал постійно працює над питаннями підбору, найму, використання, мотивації та звільнення окремих груп працівників. Про це свідчать надзвичайно динамічні показники набору та звільнення працівників: щороку оновлюється третина штатного персоналу підприємства.

Висновки та пропозиції. Керівники і спеціалісти підприємств повинні розробляти і впроваджувати програми управління продуктивністю праці (УПП). Це частина більш широкого процесу управління підприємства, яка охоплює планування, організацію, керівництво, контроль і регулювання підвищення продуктивності праці. Сутність УПП полягає в тому, щоб досягати максимально можливого рівня її підвищення за наявних економічних умов. У своїй організації УПП виходить із таких положень: вироблення загального підходу до розуміння проблем результативності й продуктивності праці; розробки стратегічних програм росту продуктивності праці; розробки підходів до методів вимірювання та оцінки продуктивності праці; розробки методів контролю за підвищенням продуктивності праці; забезпечення організації планування та ефективного впровадження всіх елементів програми управління підвищенням продуктивності праці.

З урахуванням цих випадків повинна вибиратись і управлінська стратегія щодо забезпечення зростання продуктивності праці. Насамперед слід звернути увагу на те, як можна збільшити обсяги виробництва та реалізації продукції (робіт, товарів, послуг). Доцільно більш глибоко дослідити складові частини та структуру робочого часу персоналу; фонд оплати праці: основний, додатковий, заохочувальний; трудові процеси, норми та нормативи окремих груп працівників.

Зростання обсягів реалізації можна досягати за рахунок екстенсивних факторів шляхом збільшення виробничих ресурсів і робочої сили. Проте таке зростання не може бути нескінченним, оскільки кожне підприємство має обмежені можливості (певна чисельність робочої сили, землі, сировини, знарядь праці, енергетичних ресурсів, капіталу, ринків збуту) і в короткий термін не розширити їх. Слід відзначити, що продуктивність праці не обмежується названими вище факторами, великою мірою вона залежить від персоналу. Як суб'єкти трудової діяльності люди розглядаються під кутом зору біологічних, психологічних і соціальних властивостей (вік, стать, стан здоров’я, ініціативність тощо), які впливають на результати трудового процесу та ефективність.

Список використаної літератури:

1. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О. А. Грішнова. – К. : Знання, 2006. – 559 с.
2. Доронина М. С. Управление продуктивностью. / М. С. Доронина, Е. Г. Наумик, О. В. Соловьев. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2006. – 240 с.
3. КильницкаяЕ. С. МетодыопределенияпроизводительноститрудаиееоценкавсельскомхозяйствеУкраины / Е. С. Кильницкая // Aktual problems of economies of post-communist countries at current stage: Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University in 2014. – Tbilisi, 2014. – P. 35–39.

ОСОБЛИВІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Н. С. Дуб
студентка ОКР «Молодший спеціаліст»
науковий керівник:
Т. І. Герасимова, викладач
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Проблеми кадрового менеджменту є постійними, значущими для кожної людини, починаючи від первіснообщинного ладу до сьогодення.

В капіталістичну епоху, коли за працю необхідно було заплатити, для капіталістів було важливо аби більше людей працювали і їх турбувало питання яким чином можна це зробити, однак менше турбувало питання належної оплати. Відбувалось підпорядкування одних людей волі інших. Праця людей була організована і носила усвідомлений характер з моменту існування людства. З подальшою цивілізацією суспільства відбувались процеси удосконалення управління людьми.

Проблеми управління кадрового потенціалу досліджувались у працях провідних вітчизняних та зарубіжних вчених і науковців. Вивченю та дослідженю питань управління персоналом присвячено праці А. Я. Кибанова, В.В. Онікієнко, Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, А. М. Колот та інших [1, с.135].

Проте різносторонність даного питання в сучасних умовах динамічних перетворень потребує нових і додаткових досліджень та глибокого вивчення. Сьогодні важливою проблемою є особливий підхід до системи управління кадровим персоналом. У вирішенні цієї проблеми для всіх підприємств, організацій – комерційних і не комерційних, великих і малих при здійсненні їх діяльності значну роль відіграє управління людьми. Проблемним аспектом діяльності кожного підприємства є персонал так, як люди є його найважливішим компонентом.

Особливість системи управління, полягає в тому, що вона має забезпечити досягнення кінцевої мети виробничої діяльності – отримання прибутку підприємства і задоволення потреб в продукції, яку виготовляє певне підприємство [2, с. 86].

Основний матеріал. В сучасних умовах господарювання робота з кадрами є одним із основних обов’язків керівників тому, що із накопиченого досвіду результат діяльності підприємства залежить від якості формування кадрового потенціалу. Сьогодні не є новиною те, що конкурентоспроможність кожного підприємства в значній мірі залежить від персоналу. І тому підбір кадрів та управління персоналом – це одне із найперших завдань менеджменту.

При сучасному управлінні персоналом керівниками підприємств мають враховуватися такі критерії:

- вплив на діяльність підприємства внутрішніх чинників таких як: мета, завдання та мотивація виконання завдань, структура, психологічний клімат, наявні матеріальні і трудові ресурси тощо;
- вплив чинників зовнішнього середовища таких як: нормативно-законодавчі акти, кон'юнктура ринків, науково-технічний прогрес, політичні обставини, дії постачальників та споживачів тощо;
- взаємозалежність чинників внутрішнього і зовнішнього середовища.

В умовах ринкових відносин основу кадрового менеджменту становить посилення ролі особистості кожного працівника, вміння формувати свої здібності і працю відповідно до сучасних потреб. Організаційна структура кадрового менеджменту залежить від співвідношення повноважень, функцій, прав, обов'язків, відповідальності в процесі виробництва і реалізації продукції, оскільки від успішної роботи кадрового менеджменту підприємства залежить продуктивність праці персоналу.

Основними напрямами механізму кадрового менеджменту підприємств є правильний вибір в:

- підборі кадрів, адже для підбору кандидата необхідної «якості» у кожному конкретному випадку повинна бути вироблена тактика пошуку;
- відборі кадрів – це співбесіди: служба кадрового менеджменту, лінійний менеджер, керівник. При цьому має існувати чіткий поділ обов'язків: наприклад, особистісні якості оцінює менеджер з кадрів; професійні навички, крім лінійного менеджера, ніхто оцінити не може, а для того, щоб бути наставником і вміти оцінити роботу нового співробітника, керівник повинен бути навчений;
- розстановці кадрів так, як для забезпечення ефективної роботи персоналу необхідно створювати атмосферу конструктивної співпраці, щоб кожен член колективу був зацікавлений у найбільшій реалізації своїх здібностей;
- в переміщені кадрів – надати працівникам можливість найбільш повно застосовувати свої здібності та використовуючи здібності своїх працівників допомагати їм у просуванні по службі з метою випробування своїх сил;
- навчанні кадрів так, як в умовах ринкових відносин ефективність управління персоналом підприємства залежить від підбору та оптимальної розстановки кадрів. Підприємство має чітко визначати, кого і як треба навчати. А навчати, по суті, треба кожного працівника, яку б посаду він не обіймав;
- підвищенні кваліфікації кадрів для підтримки знань на рівні вимог сучасності та вивчення останніх досягнень в області, якою займається фахівець, так як недотримання цієї вимоги призводить до старіння отриманих знань в минулому.

Таким чином, кадровий менеджмент стає основою для все більш ефективного використання трудових ресурсів підприємства – одного з найважливіших джерел процвітання будь-якого підприємства. Однак, сьогодні не всі підприємства мають досвідченого менеджера, а мати менеджера — це мати надію на завтрашній прибуток.

Крім того, сьогодні не останнє місце займає етика бізнесу, за якою менеджмент повинен радити, а ще мати думку професійного характеру у випадку, якщо працівник здійснив грубе порушення правил, закріплених правилами підприємства чи законодавством. Саме від кадрового менеджменту та професійного управління кадровим персоналом залежить робота всього підприємства.

Як казав свого часу Роберт Саттон: «Здебільшого співробітники йдуть від начальників, а не з компаній» [3].

Тому чи буде підприємство з великої кількості персоналу, де всі ладнають одне з одним чи буде невелике підприємство, де є проблеми, управління персоналом має бути завжди на належному рівні. «Одна з проблем – це кількість рівнів управління знизу до верху. Чим цих рівнів більше, тим краще ви ізольовані від ринку. Товстий шар глазурі, що прикрашає верх багатьох корпорацій все далі віддаляється від прісних реальностей, що лежать в основі пирога. Рівні управління грають роль фільтрів поганих новин, поставляючи наверх тільки хорошу інформацію. І якщо справи починають йти погано,

генеральний директор корпорації дізнається про це останнім» Джек Траут [4].

Висновок. Отже, для ефективного управління кадровим потенціалом підприємств необхідно систематично удосконалювати формування нової системи роботи з кадрами, потрібна нова кадрова політика і впроваджувати її повинні професіонали, які б оцінювали людські ресурси, як ключ до ефективності підприємства. Настав час офіційного визнання безперервної професійної освіти кадрового персоналу підприємства.

Список використаної літератури:

1. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: Учебник / А. Я. Кибанов. – М.: Инфра-М, 2005.– 638 с

2. Манів З. О. Економіка підприємства: Навч. пос. для студ. / З. О. Манів, І. М. Луцький – Київ: «Знання», 2006 – 580 с.

3. Роберт Саттон. Бизнес цитаты [Електронний ресурс] – Режим доступу http://citaty.bmsk.ru/robert-satton.

4. Антон Трикстер, Джек Траут. Цитаты. [Електронний ресурс] – Режим доступу https://www.proza.ru/2013/09/22/412.

УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

А. М. Хоменко, магістрант
науковий керівник:
О.М. Овдіюк, к.е.н. доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Ставлення до роботи працівників підприємств істотно залежить від ефективності функціонування механізму трудової мотивації в кожному господарстві. Проте несприятливий їх економічний стан, недостатній рівень менеджменту, відсутність досвіду з даного питання та однотипність застосовуваних стимулів не сприяють зацікавленості селян у роботі і негативно позначаються на результатах фінансово-господарської діяльності. Неефективний мотиваційний механізм до праці, спричинений нестачею належних робочих місць, низькими заробітками, відсутністю перспективи професійного росту, проблеми з житлом та інші негаразди стають спонукальним чинником до міграції, насамперед, трудової неофіційної. Тому, актуальним є вивчення сучасного механізму трудової мотивації в аграрному секторі економіки та пошук основних шляхів його вдосконалення.

Система мотивації праці відіграє одну з провідних ролей з усіх внутрішніх факторів, що впливають на розвиток підприємства. Це обумовлено тим, що вірне стимулювання працівників та вдале їх мотивування до виробничої діяльності дає внутрішній поштовх для більш ефективного функціонування підприємства. Дослідженням зазначеної проблематики займалися багато як молодих так і визнаних науковців України, серед яких О. Бугуцький, Є. Валь, Н. Волгін, В. Дієсперов, Е. Ліба-нова, П. Саблук, А. Трофімов, М. Тушканов, Л. Червінська, В.М. Данюк, А.П. Єгоршин, А.Л. Єськов, О.О. Жигло, А.Л. Злотніков, А.М. Колот, О.В. Крушельницька, М.П. Лука-шевич, Є.Г. Молл, Н.О. Москаленко, Т.В. Поспєлова, В.Л. Романов, О.В. Сардак, С.І. Сотнікова та інші. Вони розкрили основні методологічні засади та роль мотиваційних механізмів у раціональній організації трудового процесу працівників підприємств. Однак особливості трудової мотивації працівників та напрями їх покращання в аграрному секторі економіки в сучасний період через їх особливість, складність, різноманітність та динамічність вивчені недостатньо.

Основний матеріал. За 10 останніх років в Україні, за даними Державного комітету статистики України, функціонувало 50 тис. господарських суб’єктів, які функціонують у аграрній сфері, з них: майже 8 тис. (або 16%) господарські товариства, більше ніж 40 тис. (або 80%) – фермерські господарства і 2 тис. (або 4%) – інші суб’єкти. Виходячи з провідної ролі товариств з обмеженою відповідальністю в аграрному секторі економіки, дослідження мотивації праці персоналу проводилося саме в умовах ТзОВ «Іванко» м. Житомир.

За результатами дослідження більшість науковців прийшли до спільного висновку про те, що найбільшого розповсюдження та функціонування мають три основні моделі мотивації праці: матеріальна (заробітна плата; доплати; премії; дивіденди), соціально-психологічна (соціальна допомога; путівки; професійне зростання; самореалізації) та комплексна (матеріальне стимулювання; соціально-психологічне стимулювання).

Основними складовими матеріальної винагороди є таке: заробітна плата; участь у розподілі прибутку; участь у капіталі; преміювання.

Колот А.М. вважає, що подальше реформування заробітної плати має здійснюватися шляхом підвищення ціни робочої сили, встановлення єдиних регуляторів і рівноцінних умов відтворення робочої сили незалежно від форм власності; збільшення тарифної частини у заробітній платі; підвищення частки мінімальної заробітної плати у

середній заробітній платі, удосконалення механізму державно-договірного регулювання заробітної плати [3, с. 175]. Заробітна плата – найважливіша частина системи оплати і стимулювання праці, один з інструментів впливу на ефективність праці працівника. Це вершина системи стимулювання персоналу підприємства, але при всій значимості заробітна плата не перевищує 70% доходу працівника.

Участь у прибутках використовується підприємцями як засіб, що сприяє збереженню соціального світу всередині організації, і як фактор підвищення зацікавленості в її економічному успіху. Системи участі в прибутках розрізняються за показниками, умовам виплат, колі осіб, які отримують ці виплати [1, с. 19]. На даний час ця система винагороди набула широкого розповсюдження, оскільки забезпечує інші 30% доходу працівників. Її розвиток розпочався зі спроб вдосконалення організації заробітної плати найманих працівників з метою посилення її мотиваційного впливу на результати праці. Для цього влаштувалася можливість виплат з прибутку або доходу підприємства тим працівникам, чий внесок у формуванні прибутку підприємства був найбільш вагою і очевидний. Проте використання систем участі у прибутках створює у працівника зацікавленість в ефективній роботі сьогоднішнього дня, але не стимулює враховувати у виробничій діяльності довгострокові перспективи розвитку організації. За своєю суттю система участі в прибутках є елементом оперативного управління організацією, спрямованої на забезпечення отримання прибутку. Працівник поділяє нарівні з власником ризик короткочасного зниження доходу, щоб у майбутньому досягти більш високих результатів і компенсувати втрати сьогоднішнього дня.

Специфічною формою участі в прибутках організації є бонус готівкою або бонус акціями [2, с. 534]. Суть бонус-форми винагороди полягає у визначенні системи участі персоналу в прибутку минулого року. Вирішальним для визначення його розміру є економічні підсумки фінансового року. Керівництво визначає розмір виплати, причому оплата в багатьох випадках непропорційна динаміці прибутку щоб уникнути дуже великих стрибків цієї додаткової грошової оплати для співробітників.

До нематеріальних способів мотивації працівників підприємства відносяться організаційні і морально-психологічні методи стимулювання [5, с. 63].Організаційні способи містять у собі, передусім, залучення працівників до участі в справах організації, яке передбачає, що їм надається право голосу при вирішенні ряду проблем, як правило, соціального характеру. Важливу роль відіграє мотивація перспективи придбати нові знання та навички, що робить працівників більш незалежними, самостійними, надає їм упевненості в завтрашньому дні. Мотивація збагаченням змісту праці полягає в наданні людям більш змістовної, важливою, цікавою, соціально значимої роботи, що відповідає їх особистим інтересам і схильностям, з широкими перспективами посадового і професійного зростання, що дає можливість проявити свої творчі здібності, здійснити контроль над ресурсами та умовами власної праці, коли кожен по можливості повинен бути сам собі шефом.

Морально-психологічні методи стимулювання включають такі елементи:

— створення умов, за яких люди відчували б професійну гордість за те, що краще за інших можуть впоратися з дорученою роботою, причетність до неї, особисту відповідальність за її результати; відчували б цінність результатів, конкретну їх важливість;

— забезпечення можливостей кожному на своєму робочому місці показати свої здібності та виразити себе в праці (тобто присутність виклику), мати докази того, що він може щось зробити, причому його результат праці має мати ім’я свого творця;

— визнання, яке може бути особистим і публічним (суть особистого визнання полягає у тому, що особливо відзначилися працівники згадуються в спеціальних доповідях вищого керівництва організації, їх персонально вітає керівництво з нагоди свят і сімейних дат; публічне визнання знайоме нам набагато краще;

— визначення високих цілей, які надихають людей на самовіддану працю, тому

будь-яке завдання керівника повинне містити в собі елемент цінності організації;

— стимулювання атмосфери взаємної поваги, довіри, заохочення розумного ризику та терпимості до помилок і невдач; уважне ставлення з боку керівництва і товаришів;

Необхідно згадати ще одну форму мотивації, яка по суті об'єднує в собі всі розглянуті вище. Йдеться про просування на посаді, яке дає і більш високу заробітну плату (економічний мотив), і цікаву і змістовну роботу (організаційний мотив), а також відображає визнання заслуг та авторитету особистості шляхом переведення в більш високу статусну групу (моральний мотив).

Висновки та пропозиції. Для удосконалення мотиваційних процесів трудової діяльності працівників сільськогосподарських підприємств, на нашу думку, необхідно, перш за все, розробити та реалізувати основні концептуальні засади її покращання та функціонування. Вони повинні включати в себе такі позиції:

паритет у правах усіх сторін соціально-економічних відносин щодо розподілу прибутку підприємства;

забезпечення провідних фахівців правом власності на акції підприємства;

створення умов для належного використання виробничих, людських і природних ресурсів;

впровадження демократичних засад управління;

пріоритетне забезпечення робочими місцями перспективних молодих і висококваліфікованих фахівців;

впровадження переважно погодинної системи оплати аграрної праці на всіх видах механізованих та ручних робіт;

забезпечення сприятливого внутрішнього та зовнішнього середовища для професійного зростання та самореалізації окремих працівників;

розробка на державному, регіональному та місцевому рівнях державних програм підтримки та розвитку сільських територій;

розробка цільових програм по наданню житла та інших соціально-побутових і культурних послуг малозабезпеченим і молодим фахівцям тощо.

Отже, шлях до ефективного управління персоналом лежить через розуміння його мотивації. Тільки знаючи що рухає людиною, що спонукає його до дій, які мотиви лежать в основі його поведінки, можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління людиною. Для цього необхідно знати, як виникають ті чи інші мотиви, як і якими способами мотиви можуть бути приведені в дію, як здійснюється мотивування людей. Крім того, необхідно враховувати, що основними складовими ефективного стимулювання праці є стимулювання працівника. На підприємствах, де люди тісно взаємодіють один з одним, при використанні стимулів повинні враховуватися потреби та їх задоволення, підприємливість та інтереси особистості, характер та спосіб життя. Лише за таких умов стимулювання буде по-справжньому дієвим і особистісно значущим.

Список використаної літератури:

1. Газдюк Н. Мотивація персоналу : теорія, втілена у практику // Бізнес компаньйон. – 2004. – № 4. – с. 18–20;

2. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебн. для вузов / А. П. Егоршин. – [4-е изд., испр.]. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.;

3. Колот А. М. Мотивація персоналу: підруч. /А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.

4. Колот А. М. Оплата праці на підприємстві: організація та удосконалення / А. М. Колот. – К.: Наукова думка, 2007. – 200 с.

5. Самоукина Н. Мотивация персонала как проблема // Управление персоналом. – 2004. – № 7. – с. 62–68.

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

О.В. Єрмаков, магістрант
науковий керівник:
А.М. Зелінська, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Побудова ефективної системи управління персоналом – найважливіший інструмент розвитку сучасного підприємства. Сьогодні, нажаль, немає єдиного підходу до виміру ефективності управління персоналом. Складність полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу і управління, в тому числі, тісно пов'язані з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком організації.

Система управління персоналом забезпечує безперервне вдосконалювання методів роботи з кадрами й використанням досягнень вітчизняної й закордонної науки, найкращого виробничого досвіду.

Сутність управління персоналом, включаючи найманих робітників, роботодавців і інших власників підприємства полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи й форми впливу на інтереси, поведінку й діяльність працівників з метою максимального їх використання.

Проблеми управління персоналом підприємства та його практичного здійснення всебічно розглянули такі вчені та практики, як: М. Амстронг, І.Р. Бузько, Л.В. Балабанова, Н.Л. Гавкалова, Б.М. Генкин, В.М. Данилюк, П.Г. Перерва, В.А. Савченко Р.А. Фатхутдинов, В.Г. Щербак та багато інших вітчизняних та зарубіжних науковців. Тематика розроблення принципів, напрямів та методів управління персоналом, застосування нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу, розроблення та реалізації стратегії управління персоналом не втрачає своєї актуальності.

Викладення основного матеріалу дослідження. Управління персоналом займає особливе положення в організації та пов'язане зі специфікою об'єкта управління – людськими ресурсами. Основна увага в процес управління підприємством повинна приділятися формуванню та використанню людського потенціалу, його розвитку на основі мотивацій і безперервного навчання.

Управління персоналом – це комплексний, цілеспрямований вплив на колектив з метою забезпечення оптимальних умов для досягнення мети підприємства. В сучасних умовах системи управління персоналом вирішують такі основні питання: формування персоналу; оцінка працівників; планування ділової кар'єри, професійно-кваліфікаційне і посадове зростання працівників; підготовка персоналу, підвищення кваліфікації і перепідготовка персоналу; розробка ефективних систем трудової мотивації.

Потрібно відзначити, що сучасні концепції управління персоналом ґрунтуються на визнанні зростаючої ролі особистості працівника, знанні його мотиваційних установок, вмінні їх формувати і направляти відповідно до завдань, що стоять перед організацією.

Залучення персоналу, як одна зі складових роботи з управління працею безпосередньо на підприємстві, включає певні зовнішні та внутрішні функції управління персоналом на підприємстві.

До зовнішніх функцій управління персоналом на підприємстві можна віднести наступні:

- працевлаштування – прийом на роботу, ознайомлення з робочим місцем та умовами праці, професійне та посадове просування, розірвання контракту;

- забезпечення безпечних умов праці та охорони здоров'я – медичне обстеження персоналу, програми страхування, відповідності вимогам безпеки праці;

- розвиток персоналу (людських ресурсів) – підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів, забезпечення взаємозв'язку з навчальними закладами, розробка концепції просування працівників по службі;

- організація заробітної плати та компенсацій – включає розробку рівнів і процедур виплат, встановлення персональних ставок погодинної оплати для робітників, розрахунок пенсійного забезпечення працівників підприємства;

- забезпечення трудових відносин – вивчення і підготовка контрактів між підприємством і найманими працівниками, угоди між профспілкою і адміністрацією;

- матеріальне стимулювання – весь комплекс питань з організації оплати праці, розробка і вдосконалення систем стимулювання, атестація робочих місць, розробка окремих статей колективного договору;

– соціальні питання – контакти з профспілковими організаціями, сприяння проведенню громадських заходів.

Внутрішніми функціями управління персоналом на підприємстві виступають:

– розподіл співробітників по робочих місцях – здійснюється на основі їх відповідності трудовим функціям з урахуванням інтересів і схильностей, виявлених і вивчених в ході випробувального терміну або іншими методами , а також з урахуванням зовнішніх умов роботи;

– контролінг персоналу – включає «розробку гіпотези досягнення економічної та соціальної ефективності управління працею;

- координацію різних заходів кадрової політики підприємства з загальною політикою його розвитку; підготовку інформації для прийняття обґрунтованих рішень» [6, с. 112];

- ротація чи запланована зміна для працівника робочого місця – дозволяє уникнути монотонності, досягти найбільшої ефективності використання праці – планування кар'єри працівника – це здійснюване заздалегідь планування розвитку конкретного працівника за час його роботи на підприємстві, в тому числі визначення послідовності займаних ним посад за штатним розкладом;

- оцінка роботи співробітників – застосовується як для організаційного впливу на них, так і для визначення розмірів матеріальної винагороди.

Керівництво співробітниками в управлінні працею здійснюється шляхом орієнтації на цільові установки і поведінку в цілях активізації праці працівника, у тому числі в незапланованих ситуаціях. Для того щоб ефективно управляти персоналом, підприємство повинно мати чітку мету і продуману стратегію власного розвитку.

Враховуючи, що стратегія управління персоналом підприємства – це «генеральний напрямок дій керівництва по відношенню до персоналу, що включає сукупність принципів, методів і форм організаційного поведінки, націлених на втілення в життя стратегії розвитку підприємства» [7, с. 56]. До основних з них відносять: – первинність функцій управління персоналом, склад підсистем системи управління персоналом, організаційна структура, вимоги до працівників і їх чисельність залежать від змісту, кількості і трудомісткості функцій персоналом; – економічність, передбачає найбільш ефективну і економічну організацію системи управління персоналом , зниження частки витрат на систему управління в загальних витратах на одиницю продукції, що випускається, підвищення ефективності виробництва; – прогресивність, відповідність системи управління персоналом передовим зарубіжним і вітчизняним аналогам; – перспективність, при формуванні системи управління персоналом слід враховувати перспективи розвитку організації , загальну стратегію; – комплексність, при формуванні системи управління персоналом необхідно враховувати всі фактори, що впливають на систему управління.

Важливим критерієм є створення сприятливого внутрішнього психологічного клімату в колективі, який характеризується ступенем задоволеності його учасників своїм становищем. На нього впливають характер і зміст роботи, ставлення до неї, престижність, розміри винагороди, перспективи росту, наявність додаткових можливостей, психологічний клімат. Багато в чому психологічний стан колективу залежить і від уміння його членів жити за його законами, підпорядковуватись встановленим вимогам і порядку [5, с.163].

В кожній установі, організації необхідно створити певні умови, які забезпечують соціально-психологічну сумісність, а саме: – погодженість особистих можливостей кожної структури і змісту її діяльності, що забезпечує його нормальний хід, відсутність заздрощів по відношенню до успіхів інших; – близькість моральних засад, яка створює основу для виникнення взаємної довіри між людьми; – однорідність основних мотивів діяльності й індивідуальних прагнень членів колективу; – можливість реального взаємного доповнення й органічного поєднання здібностей кожного в єдиному трудовому і творчому процесі; – раціональний розподіл функцій між членами колективу, при якому жоден з них не може добитися успіху за рахунок іншого. Для успішного виконання стратегічних завдань у сфері управління персоналом першорядне значення має також вивчення факторів, що впливають на ефективність управління персоналом і які можуть стати об’єктом управління з боку менеджменту.

Висновки та пропозиції.Зростання ефективності управління персоналом забезпечується науково обґрунтованим використанням усього комплексу факторів, що впливають на ефективність управління персоналом. Це актуально особливо зараз, коли багато організацій мають сьогодні чималі труднощі економічного характеру, обмеження в ресурсах, і проблема їхнього виживання багато в чому повинна вирішуватися за рахунок резервів, використання яких не вимагає великих витрат.

Отже, сучасна кадрова політика підприємства повинна бути побудована на основі загальнонаукових принципів управління та враховувати ринкові умови господарювання, бути комплексною, гнучкою, комфортною, прогресивною.

Список використаної літератури:

1. Амстронг М. Практика управления человеческими ресурсами ресурсами / пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. – 8- е изд. – СПб. Питер. 2004. – 832 с.

2. Бузько І.Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці: монографія / І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Надьон та ін. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с.

3. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – 238 с.

4. Гавкалова Н.Л. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / Н.Л. Гавкалова. – Х.: Інжек, 2004. – 276 с.

5. Данилюк В.М. Менеджмент персоналу: навч.-метод. посібн. / В.М. Данилюк, В.М. Петюк, С.О. Цинбалюк. – К.: КНЕУ, 2006. – 398 с.

6. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.

7. Щербак В.Г. Управління персоналом підприємства / В.Г. Щербак. – Х.: Вид-во ХНЕУ, 2005. – 220 с.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Т.О. Матвієнко, магістрант
науковий керівник:
В.В. Зіновчук, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Постійні зміни в економічній та політичній сферах України, одночасно створюють великі можливості і серйозні загрози для кожної особистості та вносять значний рівень невизначеності в життя практично кожної людини. Тому, лише дієвий мотиваційний механізм, що відповідає сучасним умовам та є гнучким до швидких економічних змін, забезпечить ефективне використання трудових ресурсів. Розробка і запровадження ефективних мотиваційних моделей сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. В умовах соціально-орієнтованої ринкової системи господарювання проблема мотивації праці набуває важливого значення. Відсутність належних стимулів до праці, неможливість досягти поставлених цілей законними методами, нереалізовані мрії про підвищення рівня життя зумовлюють виникнення незадоволення людини своєю роботою та своїм становищем у суспільстві [1, с. 185]. Нехтування мотиваційним фактором у сфері праці призводить до зниження показників продуктивності праці, якості продукції, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві. І в кінцевому підсумку до кризи в господарській системі в цілому. Тому проблеми, пов’язані із розвитком та удосконаленням систем мотивації праці, набувають в сучасних умовах особливої актуальності.

Проблеми ефективного реформування та відновлення мотиваційних систем на підприємствах для забезпечення високих темпів технічного прогресу, росту продуктивності праці, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції постійно знаходяться в центрі уваги вчених економістів і висвітлюються в економічній літературі. Питання системи мотивації персоналу розглядаються в працях вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як К. Альдерфер, С. Занюк, В. Гусина, А. Колот, А. Маслоу, О. Мірошниченко. Аналіз наукових публікацій та практика свідчать про те, що конкретні механізми створення мотиваційних систем підприємств належним чином не висвітлені, не розроблена ефективна система мотивації персоналу, недосліджена психологічна мотивація. Тому необхідний ефективний мотиваційний механізм, який спрямовує діяльність працівників на кінцевий результат відповідно до поставленої мети.

Основний матеріал. Сьогодні, в практиці вітчизняних підприємств переважають традиційні матеріальні стимули, не приділяється належна увага нефінансовим системам мотивації, здійснюється механічне перенесення елементів американських та західноєвропейських систем мотивації на український ґрунт, що в цілому формує недостатньо ефективні системи мотивації. Розвиток ринкових відносин вимагає від суб’єктів господарювання підвищення ефективності діяльності, досягнення більш високого рівня конкурентоспроможності. Одним із головних факторів, що забезпечує підвищення продуктивності праці, стає оптимізація системи мотивації праці персоналу. Саме орієнтація на людський фактор дозволяє підвищити ефективність праці та сприяє підвищенню рівня капіталізації організації.

Використання ефективної мотиваційної моделі на підприємстві забезпечує зацікавленість працівників у підвищенні продуктивності праці. Ринкові форми господарювання відкривають широкі можливості для практичного використання різних методів мотивації, і не лише матеріального стимулювання. Сучасним підприємствам для удосконалення власної системи мотивації праці, для успішної і злагодженої роботи

доцільно використовувати комплекс методів як матеріального (заробітна плата та доплати, премії), так і нематеріального стимулювання (тренінги, навчання, просування по кар'єрі, вільний графік роботи, винагорода вільним часом, соціальні пакети, участь в управлінні та прийнятті рішень, привітання та подарунки на свята [2, с. 94].

На нашу думку, рівень мотивування персоналу в Україні ще відстає від рівня розвинених країн, що також відображається на стані її економіки. Таким чином доцільно запропонувати наступні шляхи вдосконалення мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах:

- частіше використовувати нематеріальне стимулювання: грамоти за досягнення успіхів, похвальні листи, усні компліменти та похвалу тощо;
- розвивати корпоративну культуру;
- запровадити подарунки на свята, частіше реалізовувати спілкування працівників між собою та безпосередньо з керівництвом різних рівнів, проводити більше корпоративних свят та спортивних змагань;
- створити таку робочу обстановку, яка базувалася б на відкритості і повазі та сприяла розкриттю здібностей кожного працівника;
- поліпшити умови праці працівників, надавати їм соціальні пакети послуг;
- розширювати повноваження працівника, давати йому більше свободи та дозволяти брати участь у прийнятті рішень;
- налагодити систему винагород, особливо винагороду вільним часом, це допоможе утримати співробітників від формування навички марного витрачання часу і дозволить співробітнику більше витрачати часу на себе й свою сім'ю;
- проводити навчання та тренінги, що надасть можливість працівникам добре проявити себе в результатах роботи [3, с. 49].

Висновки та пропозиції. Таким чином, спираючись на досвід американських та західноєвропейських систем мотивації, вітчизняним керівникам підприємств необхідно орієнтуватися на високорозвинені країни і використовувати подібні інструменти мотивування, коригуючи їх під власних працівників. Детальне вивчення досвіду формування системи мотивації, аналіз існуючої системи стимулювання на підприємствах, що часто зводиться тільки до регулювання оплати праці, дозволяє розробити та впровадити в практику нові підходи удосконалення трудової діяльності на українських підприємствах за такими напрямами: застосування як матеріальних, так і нематеріальних форм стимулювання працівників, що передбачає оплату праці, системи колективного преміювання, індивідуалізацію заробітної плати, моральні стимули, стимулювання працівників, які займаються творчою працею, шляхом застосування вільного графіка роботи, гуманізації праці, кар'єрне та професійне зростання, соціальні пільги для співробітників.

Список використаної літератури:

1. Лозинський І.Є. Теоретичні основи системи управління персоналом підприємства / Є.І. Лозинський // Економіка і регіон. – № 3(34). – 2012. – С. 184–188.
2. Рукасов С.В. Аналіз систем мотивації персоналу з урахуванням досвіду провідних країн світу / С.В. Рукасов // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. – 2009. – №5. – С. 93–96.
3. Лазарєв С.В. Японський варіант управління мотивацією праці персоналу / С.В. Лазарєв, Н.С. Лазарєв // Мотивація і оплата праці. – 2013. – №1. – С. 48–53.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ТОВ «ПОНІНКІВСЬКА КПФ»

В.О. Шпортко, студент
науковий керівник:
О.Ф. Присяжнюк, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Наразі мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів та його заохочення до продуктивної праці. Головною метою мотивації є отримання максимальної віддачі від персоналу та підвищення загальної ефективності і прибутковості діючого підприємства.

Проблематику мотивування праці персоналу підприємств досліджено у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Значний внесок у розвиток теорії та практики мотивації трудової діяльності зробили такі вчені, як А. Сміт, Ф. Тейлор, Е. Мейо, Г. Гілбрейт, А. Маслоу, Л. Портер, а також вітчизняні фахівці такі, як М. Вольський, Г. Цехановецький, Т.Ф. Степанов, І.В. Вернадський та інші.

Незважаючи на те, що існує велика кількість розроблених мотиваційних теорій, в економічній літературі, проблеми мотивування персоналу розглянуті тільки з позицій стратегічного управління підприємством, в той час як динамічність зовнішнього середовища та зміни потреб працівників вказують на необхідність дослідження та застосування нових форм мотивації.

Основний матеріал. Термін «мотивація» тісно пов'язаний з проблемою управління персоналом. Нові економічні відносини встановлюють нові вимоги до працівників при прийомі на роботу, а також є передумовою формування нового досвіду, запозиченого в іноземних компаніях щодо мотивації кадрів.

Зважаючи на економічні проблеми, які потребують вирішення на державному рівні та рівні підприємств, основним критерієм мотивації для працівників є отримання гарантованої заробітної плати. Водночас, на ринку праці з'являються кваліфіковані кадри, що володіють достатнім професіоналізмом і новою трудовою свідомістю, тобто люди з гарною моральною основою і розумінням праці. Та, нажаль, можливості знайти нормальну роботу невеликі. У когось бракує рекомендацій, а дехто їх має, але через віковий бар’єр шанси знижуються.

Розглянемо методи мотивації праці на підприємстві «Понінківська КПФ», що мають місце до застосування. Економічні методи, обумовлені економічними стимулами, припускають матеріальну мотивацію, тобто орієнтацію на виконання певних показників або завдань, і застосовуються після їх виконання за результати роботи. В «Понінківському КПФ» економічні методи виражаються у вигляді преміювання робітників раз на півріччя за успішне виконання або перевиконання поставленого плану у розмірі 0,05% від загальної суми прибутку за цей період, але в еквіваленті не більше 3-х заробітних плат робітника. У процесі дослідження виявлено проблемний аспект застосування цих методів, що пов'язаний з отриманням таких премій тими відділами, які вдало виконали план (окремий працівник з відділу не може отримати таку премію).

Організаційно-адміністративні методи, засновані на директивних вказівках. Ці методи базуються на владній мотивації, заснованої на підпорядкуванні закону, правопорядку, старшому за посадою і т.п., й спирається на можливість примусу. Вони охоплюють організаційне планування, організаційне нормування, інструктаж, розпорядництво, контроль. На «Понінківській КПФ» є посада інспектора, який слідкує за обачністю, обережністю, відповідністю умовам чи вимогам до робочого місця, або до дій

робітника. За порушення тих чи інших умов техніки безпеки, правил, недотримання працівниками наказів, за запізнення на роботу і т.д., працівник отримує картку-попередження. Якщо за місяць кількість карток перевищує три, то з таким робітником веде розмову керівник. Якщо робітник надалі систематично порушує «організаційний спокій», то застосовуються штрафні заходи. Якщо ж і вони не мають ніякого ефекту, працівника можуть звільнити.

Соціально-психологічні методи, застосовувані з метою підвищення соціальної активності співробітників. За допомогою цих методів впливають переважно на свідомість працівників, на соціальні, естетичні, релігійні й інші інтереси людей і здійснюють соціальне стимулювання трудової діяльності. До такої категорії слід віднести дошку пошани. Раз на місяць керівники підрозділів висувають своїх кращих працівників на їх думку, і з узгодженням директора обирається один кращий працівник, фото якого можна побачити на дошці пошани, яка знаходиться в головному холі фабрики. Працівник, який три рази поспіль буде обраним в якості працівника місяця, отримує премію у розмірі однієї заробітної плати. Розглянемо детальніше форми мотивації та їх прояв на підприємстві «Понінківська КПФ»(табл.1):

Таблиця 1

Мотивація персоналу підприємства «Понінківська КПФ»

Форми мотивації	*Прояв мотивації в умовах підприємства*
Просування по службі	+
Зарплата, премії	+
Авторитет	+-
Гордість	+-
Складність завдань	-
Навчання	+
Комфортне оточення	+-
Незалежність	-
Коректне відношення	+

+ – *проявляється повністю;*
- – *не застосовується;*
+- – *частково.*

Просування по службі на підприємстві проявляється у вигляді можливості кар`єрного зростання, яке виражається переходом на більш престижні та високооплачувані посади. Зарплата, премії, як форма мотивації, проявляються у повній мірі. За успішне виконання річних планів працівники підприємства отримують премію у розмірі однієї заробітної плати, також працівники, які працюють понад нормований робочий час отримають надбавки до заробітної плати. Авторитет, як форма мотивації має прояв не в повній мірі, оскільки на підприємстві працює значна кількість людей, кожного з яких керівник не може знати особисто, а наймом та управлінням персоналу займається окремий підрозділ та керівники відділів, але на певну частку працівників (управлінський склад підприємства) ця форма мотивації діє. Гордість не є переважаючою формою мотивації, зважаючи на екологічний аспект у веденні господарської діяльності підприємства та його висвітлення у засобах масової інформації. Складність завдань проявляється в тому, що більшість працівників виконують повторювальну не творчу, рутинну роботу, делегування повноважень відбувається суто на вищому рівні управління, і то вкрай рідко, тому виключаємо цю форму мотивації. Навчання: працівники, що не підвищують кваліфікацію, поступово втрачають цікавість. Підприємство час від часу модернізує обладнання, паралельно навчаючи робітників, як ним користуватися, бухгалтерів та економістів відправляють на безкоштовні тренінги та семінари. Комфортне оточення: на підприємстві працює дружній колектив. Не було зафіксовано ніяких

непорозумінь та скандалів між працівниками. Проте існує проблема комфортного оточення, пов'язана з обладнанням деяких робочих місць застарілим обладнанням. Незалежність, як форма мотивації, в основному не проявляється. Коректне ставлення виявляється в тому, що керівні органи підприємства належним чином ставляться до персоналу, на свята вітають подарунками та мають дружні стосунки.

Таким чином, у процесі дослідження на підприємстві «Понінківська КПФ» виявлено такі основні проблеми: неврахування індивідуальності окремого працівника; потреба покращення психологічного клімату в колективі; відсутність прямої залежності розміру премії від конкретних результатів роботи працівників структурних підрозділів підприємства, перетворення її на просту надбавку до посадового окладу.

Зважаючи на розглянуті підходи до системи мотивації персоналу, можна сформулювати наступні основні пропозиції, які треба враховувати при формуванні ефективної системи мотивації: постійно підтримувати і заохочувати співробітників за добре виконані завдання; надавати поради та допомогу для поліпшення роботи; дізнатися, чого підлеглі очікують від роботи; сформулювати власну систему цінностей; усувати негативні фактори впливу на мотивацію; проявляти турботу до трудового колективу; удосконалити грошове стимулювання та приймати ефективні управлінські рішення.

До ефективних методів мотивації праці також можна віднести створення для робітників підприємства «центрів здоров'я» з необхідним обладнанням, особам, які усиновили дитину, надання фінансової допомоги, та грошові виплати сім'ям, що мають дітей-інвалідів. Іноді на підприємствах інженерам дозволяють користуватися запасними деталями, що сприяє розвитку творчої думки. Також застосовують такі форми мотивації, як разові премії до річниць або надання відпусток, надання за невисоку оплату або навіть безкоштовно юридичної допомоги, відкриття дитячих дошкільних установ.

Висновки та пропозиції. Мотивація праці є вагомим фактором в управлінні персоналом підприємства. «Понінківська КПФ» використовує не досить ефективні методи, та форми мотивації. Сучасна система мотивації праці має бути гнучкою та максимально враховувати напрями вирішення проблем, виявлених при проведенні дослідження та бути спрямованою на формування зацікавленості працівників у ефективній роботі підприємства.

Список використаної літератури:

1. Бердник А.А. Мотивування персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання продукції / А. А. Бердник // Технології та дизайн. – 2013. – №1, С. 1-7

2. Занюк С. Психологія мотивації: навчальний посібник / С. Занюк – К.: Либідь, 2002. – 304 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

А. І. Дорфман, студентка
науковий керівник:
С. В. Василенко, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах ринкової економіки суттєво підвищується роль та місце людського фактору, оскільки саме робітники підприємства, їх підхід до праці, високий професіоналізм та майстерність забезпечують необхідне зростання продуктивності праці, якості послуг та продукції підприємства, а відповідно і досягнення цільових, господарських та фінансових показників діяльності. Проблеми планування та контролю персоналу дуже багатогранні й актуальні як в Україні, так і в усьому світі. Питанням контролю праці та планування показників їхньої ефективності присвячені роботи закордонних і вітчизняних вчених: Ю. Вебера, Х. Вехтера, О. Кармінського, А. Касмідера, О. Кибанова, Р. Марра, Т. Никонової, С. Фалько, Д. Хана, Й. Хоффманна та ін. Проте, визначення теоретичних аспектів управління персоналом залишаються недостатньо вивченими і потребують подальших досліджень.

Основний матеріал. Відомо, що персонал підприємства формується і змінюється під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Змінюється його склад, структура, загальноосвітній рівень та кон'юнктура ринку праці. Крім того, з іншої точки зору, персонал підприємства, як сукупність найманих особистостей, є носіями придбаних і успадкованих якостей, таланту, освіти, знань, здоров'я, та ін., які використовуються в процесі трудової діяльності і повинні враховуватися в системі управління. Визначення сутності економічного терміну «персонал» наведені таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення сутності економічного терміну «персонал»

Джерело	Визначення терміну «персонал»
1	2
1. Ніколенко Н. П. [12]	Персонал – це, перш за все, люди зі складним комплексом індивідуальних якостей, серед яких соціально-психологічні відіграють вирішальну роль, це частина економічного та інноваційного простору підприємства, в якому радикальні ринкові перетворення мають не лише цілеспрямовано адсорбуватися (входити у життєве середовище підприємства та адоптуватися до нього), але й приносити очікувані від них результати.
2.Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Попов О. М. [2]	Персонал – це сукупність його працівників, що працюють по найму при наявності трудових взаємовідносин з роботодавцем, оформлених трудовим договором (контрактом).
3.Мельничук О. С. [11]	Персонал (від лат. personalis – особистий) – особовий склад підприємства, установи, організації; сукупність кадрів однієї професійної категорії.
4. Бажан І. І. [1]	Персонал підприємства визначається як сукупність постійних працівників, які отримали необхідну підготовку та мають досвід практичної діяльності.
5. Крушельницька О. В. [8]	Персонал – основний, постійний штатний склад кваліфікованих працівників, який формується і змінюється під впливом як внутрішніх (характер продукції, технології та організації виробництва), так і зовнішніх (демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характер ринку праці тощо) чинників.

Продовження табл. 1

1	2
6. Сафронов Н. А. [14]	Персонал (трудовий персонал) підприємства – основний склад кваліфікованих працівників підприємства, фірми, організації.
7. Покропивний С. Ф. [13]	Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної роботи.
8. Макаровська Т. П. [10]	Персонал – це сукупність постійних або тимчасових працівників, що отримали необхідну професійну підготовку або мають досвід практичної роботи.
9. Іванілов О. С. [7]	Персонал підприємства являє собою сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності.
10. Єфремов О. Ю., Скопилатов И. А. [6]	Персонал можна визначити як деяка кількість людей одного трудового колективу, які мають певні відмінності між собою (посадові, професійні та особистісні) і організованих по загальному задумом керівництва з урахуванням цих відмінностей для вирішення завдань, передбачених статутом організації, фірми, підприємства.

Розрахунок потреби підприємства в персоналі обумовлено насамперед цілями та завданнями, які підприємство ставить перед собою. Адже для їх реалізації необхідні трудові ресурси. Цілі підприємства можуть бути довгостроковими, представлені у вигляді бізнес-стратегії або бізнес-плану. Чим чіткіше представлена ціль підприємства, тим простіше буде визначити потреби в персоналі, необхідного для її реалізації. У підприємства зі стабільною довгостроковою стратегією потреби в персоналі не зазнають серйозних змін з року в рік, і планування цієї потреби не являє особливої складності. І, навпаки, якщо організація змінює стратегію – переходить до випуску нової продукції, освоєння нових ринків, ліквідації окремих сегментів бізнесу – розрахунок потреби як у кількості, так і в кваліфікації персоналу, є процесом більш складним. Виникають питання корегування системи управління персоналом в цілому [3].

Створення систематичного кадрового планування, що охоплює всі функції, має велике значення для роботодавців і працівників, а також для державних і регіональних органів праці й зайнятості, для потенційних найманих робітників організації. При цьому можливість помилкових рішень у кадровій сфері дуже велика й їх вплив на економічні й соціальні цілі може бути досить вагомим.

Ми поділяємо думку Хміля Ф.І. що «управління персоналом» – це «скоординована система», або механізм, який включає сукупність організаційно-економічних, методичних і соціальних заходів щодо накопичення відбору функціонального використання трудового потенціалу [15]. Формування такої скоординованої системи управління трудовим потенціалом підприємства, а носієм трудового потенціалу є персонал підприємства, повинне базуватися на принципах і відповідати окремим з них. Пропозиції авторів, що є в сучасній науковій літературі стосовно сукупності принципів, на яких базується система управління персоналом підприємства наведено в таблиці 2.

Як доречно відзначають певні вітчизняні фахівці: шляхом прийняття відповідних законів визначаються мінімальні державні стандарти у сфері праці та мінімальний рівень гарантій трудових прав суб’єктів трудових правовідносин, форми і способи включення людини у процес праці. Визначення договірних юридичних приписів відбувається на основі і в рамках визначених централізовано прийнятими правовими приписами.

Таблиця 2

Пропозиції щодо принципів, на яких повинна базуватись система управління персоналом

Автор	Принципи
П. Друкер[4]	вважає, що саме у сфері управління персоналом традиційні базові принципи уявлення істотно суперечать реальності та є непродуктивними. На думку цього автора, існує єдиний правильний принцип управління персоналом – використання диференційованих підходів і стилів управління для різних груп працівників і навіть окремих працівників у різних ситуаціях
О.В. Крушельницька [8]	зазначає, що управління персоналом ґрунтується на таких принципах: науковість, демократичний централізм, планомірність, єдність розпоряджень; поєднання одноосібного і колективного підходів, централізації та децентралізації, лінійного, функціонального і цільового управління; контроль за виконанням рішень
Г.В. Щекін[16]	вважає, що ключовим принципом управління персоналом є принцип підбору та розміщення кадрів за їхніми діловими та персональними якостями, що передбачає: спадкоємність кадрів на основі систематичного підбору енергійних, творчих працівників; забезпечення умов для постійного підвищення професійної кваліфікації; чітке визначення прав, обов'язків та відповідальності кожного працівника; комбінування досвідчених працівників з молодими кадрами; комбінування довіри до кадрів з перевіркою виконання
Г. Емерсон[5]	вперше принципи управління сформулював в 1912 р. американський менеджер у книзі «Дванадцять принципів продуктивності». Однак творець «теорії адміністрування» А. Файоль висловив думку про те, що кількість принципів керування необмежена
О.Є. Кузьмін та О.Г. Мельник[9]	виділяють такі принципи менеджменту: цілеспрямованість, урахування потреб та інтересів, ієрархічність, взаємозалежність, динамічна рівновага, економічність, активізація, системність, єдиновладдя: загальні та структурно-функціональні принципи управління підприємством; принципи, що визначають взаємовідносини у колективі (принципи управління людьми); принципи, що сприяють формуванню особистості працівника

Висновки та пропозиції. Вище викладене надає змогу зробити наступні висновки:

1. Обґрунтовано сукупність принципів, на яких повинна базуватися система управління персоналом на підприємстві, а виконане групування принципів та обставин за станами дозволяє побудувати її економічно ефективною;

2. На кожному підприємстві повинен вестись розрахунок та аналіз трудових ресурсів, відповідно тоді на будь-яких підприємствах буде злагоджена, скоординована робота, яка буде приносити економічно максимальну вигоду;

3. Персонал підприємства, як сукупність найманих особистостей, є носіями придбаних і успадкованих якостей, таланту, освіти, знань, здоров'я, та ін., які використовуються в процесі трудової діяльності і повинні враховуватися в системі управління.

Список використаної літератури:

1. Бажан І.І. Проблеми формування та використання кадрового потенціалу в сільському господарстві. Механізм господарювання і економічна динаміка в АПК /

І.І. Бажан, Л.І. Михайлова // Вісник Харківського державного аграрного університету. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2016. – № 9. – С. 127-130.

2. Воронкова В.Г. Трудовий потенціал і оцінка його відтворення в аграрній сфері / Воронкова В.Г., Н.О. Остролуцький, К.І. Якуба // Соціально-трудовий потенціал аграрної економіки. За ред. О.А. Богуцького. – К.: ТОВ «Комплекс Віта», 2015. – С. 77-104.

3. Гарифулін А.Ф. Стратегія розвитку підприємства: кадрове планування [Електронний ресурс] / А.Ф. Гарифулін // Планово-економічний відділ. – 2013. – № 5. – Режим доступу: http://www.profiz.ru/peo/5_2013/strategia_razvitia/

4. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке [Текст]: пер. с. англ.: [Учебное пособие] / П.Ф. Друкер; пер. Н.М. Макарова. – М.: Вільямс, 2014. – 270 с.

5. Емерсон Г. Дванадцять принципів виробництва / Г. Емерсон. – 2-ге вид. – М.: Економіка, 2015. – 216 с

6. Єфремов О.Ю. Сучасні вимоги до використання трудових ресурсів / О.Ю. Єфремов // Кадри. – 2014. – № 1. – С. 15–18.

7. Іванілов О.С. Як ще краще керувати людьми / Іванілов О.С.: ФАИР ПРЕС, 2012. – 272 с.

8. Крушельницька О.В. Управління персоналом [Текст]: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук/ – М-во освіти і науки України. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Кондор, 2016. – 308 с.

9. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту [Текст]: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-ге вид., виправл. і доповн. – К.: Академ видав, 2017. – 462 с.

10. Макаровська Т.П. Економіка підприємства [Текст]: навч. посіб. / Т.П. Макаровська, Н.М. Бондар. – К.: МАУП, 2013. – 304 с.

11. Мельничук О.С. Управління персоналом: навч. для вузів / Мельничук О.С. – 3-є вид. – Н. Новгород: НІМБ, 2001. – 720 с.

12. Ніколенко Н.П. Менеджмент кадрових ресурсів [Текст]: [практичний посібник] / Н.П. Ніколенко. – Москва: Страхове Ревю, 2014. – 356 с

13. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник / Під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. – Пер. с укр. 2-го перераб. и доп. изд. – К.: КНЭУ, 2002. – 608 с.

14. Сафронов Н.А. Основи економіки праці [Текст]: навчальний посібник для студ. економ. спец. / Сафронов Н.А., О.А. Грішнова. – Київ: Знання-Прес, 2010. – 313 с.

15. Хміль Ф.І. Основи менеджменту [Текст]: підручник / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2005.– 607 с.

16. Щекін Г.В. Основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року //Урядовий кур'єр. – 1999. – 19 серпня. – № 155-156. – С. 10-11.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

В. П. Маслюківський, магістрант
науковий керівник:
І. В. Копитова, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. У сучасному світі питання використання менеджментом у процесах управління розвитком бізнесу корпоративної культури та формування відповідного корпоративного духу працівників набуває особливого значення. Це пов'язане, зокрема, з тим, що високий рівень корпоративної культури виступає ключовим фактором довгострокової ефективності підприємства за рахунок впливу на мотивацію працівників, продуктивність й ефективність їхньої трудової діяльності.

Актуальність даної теми випливає з необхідності створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому.

Корпоративну культуру як економічне поняття та важливий чинник управління персоналом у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні та зарубіжні вчені й науковці як: Т. Алпєєва, Б. Гаєвський, Ю. Давидов, Ю. Красовський, Ю. Палеха, С. Рей, О. Грішнова, І. Мажура, Т. Кицак, І. Петрова, М. Коул та ін. Разом з тим, багато аспектів корпоративної культури знаходяться по теперішній час в стані активного вивчення.

Основний матеріал. На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що майже кожна успішна організація має свою корпоративну культуру – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Така культура дозволяє вирізняти організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників. Сутність корпоративної культури – це специфічна форма існування взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації, та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку [8].

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури:

– система особистих цінностей керівників та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;

– способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств;

– уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, які склалися [8].

Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція), [7].

Завдяки своїм специфічним функціям та спрямованості (позитивній чи негативній) корпоративна культура може значно впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників, а також на деградацію трудового потенціалу підприємства.

Корпоративна культура виконує такі функції: надання співробітникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності, що слугує важливим джерелом самоідентифікації персоналу як команди (впливає на рівень компетенції і трудовий менталітет – складові трудового потенціалу); допомога новим співробітникам швидко адаптуватись і долучитися до ефективної роботи,

правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про головні принципи корпоративної культури (впливає на організованість і трудову активність); стимулювання прояву індивідуальної і колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій (впливає на мобільність і здатність до розроблення інновацій).

В літературі корпоративна культура класифікована на негативну і позитивну залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу:

– позитивна корпоративна культура фіксує для працівника цінність своєї професійної діяльності як способу особистісної трудової, творчої самореалізації й саморозвитку та цінність свого підприємства як умови забезпечення власних актуальних потреб;

– негативна корпоративна культура відбиває ситуацію, коли трудова діяльність для персоналу на конкретному підприємстві різною мірою вигідна, проте не цінна з точки зору саморозвитку персоналу та творчої самореалізації.

Формування позитивної корпоративної культури можна спостерігати на підприємствах, що розвиваються стабільно, де прояв позитивних ознак окресленої культури є стабільним або тимчасово нестабільним (культура орієнтована на розвиток виробництва та на соціальний розвиток колективу) [6]. Корпоративна культура підприємства визначає шлях його розвитку у сфері управління персоналом. Вона є унікальною та неповторною, на кожному підприємстві їй притаманні ті чи інші особливості. Дослідження з цього питання доводять, що немає підприємств з однаковою корпоративною культурою. Проте підприємства можуть використовувати подібні методи, способи, засади для формування та розвитку корпоративної культури. Одним із таких шляхів, що сприяє її розвитку, є використання принципів корпоративної культури [2].

Приклади провідних компаній свідчать, що міцна та високорозвинена культура сприяє зміцненню становища компанії, збільшенню її прибутків, підвищення ефективності діяльності працівників.

Еталонним носієм культури на підприємстві є його менеджери, адже саме вони найяскравіше можуть продемонструвати норми корпоративної культури, оскільки мають для цього більше можливостей, аніж звичайні працівники [3]. Як зазначає В.О. Аніщенко, власна культура працівників є зовнішнім відображенням корпоративної культури, яка виражає себе через імідж і дизайн організації, фірмові традиції, обряди тощо. Зовнішня сторона корпоративної культури видима і співробітнику, і клієнту, а система норм поведінки зовнішньо схожа в різних організаціях [1].

До складових організаційної культури відносять філософію існування організації та її ставлення до співробітників і клієнтів; домінуючі цінності, на яких ґрунтується організація і які стосуються мети її існування та засобів досягнення цієї мети; норми, які приймаються членами організації і визначають принципи стосунків у ній; правила, за якими проводиться трудова «гра» в організації; психологічний клімат в організації; поведінкові ритуали (церемонії, використання певних слоганів тощо) [1].

Критерії формування корпоративної культури сучасної організації: сучасна організація діяльності з матеріальними та духовними складовими культури; гармонійна організація, в якій окремі елементи культури за рівнем свого розвитку, спрямованістю, ідейністю, цілями, завданнями, способами досягнення мети відповідають один одному; організація, яка живе за нормами закону, а не «за поняттями»; соціально-економічна система, що базується на досягненнях сучасної науки; організація, в якій людей визначають як головну цінність, і відповідно організовують взаємодію між окремими людьми і групами на певному психологічному рівні, враховуючи, що найцінніше у людині – її внутрішній стан; організація, що розвивається, будує свої стосунки з суб’єктами внутрішнього та зовнішнього середовища на підставі розуміння їхньої системної сутності та унікальності, і прикладає максимум зусиль для отримання найповніших відомостей про ділових партнерів й співробітників з метою їх кращого розуміння [5].

Висновки та пропозиції. Таким чином, корпоративна культура організації – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм та правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культура міжособистісних стосунків на підприємстві і саме від неї залежить ефективність діяльності організації та сформований імідж. Культура матеріалізується в корпоративних переказах, церемоніях, святкуванні успіхів, звичаях, а також в меті, стратегії, процесі управління, структурі, методах розподілу ресурсів компанії тощо. Безсумнівно, що тільки інтенсивна і цілеспрямована робота з персоналом організації може принести гідні плоди на ниві плекання корпоративної культури. Проекти, меморандуми, схеми, записки та ідеї так і залишаться незатребуваними паперами, якщо в один прекрасний день керівник не усвідомить, що проект став чимось більшим, а саме, «душею», повітрям організації.

Список використаної літератури:

1. Аніщенко В.О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В.О.Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64−71.

2. Арметемко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності / М.Г. Арметемко. //Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Філософія. Філософські перипетії.. – 2010. – С. 91−99.

3. Бала О. І. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види / О.І. Бала, О.В. Мукан, Р.Д. Бала // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 682 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 11–15.

4. Іваницька Н.Б. Концепції мотивування персоналу до формування корпоративної культури на машинобудівному підприємстві. / Н.Б. Іваницька //Вісник Національного університету "Львівська політехніка" – 2010. – №683. – С. 294−299.

5. Лопухова К.О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси підприємства. / К.О. Лопухова // – Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 31. – С. 216-219.

6. Семикіна А. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу / А. Семикіна // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2010. – №15. – С. 13−16.

7. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації / П.С. Смоленюк // Наука й економіка. – 2010. – № 1. – С.123−128.

8. Чернишова Т.О., Деякі аспекти корпоративної культури організації / Т.О. Чернишова, Т.А. Немченко // – Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – вип. 17. – С. 35−39.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ КЕРІВНИКА НА ПІДЛЕГЛИХ

Р.О. Клименко, магістрант
науковий керівник:
І.В. Копитова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. У сучасних умовах господарювання наука управління являє собою складне соціально-економічне явище, яке відбивається на всіх аспектах життя суспільства. Прагнення оптимально організувати роботу спонукало вчених різних галузей уважно вивчати механізми і причини, за рахунок яких забезпечується висока ефективність виробництва. Дослідниками встановлено, що віддача працівників підприємства значною мірою пов'язана з особистими якостями керівника, його професіоналізмом, організаторськими здібностями, методами і стилем управління. Керівнику висувається цілий ряд вимог, від знання яких, і відповідності яким, залежить успіх всієї організації. В даний час пошук шляхів активізації людського чинника всередині організації і врахування соціально-психологічних особливостей персоналу є одним з вирішальних умов підвищення діяльності будь-якої фірми. Тому знання психологічних аспектів проблематики керівництва, критеріїв та факторів, що впливають на ефективність діяльності колективу, стає обов'язковим компонентом професійної діяльності керівників будь-якої ланки.

Питання проблем впливу керівника на підлеглих вивчали дослідники Ю. Криворучко, А. Каменська, Г. Дмитренко, А. Тельнов, С. Кожем’якіна, Г. Безкровна, Г. Андрєєва, Л. Уманський та багато інших. Вони досліджували питання взаємодії керівника та працівника, запобігання виникненню конфліктів між ними, ефективність неформального спілкування, види спілкування, вербальне спілкування.

Мета дослідження полягає у виявленні індивідуально-особистісних особливостей, що впливають на ефективну взаємодію з персоналом, характерних для конкретних керівників і груп.

Основний матеріал. Ефективність управління виявляється у створенні в соціальній групі позитивного психологічного клімату, спрямованого на зміцнення згуртованості колективу та задоволення його членів своєю діяльністю. Щоб група людей, які працюють спільно, перетворилася на справжній колектив, що діє як єдиний соціальний організм, необхідні певні умови (спілкування членів групи протягом відносно тривалого часу; спільна суспільно-корисна діяльність; дієва групова емоційна ідентифікація). Паралельно з умінням вибрати оптимальний в даній ситуації стиль керівництва, керівник повинен передусім знати типові помилки, властиві людям його статусу, і правильно будувати міжособистісні відносини з персоналом.

До типових помилок належать випадки, коли:

− керівник не дає конкретних завдань, але постійно докучає підлеглим великою кількістю питань загального характеру;

− “зациклений" на одній темі в спілкуванні з персоналом, наприклад, трендовій дисципліні;

− щодня формулює нові ідеї для виконання завдання;

− постійно проповідує свої задуми;

− не довіряє своїм співробітникам, зловживає дріб'язковим контролем;

− малодоступний як територіально, так і в часі;

− не має готових рішень виробничих задач [1, с. 97].

Для подолання вищезазначених проблем керівникам організацій необхідно дотримуватись таких рекомендацій:

1.Керівник зобов'язаний бачити в кожному підлеглому не посаду, а особистість, виявляти доброзичливість і терпимість.

2. Бажано завжди пам'ятати, що “сильний ніколи не принижує" і, отже, неприпустимо підвищувати голос на свого співробітника, навішувати ярлики типу “ледар", “нероба", “тупиця" і т. д.

3. Керівник повинен з повагою ставитися до особистого життя працівника, але при цьому уникати порад в цій сфері.

4. Важливо пам'ятати, що поважають тільки тих керівників, які хвалять при всіх, а відчитують віч-на-віч; ніколи не скаржаться на своїх співробітників і, якщо треба, беруть їх провину на себе; своєчасно та відкрито визнають свої помилки.

5. Незважаючи на особисті симпатії і антипатії, керівник зобов'язаний висувати до всіх підлеглих схожі вимоги, до всіх ставитись однаково, нікого не виділяти; при сторонніх звертатися до своїх співробітників на ім'я та по батькові, незалежно від їх віку.

6.Неприпустимо читати нотації та повчати персонал, якщо сам керівник не дотримується даної вимоги: виховне значення має тільки особистий приклад керівника [3, с. 53].

Типова помилка молодих керівників полягає у прагненні стати “своїм" серед підлеглих. Краще зберігати дистанцію, розділяти особисте і службове, не допускати панібратства. В іншому випадку наказ як форма розпорядження буде неефективним.

Керівник не має морального права приховувати від своїх співробітників важливу для них інформацію. Разом з тим, він зобов'язаний класти край пліткам і доносам.

Виділяють ряд бар’єрів, які виникають на шляху керівників під час роботи з розвитку їхньої організації:

− непоінформованість людей і, як наслідок, відсутність впевненості в стабільній роботі організації в найближчій перспективі;
− невпевненість в організації щодо найважливіших соціальних проблем;
− низький рівень взаєморозуміння між керівництвом та персоналом і т. ін.;
− мовний бар’єр між керівником та підлеглим;
− незрозумілість суті донесених фактів з боку керівника для підлеглих [4, с. 13].

Для подолання цих бар’єрів необхідно ефективно використовувати методи як вербального, так і невербального спілкування. Оскільки, згідно із результатами дослідження Мехраб'єна, в процесі спілкування за допомогою сенсу слів передається лише 7% інформації, інтонація дає 38%, а міміка, жести, сигнали і символи несуть 55% інформації, більш ефективним методом є саме невербальне спілкування [5, с. 15]. До його основних переваг можна віднести:

− мова погляду (тривалість погляду, тип погляду, розмір зіниць, якість, зміст погляду). Погляд передає не лише емоції, а також і змістовну інформацію;
− використання у комунікації жестів;
− простір (відстань між партнерами, місце в кімнаті, в будинку),
− передачі інформації, символи і сигнали;
− сигнальне значення одягу [2, с. 20].

Іноді передача інформації вербальними засобами може спотворюватися, за рахунок вживання слів-«агресорів» (претензія, дурниця та інше). Одна з найважливіших проблем цього типу спілкування є саме розуміння, що залежить від обізнаності, досвіду, спрямованості, ціннісних орієнтацій партнерів.

У комунікації між людьми важливе місце займає вміння знайти правильну позицію, належно підлаштуватися до партнера. Враховуючи це, керівник, як основна ланка даного процесу, повинен не просто бути авторитетом, яскравим, компетентним, а й хорошим психологом. Йому необхідно правильно поєднувати елементи вербального та невербального спілкування в процесі ведення нарад, бесід із підлеглими. Такий підхід забезпечить належний рівень взаємодії системи «керівник – підлеглий».

Висновки та пропозиції. Уміння працювати з людьми − найважливіша якість, якою повинен володіти керівник. Ефективність управління виявляється у створенні в соціальній групі позитивного психологічного клімату, спрямованого на зміцнення згуртованості колективу та задоволення його членів своєю діяльністю. Слід пам'ятати про те, що ефективна взаємодія керівника та підлеглого є золотим ключем до стабільної і ефективної роботи організації, оскільки, саме вона забезпечує правильність надання інформації та основних завдань, дій, шляхом використання невербального спілкування з метою підсилення дії результату в процесі спілкування. Головною проблемою, яка ігнорується практично всіма керівниками, що приступають до масштабних змін в організації, є відсутність перспективної кадрової політики. Тому керівник повинен враховувати цей факт у побудові роботи організації, в управлінні кадрами, розглядаючи кожного працівника як індивіда, який володіє набором визначених характеристик, як фахівця, покликаного виконувати визначену роботу, як члена групи, що виконує визначену роль у груповій поведінці, і як людину, яка вчиться і змінює своє ставлення відповідно до принципів корпоративної поведінки.

Список використаної літератури:

1. Безкровна Г. Д. Комунікаційні елементи в системі управління персоналом підприємства / Г. Д. Безкровна// Держава та регіони. – 2008. – №12. – С. 96 – 102.

2. Дмитренко Г. Дослідження необхідності вербального та невербального спілкування в процесі управління /Г. Дмитренко// Вища школа – 2009. – №12. – С. 19 – 28.

3.Тельнов А. Психологічні аспекти управління персоналом проблеми та шляхи вирішення /А. Тельнов// Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №10. – С. 52 – 55.

4. Кожем'якіна С. М. Соціальний конфлікт на підприємстві / С. М. Кожем'якіна// Держава та регіони. – 2010. – №7. – С. 12 – 15.

5. Криворучко Ю. М. Конфлікти в трудових колективах та керування ними /Ю. М. Криворучко/ Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 14 – 18.

СЕКЦІЯ 3. ТЕХНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ, ЯК СКЛАДОВОЇ ТЕХНОЛОГІЇ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТОВ «УКР-ЛЕНД»

Ю. В. Турська, студентка
науковий керівник:
О.Ф. Присяжнюк, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Наявність ефективної системи планування є однією з передумов успішного розвитку підприємства. Формування якісної системи планування можливе із врахуванням сучасних економічних процесів і тенденцій, які відбуваються на підприємствах та в економіці загалом.

Проблемі дослідження планування, як важливого чинника управління персоналом, присвятили свої праці чимало вітчизняних та зарубіжних вчених: В.Є. Москалюк, Г.М. Тарасюк, Т.Г. Морозова, В.Г. Воронкова, А.І. Ільїн, О.Б. Плоха, К.Л. Хадсон, Г.Д. Стейнер, Дж. Майнер. Вивченню питань розвитку та формування системи планування присвятили свої роботи такі автори як: Н.В. Куденко, Е.В. Мінько, Дж.К. Лафта, Ю.І. Черняк, Л. Берталанфі. Проте, враховуючи мінливість зовнішнього середовища, можна стверджувати, що питання вивчення системи планування і надалі залишається актуальним. Метою дослідження є виявлення основних тенденцій, які визначають процеси планування на сучасному підприємстві та формування рекомендації щодо удосконалення процесу планування.

Основний матеріал. Планування – відокремлений вид управлінської діяльності, який визначає перспективу і майбутній стан підприємства [1].Планування спрямоване на оптимальне використання можливостей підприємства та включає:

а) встановлення кінцевих і проміжних цілей;

б) визначення задач, вирішення яких необхідно для досягнення цілей;

в) встановлення засобів і способів їх досягнення;

г) оцінку необхідних ресурсів, їх джерел і способів реалізації [2].

Планування передбачає прийняття рішення про те, якими мають бути цілі підприємства, і що повинні робити його члени для досягнення цих цілей. Результатом процесу планування є планові задачі, котрі встановлюють, як розподілити ресурси й організувати досягнення цілей, і стандарти, необхідні для здійснення контролю над процесом реалізації планових завдань [3].

План підприємства – це завчасно розроблена система заходів, що передбачає цілі, зміст, збалансовану взаємодію ресурсів, обсяг, методи, послідовність і строки виконання робіт по виробництву і реалізації продукції або наданню послуг. План дозволяє підприємству оцінити, наскільки реальне досягнення поставлених цілей.

Об’єктом сучасного стану планування на підприємстві «УКР-ЛЕНД» є його діяльність, під якою розуміють виконання основних функцій. Такими функціями підприємства є:

- господарська діяльність, що спрямована на одержання прибутку для задоволення соціальних та економічних інтересів власника майна та членів трудового колективу;

- соціальна діяльність, що забезпечує умови для відтворення працівника і реалізації його інтересів (політика оплати праці, забезпечення безпечних умов усім, хто працює на підприємстві; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів і т. д.);

- екологічна діяльність, що спрямована на зниження і компенсацію негативного впливу виробництва, яке здійснюється на підприємстві на довкілля.

Планування на підприємстві «УКР-ЛЕНД» обмежене низкою об'єктивних і суб'єктивних причин.

Серед об'єктивних факторів найважливішими є невизначеність ринкового середовища та витрати планування. Повністю усунути невизначеність неможливо, але можливо зменшити ступіть її впливу за допомогою планування. Для більш повної реалізації функції планування в умовах досліджуваного підприємства доцільним є залучення або виділення з існуючої організаційно-управлінської структури підприємства працівників, які б займалися плануванням, що передбачатиме наявність додаткових витрат. Правилом визначення ефективності витрат на планування може бути правило будь-яких витрат: додаткові кошти мають бути витрачені тільки в тому разі, якщо вони створять додатковий позитивний ефект. Складність при визначенні оптимальних витрат полягає в тому, що за допомогою кількісних методів не можна визначити дохід, одержаний від планування. Ефект планової діяльності може визначити тільки досвідчений менеджер, використовуючи якісні (об'єктивні) та суб'єктивні методи оцінки.

Друга група причин включає суб'єктивні перешкоди для здійснення ефективного планування в умовах ТОВ «УКР-ЛЕНД»:

1) пріоритет короткострокових завдань та інтересів над довгостроковими (на підприємстві є багато невідкладних завдань, що потребують вирішення в максимально короткий проміжок часу);

2) природа особистості спеціаліста в галузі планування (як було відмічено вище, на підприємстві відсутній планово-економічний відділ, що породжує проблеми взаємодії управлінського персоналу в процесі планової діяльності).

Основою для планування діяльності підприємства є систематизація та оцінка сприятливих та несприятливих факторів, що впливають на умови господарювання (табл.1).

Таблиця 1

Оцінка можливостей та загроз для реалізації функції планування ТОВ «УКР-ЛЕНД»

Можливості (М)	Загрози (З)
1. Розширення ринків збуту. 2. Залучення інвестицій. 3. Вільний доступ до сировинного ринку. 4. Перехід на повний цикл виробництва. 5. Залучення інвестицій	1. Низька купівельна спроможність населення України 2. На ринку якісної домінує продукція імпортного виробництва. 3. На тому сегменті, де працює підприємство ринок є дуже вузьким. 4. Великий рівень інфляції. 5. Низький рівень розвитку ринкової інфраструктури.

Джерело: власні дослідження.

Для успішного аналізу оточення підприємства важливо не тільки виявити загрози та можливості, але й спробувати оцінити їх з точки зору того, наскільки важливим для підприємства є врахування в стратегії його поведінки кожної з виявлених загроз та можливостей. Саме таку система має бути основою в умовах ТОВ «УКР-ЛЕНД» для здійснення ефективної діяльності та досконалого планування.

Зважаючи на виявлені проблеми, методичними рекомендаціями щодо удосконалення процесу планування на підприємстві є: моніторинг середовища функціонування підприємства, формування стратегічних цілей та стратегій із врахуванням інтересів груп економічного впливу удосконалення методології; зростання професіоналізму персоналу; застосування комп'ютерної техніки; стимулювання розробників і виконавців планів та правильне встановлення процесу планування місії та цілей підприємства; залучення 1–2 працівників, які б займалися б плановою діяльністю, що дозволило б систематизувати процес планування. З позицій адміністративного

менеджменту, важливим є втілення нових прогресивних методів прогнозування задля забезпечення стимулювання використання наявних і прихованих ресурсів та підвищення економічної ефективності діяльності підприємства.

З метою усунення виявлених проблем підприємству також потрібно удосконалити своє планування шляхом запровадження матеріального планування, сезонного планування, планування інформаційно-роз'яснювальних робіт, загального планування. Основними шляхами подальшого удосконалення системи планування мають бути методи організації, спрямовані на усунення різного роду втрат і скорочення виробничих витрат, підвищення продуктивності праці, знаходження засобів для придбання додаткової кількості техніки використовуваної при збиранні сільськогосподарських культур.

Врахування цих рекомендацій дасть змогу удосконалити процес планування, а відтак і управління підприємством.

Висновки та пропозиції. Отже, в процесі дослідження були виділені такі проблеми: відсутність працівників, що займалися б процесом планування; ТОВ «УКР-ЛЕНД» не володіє повними (достатніми) даними про своє майбутнє і не в змозі передбачити всі зміни, які можуть відбутися в зовнішньому середовищі, а тому не може повністю усунути невизначеність та цілком спланувати свою діяльність

Основними напрямами подолання цих проблем є: удосконалення існуючої системи планування діяльності ТОВ «УКР-ЛЕНД»; прийняття обґрунтованих та систематизованих планових рішень; визначення цілей, стратегій, програм, а також розподіл ресурсів; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів підприємства; залучення 1-2 працівників, які б займалися б плановою діяльністю; втілення нових прогресивних методів прогнозування; аналіз діяльності потенційних конкурентів на ринку; покращення фінансового планування; підвищення якості планування на основі вдосконалення методології вимірювання витрат і результатів. Підприємству необхідно точно планувати свою діяльність, згідно вибраних цілей і прогнозувати її результати в контексті конкретної ринкової ситуації. Приймаючи обґрунтовані і систематизовані планові рішення керівництво знижує ризик прийняття неправильного рішення через помилкову та неперевірену інформацію про можливості підприємства чи про зовнішню ситуацію.

Удосконаливши планування підприємство зможе визначити свої управлінські цілі, сформувати стратегічне і тактичне планування, покращити як економічний, так і матеріальний стан, підвищити продуктивність праці та якість продукції.

Список використаної літератури:

1. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту Підручник. / О.Є. Кузьмін, О.Г.Мельник. – К.: Академвидав, 2003. – 414 с.

2. Осовська Г.В. Основи менеджменту. Підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський.– К.: Кондор, 2006. – 661 с.

3. Мартиненко М.О.Основи менеджменту Підручник. / М.О. Мартиненко. – К.: Каравела, 2005. – 494 с.

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЧНИМ СЕКТОРОМ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В.А. Савчук, аспірант
науковий керівник:
Л.Ц. Масловська, д.е.н. професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Суспільна і екологічна корисність органічної агропродовольчої продукції потребує підвищеної уваги до її просування на ринку та формування прихильності і лояльності споживачів. У зв'язку з цим необхідно посилювати дієвість і ефективність маркетингового управління органічним сектором з метою зміцнення ринкових позицій та конкурентоспроможності виробників. Повноцінний внутрішній ринок органічної агропродовольчої продукції з завершеним циклом виробництва формується досить повільно. За цих умов зростає значення маркетингового управління галуззю. Маркетингове управління як комплекс виробничих, організаційно-економічних та інформаційних заходів спрямоване на використання принципів сучасної маркетингової концепції в усіх ланках виробництва з метою збільшення ринкової частки та доходів і забезпечення максимальної задоволеності споживачів та суспільства в цілому.

Основний матеріал. Маркетингове управління вітчизняним органічним сектором аграрної економіки здійснюють держава і Федерація органічного руху України [1] Маркетинговий комплекс стосовно продукції органічного походження включає усі відомі елементи – (4Р). Особлива роль у цьому комплексі належить продукту, який має бути сертифікованим. Сертифікація органічних товаровиробників і виробленої ними продукції є основним напрямом продуктової політики. Це означає, що товарна політика виробників органічної продукції завчасно спрямована на створення продукту з такими характеристиками, які відповідають стандартам, що є відправною точкою їх діяльності та основним завданням маркетинг-менеджменту. Наявність сертифіката стандартизації і маркування засвідчує високу якість продукції і її цінність для споживача. Маркування органічної продукції, яка поступає на ринок, передбачає надання їй логотипу «Органік», який забезпечує ідентифікацію цієї продукції, спрощує вибір споживачів та забезпечує відповідні гарантії якості. Органічна гарантійна система, яка включає сертифікацію, інспекцію та маркування, в своїй діяльності використовує як правові норми і обов'язкові вимоги в рамках державного регулювання, так і визначені світовою спільнотою органічні стандарти усього процесу сільськогосподарського виробництва та переробки до рівня кінцевої продукції, включаючи її пакування, маркування і доставку споживачам [2, с 4-12].

Важливу роль у просуванні органічної агропродовольчої продукції до споживача і у завоюванні його прихильності відіграє упакування. Попри вимоги органічного стандарту щодо екологічності матеріалів, з яких виготовляється упаковка органічної продукції, вона має бути оригінальною, привабливою, викликати асоціації, пов'язані з здоровим харчуванням та національними традиціями. Сертифіковані підприємства мають право самостійно переробляти, пакувати та здійснювати маркування не розфасованих органічних продуктів, а несертифіковані – мають право продавати лише розфасовані продукти. Виробники органічної продукції можуть постачати продукцію до несертифікованої компанії лише у розфасованому вигляді – у закритих упаковках, що містять маркування відповідно до вимог.

Наступним напрямом товарної політики у сфері органічного виробництва є розширення продуктового (товарного) асортименту продукції. При цьому надзвичайно

важливо, на наш погляд, підвищувати в асортиментній структурі частку продукції з вищою доданою вартістю, тобто формувати завершений продуктовий ланцюг. Достовірної офіційної інформації щодо обсягу та асортименту органічної продукції на ринку України немає через відсутність статистичних даних та неврегульованість митного контролю, за якого у митних деклараціях органічна продукція не виокремлюється серед традиційної.

Висновки та пропозиції. Таким чином, охарактеризовані напрями продуктової і товарної політики в органічному секторі виробництва агропродовольчої продукції у своїй сукупності спрямовані на формування бренда «органічний продукт».

Важливим каналом збуту на етапі становлення внутрішнього локального ринку органічної продукції може стати прямий збут (продаж безпосередньо на фермі, на роздрібному ринку, у власному магазині у місті чи райцентрі тощо). Це сприятиме наближенню сертифікованої органічної продукції до ширшого кола споживачів і формуванню культури здорового харчування. При цьому зростатимуть прибутки фермерів, скорочуватимуться видатки.

Для просування органічної продукції практикують рекламу, персональний продаж, виставкову діяльність. Найбільш поширеним і ефективним у плані охоплення зацікавлених сторін − товаровиробників і споживачів органічної продукції є спеціалізовані виставки-ярмарки, які регулярно організовує Федерація органічного руху України у рамках реалізації швейцарсько-українського проекту «Розвиток органічного ринку в Україні (2012-2016 р.р.)». Відвідувачі виставок мають можливість ознайомитися, продегустувати та придбати високоякісну органічну продукцію, отримати точну і достовірну інформацію щодо ринку органічних продуктів, новинок та розробок провідних виробників [3].

Значну просвітницьку і консультаційну функції виконують Міжнародні конференції, наприклад «Розвиток органічного ринку в Україні: Експорт органічної продукції та політичний діалог», «Органічне виробництво і продовольча безпека», а також видання журналу «ORGANIC UA».

Серед комунікаційних заходів недостатньо практикується реклама. Для досягнення доброї обізнаності споживачів про органічну продукцію і створення попиту на неї важливо вивчати передовий досвід провідних країн ЄС, використавши інтенсивну рекламну кампанію через засоби масової інформації. При цьому слід підкреслювати переваги органічних продуктів для людського здоров’я, пов’язувати їх з позитивними атрибутами, такими як «добробут», «тривалість життя», «традиційна кухня», «народна культура». Науковці пропонують доцільним організацію і проведення широкої PR-компанії з підвищення суспільної обізнаності щодо переваг (економічних, соціальних, екологічних, оздоровчих) органічного виробництва та екологічно чистих продуктів харчування.

Список використаної літератури:

1. Управління сектором аграрної економіки. Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: www. Organic.com.ua

2. Оскольський В.В. Екологічно чисте виробництво: економічні та організаційні аспекти управління якістю продукції / В.В. Оскольський // Економіка України. 2013. − № 11. − С. 4–12.

3. Представники українського органічного сектору відвідали найбільшу міжнародну виставку органічної продукції БіоФах-2013/11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tpp.ks.ua/poslugi/info-resurs-zelena-informatsiya/615-ukrajinski-virobniki-zavojovuyut-evropejskij-rinok-organichnoji-kharchovoji-produktsiji.html

ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

В.М. Карпусь, магістрант
науковий керівник:
І.В. Копитова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Зв'язки з громадськістю є галуззю, що динамічно розвивається, реагуючи на зміни, які постійно відбуваються у комунікативному просторі сучасного суспільства. Виступаючи важливим соціальним інститутом, який забезпечує спілкування суб'єктів соціального функціонування з різними агентами соціокультурного поля (публіка, стейкхолдери), PR, разом з тим, часто постає об'єктом жорсткої критики з боку громадськості, самих теоретиків соціальних комунікацій. Тому надзвичайно актуальним уявляється прояснення суті та соціальної ролі PR-діяльності, її місця в організаційній структурі сучасних компаній.

Вивченню PR присвятили свої праці багато дослідників, починаючи з другої половини XIX ст. Найбільш значущий внесок із сучасних вітчизняних, зробили В. Королько, І. Кужелєва-Саган, Г. Почепцов, С. Фролов, М. Шишкіна. Осмисленню сутності та функціональних засад PR-діяльності присвячено праці також американських дослідників − Дж. Груніга, Ш. Боуена, Ф. Буарі, К. Фіцпатріка. Вони звертаються до уточнення суті та змісту інституту PR, принципових засад, на яких повинна бути побудована діяльність професійних PR-організацій. Проте і досьогодні дана проблема знаходиться в центрі уваги науковців та практиків менеджменту.

Основний матеріал. Історія розвитку наукового знання про PR досліджує розвиток наукової думки з проблем паблік рилейшнз. Науковець Березенко В.В. [2] при розгляді історії становлення науки про зв’язки з громадськістю пропонує спиратися на два підходи: інтерналістський і екстерналістський.

Інтерналістський підхід, або «історія ідей», дозволяє фокусувати увагу на виникненні та еволюції понять, концепцій і теорій, що стосуються проблематики управління комунікаціями з громадськістю за допомогою комунікативних технологій. Історію формування «внутрішніх» передумов розвитку науки про зв’язки з громадськістю дослідниця І. Кужелева-Саган [5] пропонує розуміти передусім як історію соціальних ідей, а точніше ідей про управління соціумом. Цей ракурс, на її думку, свідомо залишає «за дужками» зовнішні (соціокультурні) чинники й дозволяє сконцентруватися саме на інтелектуальному боці проблеми генези і передумов науки про PR та виявити нові, такі, що не потрапляли раніше в поле зору, концепції й теорії. Такий підхід виправданий для відновлення «родового наукового дерева» науки про PR, тобто її генетичного зв’язку з іншими дисциплінами і філософським знанням, що виявляється, як відомо, саме на рівні ідей.

Екстерналістський (комунікативний) підхід дає можливість побачити генезу науки про PR як співвідношення її сучасного стану з відповідною фазою розвитку, характерною для становлення будь-якої соціальної науки. При цьому можна простежити, наскільки інтенсивно формуються та розвиваються комунікативні мережі всередині інтелектуальної спільноти, яка поступово перетворюється завдяки цим мережам на наукову PR-спільноту; як виникають перші наукові школи PR, які об’єднували вчених одного або кількох університетів; як проводяться наукові очні та «заочні» (електронні) PR-форуми; які існують спеціалізовані наукові видання з проблем PR тощо. Головна перевага застосування цього підходу в тому, що він дає можливість визначити точки зростання нової науки за допомогою аналізу наукових публікацій з проблем паблік рилейшнз, їх експертизи за критеріями новизни, взаємоцитування, диференціювання за конкретною PR-

тематикою. Можна припустити, що все це дозволить доволі об'єктивно оцінити загальний стан PR-знання в Україні з погляду ступеня його зрілості, інституціональності.

Проаналізувавши розвиток PR як галузі знань в Україні в період з 1991 р. по сьогоднішній час, науковці виокремили такі етапи їх становлення:

I етап – 1991-1996 рр. − початок конституювання нової наукової дисципліни — «паблік рилейшнз», яке відбувалося на тлі функціонування неструктурованих та неінституалізованих об'єктів та суб'єктів PR-комунікаційної практики, що переважно використовувала односпрямовані комунікаційні моделі та вузькі, часом точкові аудиторії; характеризувався відсутністю методології, теоретичних концепцій, параметрів дослідження українських зв'язків із громадськістю, а також відсутністю наукового визначення системи координат функціонування паблік рилейшнз в Україні та оцінки вже наявних PR-практик.

II етап – 1997-2001 рр. − етап первинної інституалізації науки про зв'язки з громадськістю, який характеризувався такими ознаками: накопиченням емпіричного матеріалу, ускладненням і трансформацією PR-практик (професійна діяльність набуває інструментально-технологічного характеру, з'являються перші ознаки інституційної діяльності, істотно розширюється суб'єктно-об'єктна сфера, моделі PR-комунікації, що превалюють у цей період, можна визначити як однобічні або двобічні асиметричні), а також формуванням засад зв'язків із громадськістю, що вимагали нового рівня і нових параметрів наукового осмислення; тим, що методологія, теоретичні концепції, параметри оцінки українських зв'язків із громадськістю, інституційної діяльності на поточному етапі ще не були вироблені, що суттєво ускладнювало будь-яке дослідження у сфері паблік рилейшнз, оскільки були відсутні відправні точки для аналізу певної проблеми. Також не була вибудувана система координат функціонування зв'язків із громадськістю в Україні, оцінка вже наявних даних та їх інтеграція в загальний контекст розвитку світової науки у зв'язку з цим були також ускладнені.

III етап – 2002-2006 рр. − етап розвитку наукового знання про зв'язки з громадськістю в Україні, що характеризується розширенням спектра методів і верифікаційних процедур, які застосовуються в наукових дослідженнях; започаткуванням процесу вибудови теорії паблік рилейшнз; визначенням праксеологічної спрямованості науки про зв'язки з громадськістю; наявністю інституалізацій них процесів як у сфері практичної діяльності, так і в сфері наукового знання про паблік рилейшнз.

IV етап – з 2007 р. до сьогодні − етап відокремлення нового напряму досліджень – соціальних комунікацій, що сприяє поглибленню й узагальненню теоретичного знання про PR, досягненню ним проектно-конструктивного рівня впливу на стан соціально-комунікаційних відносин у суспільстві; досягнення інституціонального рівня функціонування, репрезентованого в соціальній практиці українського соціуму (паблік рилейшнз стають предметом цілеспрямованого вивчення з боку наукової спільноти, про що свідчить стрімке зростання кількості досліджень зазначеного феномена); розвиток самого знання про паблік рилейшнз, диференціація його на низку спеціалізованих дисциплін і дослідницьких напрямів; формування теорії й методології зв'язків із громадськістю, параметрів визначення інституційної діяльності, вибудовування системи координат функціонування PR в Україні та оцінки вже наявних даних [8].

У сучасному житті зв'язки з громадськістю (або PR) з багатьох причин є важливою складовою діяльності компанії. У багатьох великих компаніях департаменти по зв'язках з громадськістю мають таке ж значення, як і відділи маркетингу. А низка компаній для досягнення своїх цілей у спілкуванні з цільовими аудиторіями, вдаються тільки до PR-інструментів [6].

Основним призначенням піару є досягнення високої суспільної репутації фірми (або іншої організації або приватної особи, що потребує PR-послуги). Слід відрізняти піар від реклами: хоч і те і інше забезпечує процес ділових комунікацій, проте реклама розповідає про товар, а піар − про фірму-виробника [4]. Важливою особливістю правильно

організованого піару є те, що це робота спрямована не стільки на миттєвий результат, скільки на досягнення довгострокових вигод [1].

Бурхливий розвиток комунікативних технологій спричинив зміни у багатьох функціональних сферах, у тому числі й у галузі зв'язків із громадськістю. Рекламні агенції, аби утримати клієнтів, змушені пропонувати нові способи просування продукту. Традиційні PR-технології втрачають свій вплив, оскільки сучасній аудиторії властива імунізація, тобто люди швидко звикають до цікавих і оригінальних акцій та повідомлень [3].

Отже, призначенням PR є досягнення високої суспільної репутації фірми (або іншої організації або приватної особи, що потребує PR-послуги). Для створення і підтримки позитивної громадської думки про підприємство, забезпечення бажаної поведінки суспільства щодо підприємства фахівці з паблік рилейшнз повинні надавати пресі матеріали. Таким чином, паблік рилейшнз є інструментом, який, широко взаємодіючи з іншими інструментами маркетингових комунікацій, створює середовище, де підприємству значно легше здійснювати маркетингову діяльність [7].

Висновки та пропозиції. Поняття «паблік рилейшнз» (зв'язки з громадськістю, комунікації із громадськістю, ПР, піар) поступово стає візиткою нашої епохи, поширюючись не тільки на внутрішні процеси соціально-економічного та політико-культурного життя, але й на сферу міжнародних відносин. І, якщо в першому випадку вони сприймаються як щось зрозуміле, то в іншому − часто викликають сумнів і недовіру. Однак, будучи важливим засобом побудови гармонійних відносин між організацією і її громадськістю, паблік рилейшнз стають необхідним інструментом узгодження інтересів у будь-якій сфері життя суспільства, у тому числі й у системі міжнародних відносин.

Список використаної літератури:

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Монографія / В.М. Бебик − К.: МАУП, 2005. − 437 с.

2. Березенко В.В. Історичний аспект розвитку наукового знання про PR / В.В. Березенко // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 20. – С. 93-96.

3. Викентьев І.Л. Прийоми реклами та паблік рілейшнз. Програми консультанти / І.Л. Викентьев. − СПб.: Триза Шанс, ВД Бізнес-Преса, 2012. – 380 с.

4. Діксон П.Р. Управління маркетингом / П.Р. Діксон − М.: ЗАТ «Видавництво БІНОМ», 2013. – 250 с.

5. Кужелева-Саган И.П. Методология реконструкции генезиса паблик рилейшнз / И. П. Кужелева-Саган. – Томск : Изд-во ТГУ, 2011. – 216 с.

6. Мазур В.С. PR-технології ефективний інструмент сучасного суспільства [Електронний ресурс] / В.С. Мазур – Режим доступу: http://www.sworld.com.ua/simpoz8/18.pdf.

7. Методи й інструменти паблік рилейшнз [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://vikidalka.ru/2-198527.html.

8. Виникнення та розвиток ПР в Україні [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://studopedia.com.ua/1_387361_diyalnosti.html.

КОНТРОЛЬ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ: СУТНІСТЬ, ВИМОГИСУЧАСНОСТІ

О. Тихончук, студентка
науковий керівник:
С.О. Лавриненко, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Контроль – це важлива та об'єктивно необхідна функція управління. Функція контролю дає змогу тримати в полі зору найважливіші питання, своєчасно реагувати на негативні явища та відхилення від норми, знаходити невикористані резерви, підтримувати оптимальне трудове напруження в колективі. Тому необхідно розвивати й оновлювати підходи, методи, форми контрольної діяльності відповідно до вимог демократизації та гуманізації управління сучасним світом.

Контроль як функцію управління за всіх часів тлумачили, передусім, з урахуванням соціально-політичних обставин у країні. Так, за радянських часів в період жорсткого правління контроль визнавали головною функцією. Він конкурував з управлінням як таким, бо назви різних публікацій мали заголовки на кшталт: "Керівництво та контроль". Поступові процеси демократизації країни порушили питання етики контролю, взаємоконтролю та самоконтролю, розвитку соціально-психологічної групи методів контролю (Л. Даниленко, Г .Єльникова, Л. Карамушка, Ю. Конаржевський, В. Маслов, Н. Островерхова, В. Пикельна , Т. Шамова) . Кінець 90-х рр. XX ст. навіть позначався дискусіями стосовно доцільності контролю та висунення як альтернативи технологій експертизи й моніторингу (Г. Дмитренко, А. Єрмола, О. Касьянова, В. Лунячек, З. Рябова).

Слід зазначити, що теорія та практика традиційного зарубіжного й вітчизняного менеджменту завжди зараховували контроль до операційних функцій (Л. Калініна, О. Кузьмін, В. Маслов, О. Мельник, М. Мескон, Ф. Хміль). Інновації спіткали цю функцію здебільшого стосовно підходів, методів, технологій, форм її реалізації.

Основний матеріал. Контроль – одна з операційних функцій управління. Вона підпорядкована, як і аналіз, планування, організація, регулювання, реалізації основної мети управління: забезпечення стабільності, оптимальності функціонування організації та переведення її діяльності на вищий якісний рівень. Водночас контроль як самостійний вид діяльності має свої специфічні цілі. Він покликаний забезпечувати цілеспрямованість і стабільність діяльності організацій через постійне відстеження стандартів, норм, рішень, правил. Саме нерозуміння цього призводить до перебільшення значення контролю в системі управлінської діяльності та бюрократизації, або до його формалізації та повної лібералізації.

Основна мета контролю як функції управління – встановити допустимі відхилення планової діяльності від встановлених стандартів. Завдання контролю полягають у забезпеченні планового перебігу діяльності та досягнення цілей і прогнозованих результатів , встановленні відповідності стандартам якості діяльності та її результатів, підтримці гарантованості виконання рішень, встановлення зворотного зв'язку в процесі комунікацій під час діяльності, створенні умов для підвищення ефективної діяльності та конкурентоспроможності організації.

Контроль має важливе значення для ефективного управління організацією, а саме: *діагностичне* (сутність полягає в забезпеченні інформацією про стан організації та її окремих підсистем); *виховне* (формує відповідальність за певну ланку роботи та результати діяльності); *стимулююче* (спонукає до продуктивної роботи, саморозвитку, самоконтролю та самокорекції).

Контроль повинен відповідати основним принципам, що уможливлюють його ефективність: *стратегічна спрямованість* (контроль повинен відображати пріоритети

розвитку організації); *плановість і систематичність* (дають можливість уникнути надмірного контролю та, навпаки, запобігти його відсутності); *своєчасність* (забезпечується не швидкістю або частотою перевірок, а адекватним відображенням об'єкта контролю в часі за допомогою відповідних вимірів); *гнучкість* (параметри контролю, що відігравали провідну роль у минулому, сьогодні вже могли втратити свою актуальність; система управління не може обмежуватись чітким розподілом сфер контролю, добіркою методів контролю. Вона повинна бути рухливою); *науковість* (передбачає глибоку наукову основу контрольної діяльності, повноту висновків та рекомендацій, високий рівень компетентності перевіряючого); *об'єктивність* (щодо оцінки та доброзичливість у ставленні до суб'єктів перевірки); *адресність* (інформація про результати контролю важлива за умов потрапляння її до осіб, які можуть впливати на ці результати); *економічність та раціональність* (полягає в застосуванні ефективних технологій та методів контролю); *поєднання контролю ізсамоконтролем* (створює умови для самовдосконалення,самокорекції,самонавчання); *гласність* (дає можливість демократизувати процедуру контролю та зняти зайву напруженість із суб'єктів контролю).

Процедура контролю складається з декількох компонентів, які дають змогу впорядкувати контрольну діяльність, що позначається, передусім, на її ефективності: підготовка до контрою, організація контрольної діяльності, аналіз й оцінювання результатів та корекція.

Підготовка до контрольної діяльності вбирає такі елементи, як: постановка мети, завдань, вибір об'єктів контролю; планування контролю, розробка схеми (алгоритму) контрольної діяльності; актуалізація (чи розробка) стандартів (норм, рішень, програм, правил), за якими перевіряти ; вироблення критеріїв та показників їхнього оцінювання; визначення форми узагальнення результатів контролю.

Організація контрольної діяльності передбачає встановлення термінів контролю; добір форм та методів перевірки; розробку перевірочних матеріалів (завдань, контрольних робіт, тестів, анкет тощо); ознайомлення об'єктів контролю з метою, завданнями, строками контролю; стандартами та критеріями оцінювання; методами перевірки, критеріями оцінювання діяльності об'єкта та формою узагальнення результатів контролю.

Аналітичний етап контролю передбачає зіставлення результатів перевірки з визначеними стандартами, оцінювання результатів за визначеними критеріями, встановлення масштабу відхилення від стандартів, виявлення причин відхилення від стандартів, повідомлення результатів перевірки об'єкта контролю, узгодження позицій.

Корекція результатів контролю – це, передусім, перевірка стандартів на реальність та надійність; вивчення ефективності техніки контролю; з'ясування ступеня компетентності та об'єктивності особи, яка перевіряє; якісна оцінка діяльності об'єкта контролю; розробка рекомендацій за результатами контролю та їхнє узгодження з виконавцями; складання доповідних записок, проектів наказів, рішень, розпоряджень; самоаналіз контрольної діяльності керівника; перевірка виконання рекомендацій за результатами контролю.

Функція контролю найчастіше викликає опір персоналу, породжує конфлікти в колективі. Тому під час реалізації цієї функції керівнику необхідно пам'ятати, що контроль – це не засіб тиску, а діяльність, яка необхідна для спрямування ефективної роботи людей, використання ресурсів та досягнення результатів. Доцільно залучати персонал до планування контролю, розробки методів перевірок; підтримувати розвиток самоконтролю. Стандарти (норми, критерії, програми, правила) контролю слід обговорювати в колективі. Вони повинні бути сприйняті та усвідомлені. Незначне відхилення від стандартів – це норма, яка викриває проблеми та відкриває можливості для подальшого вдосконалення. Важливим є вміння керівника зосереджувати увагу на результатах, а не тільки на процесі роботи та виконавцях. Не слід тримати висновків при

собі, бо вони втрачають цінність, а контроль перетворюється на формальну процедуру. Необхідно встановити двостороннє обговорення.

Неприпустимим є суб'єктивізм в оцінці підлеглих. Не можна контролювати через недовіру. Такий підхід зумовлює негативне ставлення до підлеглого, пошук не результату, а помилки. Всеохоплюючий контроль породжує недбалість, знижує ініціативу виконавців, а прихований – викликає в колективі лише роздратування, підозрілість, чутки. Якщо необхідно виказати негативну оцінку, то говорити необхідно твердим, упевненим голосом, без роздратування; зачіпати тільки діяльність, а не особистість; вселяти віру, що людина може виправитися.

Основна тенденція модернізації контролю полягає в поєднанні адміністративного контролю із самоконтролем та взаємоконтролем, що відкриває перспективи людиноцентристського, демократичного управління.

Висновки. Контроль – це важлива,складна та об'єктивно необхідна функція управління. Ефективність здійснення контролю зумовлює якість реальних і подальше прогнозування бажаних показників розвитку організації. Функція контролю дає змогу виокремити найважливіші питання, своєчасно реагувати на відхилення від норми та негативні явища, знаходити невикористані резерви, підтримувати оптимальне трудове напруження в колективі.

Список використаної літератури:

1. Мартиненко М.М. Основи менеджменту / М.М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 700 с.
3. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/documents/15828.html3.

СЕКЦІЯ 4. СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

БІОЕКОНОМІКА ЯК СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н.І. Кравчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Стратегічними орієнтирами соціально-економічного розвитку багатьох країн світу є створення стійкої еколого-економічної системи, яка б дозволила гармонізувати господарську діяльність людини та довкілля. Виникнення глобальних проблем людства та нові відкриття в галузях наук про життя призвели до появи біоекономіки, ключовою концепцією якої є поєднання основних методів господарської діяльності суб'єктів економіки з сучасною біологією для виробництва широкого асортименту продуктів, одночасно поліпшуючи якість навколишнього середовища.

Питання становлення та розвитку біоекономіки, розробки її парадигмального концепту є сферою наукових інтересів переважно зарубіжних дослідників: М. Бугге (Bugge, M., 2016), Т. Хансен (Hansen, T., 2016), А. Клітков (Klitkou, A., 2016) [1], М. Мацейчак та К. Хофрейтер (M. Maciejczak, K. Hofreiter, 2015, 2017) [2,3], Д. Вілд (Wield, D., 2013) [4]. К. МакКормік (McCormick, K, 2013), Н. Каутто (Kautto, N., 2013 [5]. Серед вітчизняних дослідників цінними є результати досліджень А. Прощаликіної (Proschalikina, A. M., 2016) [6], Г. Стеблія (Stebliy, G.Ya., 2011) [7], Т. Кваші, О. Паладченко (Kvasha, T. K., &Paladchenko, O. F., 2010) [8], В. Байдали та В. Бутенко (Baidala, V., &Butenko, V., 2013, 2015) [9,10].

З огляду на те, що у вітчизняній науковій думці біоекономіка має початковий етап становлення, невирішеними залишаються питання зрозуміння основних сил, які будуть визначати виникнення біоекономіки; переваги, які вона надає; і наслідки як для господарської діяльності людини, так і довкілля. Дослідження спрямовані на встановлення меж біоекономіки в рамках економічної системи, її місця та значення для майбутнього розвитку людства, вирішення глобальних проблем. Невирішеним є пошук компромісів, з якими стикається нова біоекономіка та традиційні галузі економіки. Нарешті, дослідження будуть спрямовані на вироблення рекомендацій щодо переваг та наслідків її імплементації для сільського господарства.

Основний матеріал. Поява біоекономіки – це тривалий еволюційний процес переходу від систем видобутку невідновлюваних ресурсів до відновлюваних. Він має витоки з біотехнологій – сучасних інструментів молекулярної біології, які розширили потенціал для створення нових організмів і використання їх для підвищення продуктивності в сільському господарстві та рибальстві, а також для виробництва широкого спектру промислових продуктів, які вироблялися й раніше, але зі значною шкодою довкіллю. Цей перехід веде до інтеграції різних галузей економічної діяльності у напряму об'єднання їх зусиль щодо подолання залежності виробництва від вичерпних невідновлюваних ресурсів з метою забезпечення рівноваги еколого-економічної системи (рис. 1).

Вперше термін «біоекономіка» прозвучав у 1997 р. на семінарі згеноміки у доповіді Хуана Енрікеза і Родриго Мартінеса і визначався, як вся економічна діяльність, що заснована на результатах наукової і / або дослідної роботи та зосереджена на розумінні механізмів і процесів на генетичному (молекулярному) рівні, і може бути застосована у промисловості [11]. У Національній стратегії наукових досліджень з біоекономіки – 2030 Німеччнини (Nationalen Forschungsstrategie BioÖkonomie 2030) цей термін інтерпретується

як діяльність, заснована на останніх досягненнях науки в різних галузях щодо використання біологічних ресурсів таких як рослини, тварини та мікроорганізми і ліквідує розрив між технологією, екологією та високоефективною економікою [3]. Отже, біоекономіка – це галузь економічної науки, в основі якої лежить використання біологічних ресурсів різними галузями матеріального виробництва для створення доданої вартості.

Рис. 1. Біоекономічна система як необхідна складова екологічно-економічної рівноваги

Джерело: власні дослідження.

В залежності від того, як біологічний ресурс отримується і використовується, можна виділити два види біоекономіки: та, що вилучає з природи ресурс з наступним його відновленням – первинна біоекономіка, і та, для функціонування якої створюється ресурс – вторинна біоекономіка.

Прикладом може бути галузь сільськогосподарського виробництва. Історичні витоки свідчать, що людство перейшло від збирання врожаю та мисливства до землеробства і тваринництва тисячі років тому, коли з'явилося сільське господарство, і лише нині створюються інноваційні технології, що дозволяють збільшити вихід корисної продукції понад передбачений природою потенціал (селекція, племінна справа, генна інженерія). Пізніше аналогічний приклад спостерігається при переході від рибальства до рибництва. Винахід технології виробництва біопалива є прикладом переходу від системи вичерпних природних ресурсів до біоекономіки. Існує безліч інших біологічних процесів, які використовуються для виробництва продукції, що являє собою ще один перехід від використання невідновлюваних джерел сировини до поновлюваних ресурсів. Таким чином, ключовим елементом біоекономіки є полегшення цього переходу, збільшення продуктивності поновлюваних ресурсів залежно від кліматичних і біофізичних умов. Таким чином, у міру появи біоекономіки має відбуватися адаптація господарської діяльності людини до змін науково-технічного прогресу та можливостей екосистеми. Використовуючи досягнення в галузі біотехнології та синтетичної біології, люди будуть модифіковувати і розробляти нові речовини (організми) для отримання цінних продуктів.

Так, наприклад, якщо паливо виробляється з допомогою відновлюваної системи, такої як вирощування сільськогосподарських рослин для біопалива, тоді масштабні початкові капіталовкладення, які здійснюються на оренду землі, купівлю чи оренду обладнання, будівництво переробного заводу для перетворення вихідної сировини в паливо з часом не втратять своєї актуальності, оскільки така економічна система має поновлюваний характер, а вихід залишається постійним або може навіть збільшуватися з

плином часу. Крім того, змінні витрати можуть знижуватися через технологічні зміни. Перехід від невідновлюваного до відновлюваного ресурсу стає більш вигідним, оскільки вартість пошуку для нових свердловин невідновлюваних ресурсів збільшується, а вартість конверсії від поновлюваних джерел до кінцевого продукту знижується з дослідженнями та розробками.

Утилізація відходів може бути інтерпретована як інша форма використання поновлюваних ресурсів. Обсяг використаних продуктів (біомаса) використовується для випуску продукції, яка в іншому випадку буде вироблятися з матеріалів, які видобуваються або вирощуються. Оскільки запас вичерпних невідновних ресурсів з часом зменшується, а запас біомаси з часом зростає, важливість її переробки збільшується [12].

Водночас формування біоекономіки має певні обмежуючі фактори. Так, підвищення інтенсифікації сільськогосподарського виробництва вимагає використання таких ресурсів, як добрива, що можуть бути невідновлюваними (фосфор). Інтенсифікація також може спричинити відведення води, що може мати негативні екологічні наслідки та призвести до забруднення та ерозії грунту. Оцінка "стійкості", а також інших екологічних наслідків цих практик біоекономіки повинна враховувати безліч заходів, пов'язаних із поновлюваними системами.

Інший приклад обмежуючих факторів – виробництво та споживання біопалива основане на використанні енергії, яка виробляється в процесі фотосинтезу. Водночас для виробництва біопаливної сировини та її конверсії в паливо використовується додаткова енергія з традиційних енергетичних джерел та утворюються викиди парникових газів. Дослідження, які оцінюють загальну кількість викидів вуглецю, пов'язані з виробництвом біопалива, визначили випадки, коли перехід від викопного палива до біопалива може збільшити загальний об’єм парникових газів [13]. Але в літературі існують докази, що не вся біологічна сировина при трансформації у біопаливо однаковою мірою призводить до збільшення парникових газів. Прикладом можуть бути цукрова тростина, кукурудза, соєві боби тощо [14], використання яких знижує екологічний тиск.

Перехід сільського господарства до біоекономіки має розглядатися через призму його загального впливу на навколишнє середовище, але в умовах економічної кризи в Україні не варто залишати поза увагою той факт, що певні відновлювальні технології виробництва є неефективними внаслідок їх високої вартості та довготермінової окупності інноваційних біотехнологічних проектів з точки зору загальних ринкових та виробничих витрат. Це створює додаткові загрози становленню біоекономіки у сільському господарстві, яке є менш рентабельним порівняно з галузями промислового виробництва. Коли економічна ефективність є головним оцінним критерієм для оцінки розподілу ресурсів, продукти, вироблені відновлюваними системами, можуть бути не високорентабельними, якщо витрати виробництва, які оцінюються з урахуванням зовнішніх та інших соціальних витрат, є більшими, ніж у невідновлюваних системах. Це може бути однією з причин, чому перехід до біоекономіки буде поступовим. Часто продукти (наприклад, паливо) отримують дешевше шляхом видобутку невідновлюваних ресурсів, ніж вирощування їх на відновлюваній основі. Тому лише впровадження політики, яка оцінюватиме соціальну та екологічну вартість господарської діяльності в поєднанні з технологічними змінами, може прискорити перехід від невідновлюваних до поновлюваних видів виробництва.

Висновки та пропозиції. Підвищення продуктивності сільськогосподарських систем з урахуванням нових технологій, включаючи біотехнології, точне землеробство та екологічне землеробство, стає необхідною умовою задоволення зростаючого попиту на продовольчі і непродовольчі товари без збільшення їхнього впливу на навколишнє середовище. Однак еволюція біоекономіки свідчить про те, що активізувати цей процес можливо лише за допомогою постійних державних інвестицій у дослідження та інновації, розробки стратегії біоекономіки України, що передбачала б планомірний процес переходу від невідновлювалих до відновлюваних систем кожної галузі економіки, створення

нормативно-правової бази та фінансових механізмів, які призведуть до постійного інвестування у розвиток та комерціалізацію нових продуктів. Успіх впровадження біоекономіки також залежатиме від усвідомлення її значення суспільством та наявності інструментів стимулювання її розвитку.

Список використаної літератури:

1. Bugge, M. M., & Hansen, T. Klitkou, A. (2016). What Is the Bioeconomy? A Review of the Literature.*Sustainability*, 8 (7), 1-22. Retrieved fromhttp://www.mdpi.com/2071-1050/8/7/691/htm. doi:10.3390/su8070691).

2. Maciejczak, M. (2017). Howtoanalyzebioeconomy?*Stowarzyszenie ekonomistow rolnihcotww tao i a angalryozeb bizioneecsoun.Roczniki Naukowe*, 6 (17). Warsaw University of Life Sciences – SGGW, Poland, P. 166-171. Retrieved fromhttp://ageconsearch.umn.edu/bitstream/233499/2/17-6-Maciejczak.pdf

3. Maciejczak, M., &Hofreiter, K. (2015). How to define bioeconomy? *Stowarzyszenie ekonomistow rolnictwaiagrobi znesuRoczniki Naukowe*, 4 (15), 243–248.Retrieved fromRetrieved fromhttp://maciejczak.pl/download/15-4-Maciejczak.pdf

4. Wield, D. (2013). Bioeconomy and the global economy: Industrial policies and bio-innovation. *Technology Analysis & Strategic Management* , 16 (10), 1209–1221. Retrieved fromhttp://dx.doi.org/10.1080/09537325.2013.843664

5. McCormick, K., &Kautto, N. (2013). The bioeconomy in Europe: An overview.*Sustainability*, 5 (6), 2589-2608; Retrieved from doi:10.3390/su5062589.

6. Прощаликіна А.М. Передумови становлення та розвитку біоекономіки в Україні. / А.М. Прощаликіна. // Ефективна економіка. – № 12. – 2016 р. [електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5314

7. Стеблій Г.Я. Еколого-економічні засади метрополітарного простору. / Г.Я. Стеблій. // Фінансовий простір. – № 2 (2). – 2011. – С. 90-93.

8. Кваша Т.К. Розвиток біотехнологій як пріоритетного напряму розвитку української економіки. / Т.К. Кваша, О.Ф. Паладченко. // Науково-технічна інформація. – № 3(45). – 2010 р. [електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.uintei.kiev.ua/viewpage.php?page_id=300

9. Байдала В. В. Біоекономіка в Україні: сучасний стан та перспективи / В.В. Байдала // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 1(3). – С. 22-28. [електронний ресурс]. – Режим доступуhttp://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_1_3_4

10. Байдала В. Методичні підходи до оцінки потенціалу біоекономіки в Україні. / В. Байдала, В. Бутенко. – Методологія наукових досліджень в економіці. – Бізнесінформ. – № 4. – 2015. – С. 29-34. [електронний ресурс]. – Режим доступу www.business-inform.net

11. Martinez, J. (1998). Genomics and the World's Economy, *Science Magazine,281* (5379). pp. 925–926. Retrieved fromhttps://d2ufo47lrtsv5s.cloudfront.net/content/281/5379/925/tab-article-info

12. Zilberman, D. (2013). Technology and the future bioeconomy. *AgriculturalEconomics*, 44,95–102.Retrieved from http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/agec.12054/abstract

13. Rajagopal, D.,&Zilberman, D. (2008). Environmental, economic and policy aspectsof biofuels. *Foundations and Trends in Microeconomics*, 4 (5), 353–468.Retrieved from: http://dx.doi.org/10.1561/0700000029

14. Laborde, D. (2011). Assessing the Land Use Change Consequences of EuropeanBiofuel Policies. *International Food and Policy Research Institute*, Washington,D.C., 109 P. Retrieved fromhttp://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/october/tradoc_148289.pdf

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Н. І. Кравчук, к.е.н., доцент
П. М. Присяжнюк, магістрант
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Сучасний стан економіки сільського господарства України характеризується динамічністю, що проявляється у збільшенні обсягів виробництва продукції та підвищенні прибутковості. Але продовження зростання в галузі, а також прискорене оновлення матеріально-технічної бази значною мірою залежать від інвестицій, залучених до неї, економічна природа яких зумовлена закономірностями розширеного відтворення. Активна інвестиційна діяльність сільськогосподарських підприємств дозволяє прискорити темпи відтворення засобів виробництва. У свою чергу цей процес залежить від прийняття інвестиційних рішень суб'єктів підприємництва, які ґрунтуються на інформації про привабливість об'єктів інвестування. Все це переконливо свідчить про необхідність посилення уваги до розробки теоретико-методичних підходів та практичних рекомендацій щодо активізації інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Теоретичні, методологічні та практичні засади ефективності інвестицій, стосовно сучасних умов господарювання, поглиблено у працях В. Беренса, Ю. Брігхема, Л. Гітмана, В. Паретто, П. Самуельсона, М. Фаррелла, У. Шарпа, а в Україні, зокрема, В. Андрійчука, І. Бланка, П. Гайдуцького, В. Гейця, тощо. Однак питання, пов'язані з методикою оцінки рівня інвестиційного забезпечення в умовах кількісних і якісних трансформацій у сільському господарстві при формуванні ефективної інвестиційної стратегії, вибору інноваційного шляху розвитку та активізації процесів кооперування залишаються недостатньо вивченими. Необхідність та практична значимість вирішення цих питань потребує детального аналізу та ґрунтовного опрацювання.

Основний матеріал. Стимулювати інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання, в тому числі шляхом розширення можливостей отримання підприємствами гарантій уряду на здійснення інвестиційних проектів. Посилити роль інвестиційної підтримки сільськогосподарських товаровиробників та вдосконалити її механізми шляхом тісної співпраці місцевих органів виконавчої влади з об'єднаннями підприємців та окремими керівниками суб'єктів господарської діяльності, що значно покращить умови залучення зовнішніх інвестицій у виробництво, а також у розвиток сільських територій. Реформувати амортизаційну систему в інвестиційному напрямі шляхом стимулювання використання амортизаційного фонду підприємства за призначенням та вдосконалення методики нарахування амортизації. Запровадити жорсткий контроль за виконанням інвестиційних договорів з боку підприємств та державних органів влади з метою недопущення випадків необґрунтованого виділення й нецільового використання коштів. З боку сільськогосподарських підприємств слід активніше входити в інвестиційне середовище, брати участь в інвестиційних форумах та пропонувати свої інвестиційні проекти, підвищувати ефективність діяльності й рентабельності для формування привабливого інвестиційного іміджу, здійснювати оптимальний розподіл вільних фінансових ресурсів між сферами діяльності, а також проводити моніторинг інвестиційних об'єктів і правильно визначати ефект від здійснення інвестицій. Подальшого опрацювання потребує механізм інвестиційного забезпечення, обґрунтування перспективних моделей розвитку інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм та ефективності інвестицій.

Враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, яка обумовлює сезонність використання ресурсів і грошових надходжень та відносно повільний оборот капіталу, що впливає на зниження доходності, дана галузь буде притягувати капітали та інвестиції в меншій мірі, ніж інші сфери економіки. Продукція вітчизняного сільського господарства та його переробки не має вільного і широкого доступу на світовий ринок. Це пояснюється, в першу чергу, насиченістю та гострою конкуренцією на аграрних ринках Заходу та їх сильною митною захищеністю, вступом України до СОТ [2, с. 111-113].

Для Євросоюзу Україна є державою, сільське господарство якої значно постраждало від аварії на Чорнобильській АЕС, отже, не є екологічно безпечним. Виходячи з цього, специфіка сучасної інвестиційної діяльності в сільському господарстві полягає у зміні механізму її реалізації, заміні централізованого розподілу інвестиційних ресурсів ринковими формами інвестування, що є необхідною умовою розв’язання проблем акумуляції інвестиційних ресурсів, трансформації нагромаджень у інвестиції, підвищення ефективності їх використання [3].

Так, на основі застосування методу стандартизації здійснено ранжування галузей сільського господарства Житомирської області за середнім інтегральним показником інвестиційної привабливості (табл. 1). Наявність даних рейтингів дасть можливість суб’єкту інвестиційного процесу отримати необхідну інформацію про будь-який об’єкт інвестування, напрями ефективного вкладення капіталу з позиції перспективних орієнтирів, а отже, прийняти інвестиційне рішення з найменшим відносним ризиком і найбільшим економічним ефектом. Процес ранжування галузей сільськогосподарського виробництва здійснено за рейтинговою шкалою в 10 балів. Запропонована методика враховує розподіл підприємств із врахуванням наступних характеристик і показників: оцінка майнового стану об'єкта інвестування; оцінка фінансової стійкості (платоспроможності) галузі; ліквідності об'єкта інвестування; прибутковості; оцінка ділової активності в галузі; оцінка ринкової активності та ін.

Таблиця 1

Ранжування галузей сільського господарства підприємств Житомирської області за середнім показником інвестиційної привабливості (2014 -2016 рр.)

Галузі сільського господарства	Середній інтегральний показник	Зона інвестиційної привабливості
Зерновиробництво, насінництво, льонарство, картоплярство, хмелярство	8,76	Пріоритетна інвестиційна привабливість
Скотарство та свинарство	2,54	Середня інвестиційна привабливість
Садівництво	2,11	
Птахівництво	2,09	
Вирощування соняшнику	1,91	
Вирощування цукрових буряків	0,97	Мінімальна інвестиційна привабливість
Риборозведення	0,67	
Бджолярство	0,63	
Овочівництво	0,44	

Джерело: власні дослідження автора.

З даних табл. 1 видно, що до зони пріоритетної інвестиційної привабливості належать наступні галузі сільського господарства: зерновиробництво, насінництво, льонарство, картоплярство, хмелярство. Середня інвестиційна привабливість характерна для скотарства, свинарства, садівництва, птахівництва та вирощування соняшнику. Найменш інвестиційно привабливими є вирощування цукрових буряків, риборозведення, та овочівництво. Отже, пріоритетними видами сільськогосподарського виробництва для здійснення інвестування у підприємства Житомирській області є галузі рослинництва.

В сучасних умовах господарювання підприємства агропромислового комплексу постали перед проблемою нагромадження власного капіталу для здійснення або модернізації виробництва. Невирішеним залишається питання отримання довгострокових позичок в комерційних банках. Водночас, в агропромисловому виробництві спостерігається тенденція скорочення обсягів фінансових ресурсів у господарствах усіх форм власності. Внаслідок чого сформований раніше ресурсний потенціал, особливо у сільському господарстві, рік у рік вичерпується [4]. Фактичні терміни експлуатації більшості основних засобів за даними статистичних спостережень відносно виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств 2013-2015 рр. у 2-2,5 раза перевищують нормативні. Щорічне зношення основних засобів, насамперед технічних, у 10 разів перевищує їх оновлення. Через різке зниження платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників фондоозброєність у галузі зменшилась у 4,5 раза.

У зв’язку з цим, інвестиційна діяльність у сільському господарстві потребує належного обґрунтування для забезпечення зниження ризику під час прийняття відповідних рішень. Для цього необхідний науково обґрунтований інструментарій обробки інформаційних потоків, елементами якого є економічні методи та процедури. Одним із таких методів є метод стандартизації показників досліджуваних явищ, основним завданням якого є доведення різнорідних показників до порівняльності, що є базою для їх подальших досліджень. Якщо показники після стандартизації підсумувати, провести ранжування і поділити на класи, дана процедура дасть змогу виявити наявність (чи відсутність) різниці в досліджуваних явищах, зокрема: який із досліджуваних об’єктів має найвищі параметри, а який із них знаходиться у кінці проведеного ранжованого ряду [1].

Висновки та пропозиції. Розвиток підприємств галузі та зростання конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва, в цілому, значною мірою залежать від обсягів та доступності до інвестиційних ресурсів. Удосконалення інвестиційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників має важливе значення для функціонування економіки, адже здійснює вплив на макроекономічну ситуацію, поліпшує соціальний розвиток села.

Пріоритетними видами сільськогосподарського виробництва для здійснення інвестування у підприємства Житомирській області є галузі рослинництва. Від ефективності інвестиційної політики залежать стан виробництва, положення і рівень технічного оснащення основних фондів підприємств сільського господарства, можливості структурної перебудови економіки, вирішення соціальних і екологічних проблем. Особливий інтерес в рамках удосконалення вітчизняної практики інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств викликають форми та способи інвестицій, критерії відбору позичальників, об’єкти інвестування та вимоги щодо забезпечення, а також порядок та умови встановлення вартості таких фінансових ресурсів.

Список використаної літератури:

1. Антипенко Є. Методика аналізу та оцінювання інвестиційної привабливості підприємств / Є. Антипенко, С. Шумікін, А. Стойчева А. // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9, ч.3. – С. 27-30.

2. Вініченко І. І. Інвестиційна діяльність аграрних підприємств: монографія / І. І. Вініченко. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 444 с.

3. Вовк М.В. Організаційно-економічний механізм формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств / М. В. Вовк // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – № 12. – С. 135–139.

4. Харламова Г. О. Оцінювання привабливості об'єктів інвестування / Г. О. Харламова // Актуальні проблеми економіки. – 2008 – № 9 – С.74-79.

РОЗПОДІЛ ПРІОРИТЕТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В. М. Ходаківський, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасному економічному житті особливо важливу та стратегічну роль в забезпеченні економічного розвитку сільськогосподарських підприємств відіграють інвестиції. Вони є головним джерелом технічного оснащення підприємств й освоєння нових технологій, формування виробничого потенціалу, основним механізмом реалізації стратегічних цілей економічного розвитку. Інвестиційне забезпечення є найважливішою умовою вирішення практично всіх стратегічних і значної частини поточних завдань розвитку й забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарських підприємств. Нарощування темпів та обсягів нагромадження капіталу забезпечує перехід на інвестиційно-інноваційну модель розвитку, створює передумови для економічного зростання аграрного виробництва.

Питання залучення інвестицій в аграрний сектор економіки та інвестиційного забезпечення економічного розвитку сільськогосподарських підприємств досліджено в працях відомих вчених-економістів, зокрема В. Г. Андрійчука, І. Т. Балабанова, М. Я. Дем'яненка, П. І. Гайдуцького, С. М. Кваші, М. І. Кісіля, Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка, Б. С. Пасхавера, П. Т. Саблука., С. О. Гуткевич, А. А. Пересади та інших. Разом із тим, незважаючи на величину та значимість наукових досліджень, присвячених цій проблемі, окремі питання інвестиційного забезпечення економічного розвитку сільськогосподарських підприємств залишаються недостатньо вивченими й потребують подальшого дослідження.

Основний матеріал. Як свідчить світовий і вітчизняний досвід, ефективне реформування економіки, можливе лише на основі активізації інвестиційної діяльності, істотного збільшення обсягу інвестицій, а також консолідації всіх джерел інвестування. Лише тоді можлива модернізація виробництва, впровадження нових технологій на основі сучасних наукових досліджень. Абсолютна більшість інвестицій у підприємства АПК надходить з недержавних джерел, питома вага яких у загальних обсягах інвестицій у основний капітал галузі становить 95-97%. Частка коштів державних (3-4%) і комунальних підприємств незначна (менше ніж 1%) і потребує збільшення до рівня, що забезпечуватиме виконання державних завдань щодо підтримки та регулювання інвестиційної діяльності підприємств аграрної сфери та сільської місцевості.

Завдання Державної цільової програми розвитку українського села щодо фінансування відтворення основних засобів бюджетних організацій і установ, а також наукових закладів поки що не виконуються. Причинами інвестиційної кризи, що зумовлювала депресивний характер розвитку підприємств аграрної сфери, можна вважати також макроекономічні фактори: скорочення власних інвестиційних джерел товаровиробників через посилення диспаритету цін та знецінення інвестиційних ресурсів в умовах інфляції, зменшення обсягів прямої державної інвестиційної підтримки, некомпенсоване власними та залученими джерелами фінансування інвестицій; різке погіршення умов доступу до кредитних ресурсів, криза фінансово-кредитної банківської системи на початку 2013 р., зростання неплатежів, порушення господарських зв'язків, руйнування системи матеріально-технічного постачання тощо [3].

Попри позитивні зрушення у сфері інвестування сільського господарства Вінниччини, варто зазначити, що вкладених коштів недостатньо для модернізації виробничих процесів в аграрній сфері, їх певною мірою навіть забракне для відновлення втраченого виробничого потенціалу. Водночас, в сільськогосподарському виробництві Житомирської області пріоритети вкладень інвестиційних ресурсів за джерелами їх

формування розподілилися досить нерівномірно (рис. 1). За результатами соціометричного опитування керівників та головних спеціалістів сільськогосподарських виробничих структур, участь у якому прийняли 324 респонденти, найбільша перевага надається власним інвестиційним ресурсам в галузь рослинництва.

Рис. 1. Розподіл пріоритетів залучення інвестицій в сферу сільськогосподарського виробництва Житомирської області за даними соціометричного опитування (2017 р.)

Джерело: власні дослідження автора.

Проблемою низької активності інвесторів в аграрній сфері є низька інвестиційна привабливість сільського господарства, яка спричинена високою капіталомісткістю галузі, низьким рівнем доходності агропідприємств, недосконалою амортизаційною та кредитною політикою держави як загалом, так і стосовно сільського господарства, невирішеністю проблеми іпотеки, непослідовністю й недосконалістю інвестиційної політики держави в аграрній сфері, в якій переважають принципи залишкового виділення коштів на потреби розвитку установ бюджетної сфери та на непряму підтримку проектів недержавних інвесторів. Проблема інвестиційного забезпечення розвитку галузі є найбільш гострою у малих і середніх сільськогосподарських підприємствах, а також у особистих селянських господарствах, бо майже 80˚% інвестицій в основний капітал припадає на великі аграрні формування [1].

Досить складною і суперечливою є ситуація з правом власності на землю як однією з визначальних засад формування ефективної організації інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Оскільки інвестування передбачає участь інвестора в управлінні суб’єктом господарювання, то власність на майно, у тому числі на землю, є основною передумовою інвестування, а неврегульоване право на власність – є найважливішою перепоною на шляху інвестиційних ресурсів у сільське господарство [2].

За даними соціометричного опитування керівників та головних спеціалістів сільськогосподарських підприємств Житомирської області а також домогосподарств, котрі безпосередньо реалізують продукцію на місцевих ринках, встановлено відносний рівень структури реалізації виробленої сільськогосподарської продукції, котра проходила певні стадії переробки (рис. 2).

Рис. 2. Структура реалізації сільськогосподарської продукції з відповідною мірою глибини її переробки у відношення до загальної кількості реалізованої сільськогосподарської сировини сільськогосподарськими підприємствами Житомирської області у 2017 р.

Джерело: власні дослідження автора.

Залучення інвестиційного капіталу в аграрну сферу можна пожвавити шляхом удосконалення законодавчої бази (особливо в системі врегулювання земельних відносин та функціонуванні ринку земель сільськогосподарського призначення, оподаткування та приватизації), зміцнення банківської системи, розробки системи захисту та державних гарантій в інвестиційній сфері [4].

Висновки та пропозиції. Основними напрямами поліпшення інвестиційного забезпечення сільгоспвиробників є створення сприятливого клімату для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій і перехід до інноваційної моделі їх розвитку, передусім державне сприяння підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, удосконалення державної інвестиційної політики та механізмів її реалізації, зміцнення фінансового забезпечення активізації інвестиційних процесів, вжиття заходів для усунення диспаритету цін на продукцію сільського господарства та матеріально-технічні ресурси для аграрного виробництва.

Список використаної літератури:

1. Інвестиційний клімат в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/economiccooperation/invest-climat.

2. Кісіль М.І. Стратегічні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського господарства / М. І. Кісіль // Економіка АПК. – 2012. – № 9. – С. 36-39.

3. Кожем’якіна М.Ю. Інвестиційне забезпечення як основа розвитку аграрної економіки України / М. Ю. Кожем’якіна // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 68-73.

4. Лупенко Ю.О. Фінансування інвестицій у сільськогосподарське виробництво / Ю. О. Лупенко, Є. І. Лупенко // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 122-125.

АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В. І. Ткачук, д.е.н., професор
В. П. Чухнюк, магістрант
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень Інвестиціям належить вирішальна роль у зміцненні матеріально-технічної бази сільського господарства, від рівня розвитку якого залежить забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості сировиною. Незважаючи на сприятливі природно-кліматичні умови, значний потенціал природної родючості землі, подальший розвиток сільського господарства стримується недостатнім інвестиційним забезпеченням, зменшенням обсягів державної підтримки, скороченням іноземних інвестицій та інших залучених джерел. Наявний рівень забезпечення підприємств галузі виробничими ресурсами, слабке технічне оснащення гальмує нарощування обсягів виробництва та підвищення його прибутковості. Проблема інвестиційного розвитку аграрного виробництва, перехід його на інноваційний шлях розвитку потребує вирішення вже в середньостроковій перспективі.

Дослідження різноманітних аспектів джерел фінансування інвестиційного забезпечення підприємств, що мають важливе значення для забезпечення ефективності вкладення капіталу, досліджували як зарубіжні вчені: Д. Колеман, Б. Фуллер, Р. Херстейн, Д. Джоргенсон, так і вітчизняні − І. Т. Балабанов, І. О. Бланк, В. П. Горьовий, М. І. Кісіль, М. Ю. Коденська та інші. Водночас, питання інвестиційного забезпечення ресурсами, особливостей ефективного їх використання, формування та обґрунтування напрямів і джерел залучення, а також їх раціонального використання у сільськогосподарських підприємствах потребують подальшого вивчення.

Основний матеріал. В сучасних умовах господарювання підприємства агропромислового комплексу постали перед проблемою нагромадження власного капіталу для здійснення або модернізації виробництва. Невирішеним залишається питання отримання довгострокових позичок в комерційних банках. Водночас, в агропромисловому виробництві спостерігається тенденція скорочення обсягів фінансових ресурсів у господарствах усіх форм власності. Внаслідок чого сформований раніше ресурсний потенціал, особливо у сільському господарстві, рік у рік вичерпується. Фактичні терміни експлуатації більшості основних засобів за даними статистичних спостережень відносно виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств 2014-2016 рр. у 2-2,5 раза перевищують нормативні. Щорічне зношення основних засобів, насамперед технічних, у 10 разів перевищує їх оновлення. Через різке зниження платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників фондоозброєність у галузі зменшилась у 4,5 раза. Джерелами фінансування можуть бути як внутрішні, так і зовнішні ресурси (табл. 1). Залучення до інвестування того чи іншого фінансового ресурсу потребує детального порівняльного аналізу. За останні роки спостерігається зростання ролі зовнішніх джерел фінансування, які поділяються, в свою чергу, на позичені та залучені [4, с. 277].

Збільшення обсягів інвестицій і підвищення їх ефективності передбачає вирішення таких першочергових завдань: уточнення пріоритетних напрямків залучення інвестицій; удосконалення амортизаційної політики; запровадження механізмів стимулювання довгострокового кредитування; надання державної підтримки сільськогосподарським виробникам; сприяння залученню іноземних інвесторів, практичне забезпечення системи гарантій для них; підвищення ефективності використання коштів державного бюджету на інвестиції; стимулювання збільшення заощаджень громадян та їх інвестиційного спрямування; вдосконалення нормативно-правової бази інвестиційної діяльності [2, с. 203].

Таблиця 1

Аналіз джерел фінансування інвестиційного забезпечення економічного розвитку сільськогосподарських підприємств (2014-2016 рр.)

<table>
<tr><td colspan="4">Внутрішні джерела фінансування</td></tr>
<tr><td colspan="4">чистий прибуток; амортизаційні відрахування; сальдо позареалізаційних доходів; іммобілізація залишкових поточних активів; виторг від списання активів</td></tr>
<tr><td colspan="2">Переваги</td><td colspan="2">Недоліки</td></tr>
<tr><td colspan="2">оперативність використання; податкові пільги; високий ступінь моніторингу умов функціонування підприємства в зовнішньому середовищі</td><td colspan="2">заморожування коштів; зниження рівня ліквідності; відсутність зовнішнього контролю; додаткові витрати на консалтинг та аудит підприємства; низький коефіцієнт оборотності капіталу</td></tr>
<tr><td colspan="4">Зовнішні джерела фінансування</td></tr>
<tr><td colspan="2">Іноземні</td><td colspan="2">Вітчизняні</td></tr>
<tr><td colspan="2">- прямі іноземні інвестиції
- кредити іноземних банків
- портфельні іноземні інвестиції
- технічна допомога (гранти)
- позики міжнародних фінансових інституцій</td><td colspan="2">- довгостроковий банківський кредит
- державні субсидії
- додаткова емісія цінних паперів
- прямі інвестиції
- інвестиційний лізинг
- цільове державне регулювання</td></tr>
<tr><td>Переваги</td><td>Недоліки</td><td>Переваги</td><td>Недоліки</td></tr>
<tr><td>більш високий захист від інфляції; наявність зовніш-нього контролю; залучення нових технологій; захист з боку держави; надійне страху-вання</td><td>тривалий період залучення; необхідність гарантування; висока вартість; високі витрати при умові використання</td><td>ефект фінансового левериджу; скорочен-ня термінів реалізації проектів; наявність зовнішнього контро-лю; можливість рес-труктуризації боргу; розподіл інвес-тиційних ризиків</td><td>залежність від кре-диторів; можливість втрати частини власності; послаблення менеджменту; часткове обмеження самостійності</td></tr>
</table>

Джерело: власні дослідження автора

До позичених джерел фінансування інвестицій належать банківські, бюджетні кредити, а також облігаційні позики, венчурне фінансування. Залучені включають в себе: випуск акцій, іноземні інвестиції, бюджетне асигнування, заощадження фізичних осіб, лізинг. Напрямами використання інвестицій можуть бути: виробнича діяльність, проблеми екології, соціально-економічні програми, інноваційні проекти, інфраструктура, охорона і відтворення земельних ресурсів [1, с. 313].

Найбільшу питому вагу в структурі внутрішніх джерел фінансування становлять власні кошти підприємств, проте їх обсягів недостатньо для ефективної діяльності. Залежно від джерел фінансування, визначаються напрямки використання інвестицій (табл. 2). Серед пріоритетних напрямів іноземного інвестування сільського господарства України є впровадження високопродуктивних технологій вирощування сільськогосподарських культур та утримання худоби, будівництво тваринницьких ферм і комплексів, складських приміщень та інших споруд. Досить важливо виявляти додаткові можливості залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій, що сприятиме активізації інвестиційної діяльності у сільському господарстві. Залученню капітальних вкладень у сільське господарство сприятиме створення регіональних інвестиційних систем (РІС), які являють собою добровільне договірне об'єднання кредитно-фінансових інститутів певного регіону, що спеціалізується на операціях із цінними паперами – випуск, розміщення, погашення тощо. Збільшення обсягів інвестицій у сільському господарстві в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів змушує товаровиробників ефективно використовувати наявні кошти з тим, щоб від реалізації інвестиційних проектів можна

було отримати максимальний дохід. При цьому враховується роль власних і позикових коштів, а також обґрунтовується співвідношення між ними. [3, с. 17].

Таблиця 2

Аналіз джерел фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств за напрямками їх переважного використання (2014-2016 рр.)

Джерела	Використання фінансових ресурсів		
	фінансовий резерв	витрати на споживання	прямі інвестиції
Прибуток	+	+	+
Амортизаційні відрахування	+	-	+
Пайові внески	+	-	+
Мобілізація внутрішніх ресурсів	+	-	+
Страхові внески до пенсійного фонду	-	+	+
Кошти від розміщення власних цінних паперів та реалізації цінних паперів інших емітентів	+	+	+
Кредити і позички	-	+	+
Спонсорство	-	+	+
Державні субсидії	-	-	+
Інші надходження	+	+	+

Джерело: власні дослідження автора

Висновки та пропозиції. Більша частка власних коштів свідчить про незалежність підприємства, водночас залучені кошти можуть сприяти реалізації інвестиційних проектів за умови нестачі власних коштів. Найбільшу частку в структурі джерел інвестицій становлять власні кошти. Необхідність подальшого прискорення інвестиційних процесів у сільському господарстві, нарощування обсягів вкладень у розвиток галузей рослинництва і тваринництва потребує пошуку додаткових джерел залучення інвестиційних ресурсів. Перспективними напрямами є створення регіонального фонду венчурного фінансування, використання лізингу, розширення емісії цінних паперів, посилення ролі обласних бюджетів для підтримки малого і середнього бізнесу. Розширення зовнішніх зв'язків України із зарубіжними країнами створює передумови для залучення іноземних коштів у сільське господарство на умовах інвестиційного кредиту, що сприятиме розвитку аграрного бізнесу України.

Список використаної літератури:

1. Івченко Н. М. Інвестування у галузі сільського господарства як пріоритетна сфера ефективного функціонування національної економіки України / Н. М. Івченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2013. – № 1. – С. 311-323.

2. Кравчук Н. І. Сучасний рівень інвестиційної активності сільськогосподарських підприємств / Н. І. Кравчук // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1 (11). – С. 198-209.

3. Понедільчук Т. В. Аналіз динаміки капітальних інвестиції в економіці України / Т. В. Понедільчук // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – № 1 (42). – С. 276-281.

4. Савіцька С. І. Інвестиційних розвиток сільського господарства в сучасних умовах / С. І. Савіцька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – С. 16-19.

ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА: ЕТАПИ РОЗВИТКУ

С.В. Василенко, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасних ринкових умовах господарювання кожному підприємству для ефективного функціонування потрібно не лише швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, а й прогнозувати свою діяльність і розробляти стратегію на майбутнє. Саме тому, більшість вітчизняних підприємств усвідомлюють необхідність перспектив їхнього розвитку на основі стратегії. Це, в свою чергу, потребує досконалого вивчення науково-методичних засад визначення сутності стратегії та етапів її розвитку.

Фундаментальні дослідження проблеми висвітлені в працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, а саме в роботах М. Альберта [8], І. Ансоффа [1], А. Балановича [2], Г. Гольдштейна [4],Л. Довганя [6], П. Друкера [4], Ф. Котлера [7], М. Мескона [8], В. Нємцова [6], М. Портера [10], А. Стрикленда [11], А. Томпсона [12], Ф. Хедоурі [8], А. Чандлера [16] та ін. Однак, значна частина питань, пов'язаних із дослідженням стратегії, основними підходами та етапами її розвитку, потребує подальшого дослідження.

Основний матеріал. Варто зауважити, що на характер та суть стратегії підприємства впливають не тільки зміни історичного періоду, а й умови в яких здійснюється діяльність підприємства. Розвиток стратегії підприємства здійснювався поетапно і саме визначення в науковій літературі відповідно формулювалось вченими по-різному. Започаткували розвиток стратегічного менеджменту концепції стратегічного планування, характерними рисами якого є визначення стратегії як «плану», а процесу її формування – як довгострокового планування. А Чандлер у виборі та розробці стратегії основним процесом визначав раціональне планування [12].

Отже, згідно з такою концепцією, поняття «стратегія» походить із стратегічного планування, в основі якого – розробка і реалізація планів з використанням ресурсів, а також досягнення мети в довгостроковій перспективі. Розглянувши існуючі погляди вчених щодо такого підходу, можна зробити висновок, що планування діяльності підприємств здійснюється на основі конкуренції, суперництва між собою. Кожне підприємство намагається досягти поставлених цілей: виробляти і реалізовувати продукцію високої якості, отримати високі прибутки, зайняти найкращі позиції на ринку, збільшувати обсяги продукції за рахунок витіснення своїх конкурентів.

З роками змінювались умови функціонування підприємств і народжувались інші погляди, дослідження яких пов'язані із стратегічним управлінням. Представниками такого підходу вважають канадського вченого Г. Мінцберга [15] та класиків американського менеджменту І. Ансоффа, М. Портера, П. Друкера [1, 10, 4]. Дослідження вчених базуються на розгляді стратегії як результату усвідомлення стратегічних рішень. Г. Мінцберг вважає, що при здійсненні діяльності організації в майбутньому не можна не враховувати принципи поведінки свого минулого [15].

На сучасному етапі розвитку стратегії важливими залишаються внутрішні проблеми, але особливу увагу привертає такий процес управління, який забезпечив би адаптацію підприємства до змін у навколишньому середовищі. Науковці вважають, що суть стратегії змінюється не лише залежно від історичного періоду, в якому функціонує підприємство, а й від можливостей реагувати на зміни, які відбуваються навколо. [13, с. 190; 3, с. 10]. Графічне зображення ієрархії стратегій підприємства як системи розвитку представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Ієрархія стратегій підприємства як системи розвитку

Визначення	Автор	Основний підхід
1. Стратегія як метод установлення довгострокових цілей організації, програми дій і пріоритетних напрямків розміщення ресурсів	А Чандлер, 1962 р.	Довгострокові цілі розробляються і не підлягають перегляду до зміни зовнішніх чи внутрішніх умов середовища функціонування організації
2. Стратегія як метод визначення конкурентних цілей організації	Гарвардська школа бізне-су, 1965 р.	Стратегія визначає основні сфери бізнесу, що компанія буде продовжувати і/або почне здійснювати
3. Стратегія як спосіб установлення цілей для корпоративного, ділового і функціонального рівнів	І.Ансофф, 1965 р., Д.Стейнер, 1977 р. та ін.	При розробці стратегії необхідно виділити корпоративні, ділові і функціональні цілі з погляду їхнього різного впливу на процеси управління в організації
4. Стратегія як спосіб реакції на зовнішні можливості і загрози, внутрішні сильні і слабкі сторони	М Портер, 1980-1985 рр.	Основне завдання стратегії полягає в досягненні організацією довгострокових конкурентних переваг над суперниками в кожній сфері бізнесу
5. Стратегія як послідовна, погоджена та інтегрована структура управлінських рішень	М. Мінцеберг, 1987 р.	При розробці стратегії основна увага приділяється формуванню планів з метою контролю ефективності досягнення стратегічних орієнтирів
6. Стратегія як спосіб розвитку ключових конкурентних переваг організації	М Хамель, 1989 р.	Основу конкурентоспроможності становлять особливі здатності фірми і внутрішні ресурси
7. Стратегія являє собою детальний всебічний комплексний план, призначений для тою, щоб забезпечити здійснення міси організації і досягнення її цілей	М. Мескон, М Альберт, Ф. Хедоурі, 1992 р.	Комплекс заходів, послідовне і паралельне виконання яких дозволяє досягти цілей при відсутності змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі
8. Стратегія визначає напрямок, у якому рухається компанія, виконуючи поставлені завдання	П. Дойль, 1993 р.	У центрі уваги стратегії-прийняття рішень в галузі маркетингу і інновацій. Найбільш важливе рішення – вибір ринків
9. Стратегія як набір дій і підходів щодо досягнення заданих показників діяльності	А Томпсон, 1995 р	Стратегія одночасно є преактивною (запобіжною) і реактивною (що адаптується)
10 Стратегія фірми – це розрахована на перспективу система заходів, що забезпечує досягнення конкретних накреслених компанією цілей	І. Герчикова, 1995 р.	Сутність вироблення і реалізації стратегії полягає у виборі потрібного напрямку розвитку з безлічі альтернатив

Джерело: адаптовано [Сутність та еволюція теорії стратегічного управління. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://helpiks.org/8-71138.html].

Враховуючи вище викладене, варто відзначити, що стратегія розвитку підприємства – це система взаємоузгоджених економічних заходів, яка забезпечує поліпшення фінансового стану підприємства, а відтак створює умови для розширеного відтворення у довгостроковій перспективі.

Висновки та пропозиції. Основу перерахованого вище становить здійснення діяльності підприємства, спрямованої на отримання успіху у майбутньому з урахуванням поведінки минулого із застосуванням стратегії. Існує безліч видів стратегій, які мають різні класифікації для зрозуміння менеджерами їх сутності, що стане основою подальших досліджень.

Список використаної літератури:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Баланович А. М. Теоретико-методичні засади формування стратегії розвитку підприємства / А. М. Баланович // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон : ХДУ, 2014. – №8. – Ч.2. – С. 77-81.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко; за ред. В. О. Василенка. – [2-ге вид., виправл. і доп.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.
4. Гольдштейн Г. Я Стратегические аспекты управления НИОКР: монографія / Г. Я Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. – 207 с.
5. Клівець П. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / П. Г. Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
6. Нємцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Нємцов, Л. Є. Довгань. – К.: ЕксОб, 2001.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб.: АО „Коруна“, 1994.
8. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.; пер. с англ. – М.: “Дело”, 1992. – 702 с.
9. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки / Я. Жаліло // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 19 – 27.
10. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер; пер. з англ. А. Олійника, Р. Скільського. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
11. Томпсон А. А. / Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд III; пер. с англ. под. ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576с.).
12. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [12-е узд.] / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
13. Юргутіс І. А. Основи менеджменту: навч. посіб. / І. А. Юргутіс, І. І. Кравчук. – К.: Освіта, 1998. – 256 с.
14. Ansoff I.CorporateStrategy / I. Ansoff. – MeGrawHill, York, 1965.
15. Mintzberg H. TheNaturaleofManagerialWork / H. Mintzberg. – N-Y: Harper&Rov, 1973.
16. Chandler Jr. A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Jr. Chandler. – MTT Press, 1962.

СТРАТЕГІЯ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

М. Ю. Шмайхель, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Діяльність сільськогосподарських підприємств значною мірою залежить від здатності адаптувати потенціал підприємства до умов динамічного навколишнього середовища. Вагоме місце у забезпеченні беззбиткової та рентабельної діяльності підприємств займає співвідношення результатів і витрат господарювання. З огляду на соціальну значущість продукції аграрної галузі та постійне державне регулювання ціноутворення виникає необхідність у підвищенні ефективності за рахунок зниження собівартості.

На сільськогосподарських підприємствах приймається низка рішень, спрямованих на зниження собівартості продукції й підвищення її конкурентоспроможності. Однак актуальними завданнями є формування стратегії зниження собівартості на основі узагальнення світового досвіду стратегічного управління витратами, критичного оцінювання вітчизняного досвіду зниження витрат і адаптації до умов української економіки досвіду зарубіжних країн.

Дослідженню питань формування стратегії підприємства загалом і стратегії зниження собівартості певну увагу приділяли вітчизняні вчені-економісти В. Г. Герасимчук, М. О. Данилюк, Л. В. Дікань, О. І. Ковтун, Л. А. Костирко, В. В. Лук'янова, А. П. Наливайко, В. Д. Нємцов, М. Г. Саєнко, М. І. Хопчан, Ю. С. Цал-Цалко, А. В. Череп, З. Є. Шершньова, В. М. Яценко й ін. та зарубіжні науковці О. С. Віханський, А. П. Градов, Б. Карлоф, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Дж. Стрікленд, А. А. Томпсон, Р. А. Фатхутдинов. Разом з тим, актуальність дослідження зумовлює потребу детальнішого вивчення кризового стану вітчизняних сільськогосподарських підприємств, спонукає до змін у системі управління та потребує вдосконалення теорії й практики вироблення стратегії зниження собівартості продукції.

Метою дослідження є аналіз рівня собівартості продукції та обґрунтування теоретичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії зниження собівартості продукції у СПП "Лад" Житомирського району.

Основний матеріал. У сучасній західній економічній теорії лежать постулати неокласичної та трансакційної теорії собівартості продукції, при цьому відправними є два моменти. По-перше, собівартість в їх інтерпретації є оплата придбаних факторів виробництва. Собівартість розглядаються тут під кутом зору підприємця, що намагається обґрунтувати оптимальну стратегію фірми і досягти цілі отримання рівного доходу на кожну грошову одиницю, затрачену на купівлю факторів виробництва. По-друге, у центрі собівартості є взаємозв'язок між обсягами виробництва і витратами. Відповідно, витрати поділяються на ті, які залежать, і ті, які не залежать від обсягу виробленої продукції [4, с. 128].Відтак, за економічним змістом, собівартість є частиною вартості продукції. У процесі ж розподілу й обміну, зазвичай, собівартість відшкодовується і повністю повертається підприємству, а додатковий продукт, створений у сільськогосподарському підприємстві, – лише частково.

Собівартість основних видів продукції СПП "Лад" наведено у табл. 1.

За даними табл.. 1 видно, що у СПП "Лад" собівартість продукції має тенденцію до зниження. За 2014-2016 рр. собівартість 1 ц – зернових та зернобобових знизилася на 60 грн (або на 66,8 %), а вирощування свиней (в живій масі) на 433,5 грн (або на 70,9 %).

Зниження собівартості продукції є важливою умовою підвищення економічної ефективності виробництва і забезпечення розширеного відтворення у СПП "Лад". Воно

передбачає збільшення виробництва продукції і зменшення витрат праці і виробничих ресурсів на її одиницю.

Таблиця 1

Собівартість 1ц основних видів продукції СПП "Лад", грн

Види продукції	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р.	
				+, -	в %
Зернові та зернобобові, всього	180,6	103,3	120,6	-60,0	66,8
в т. ч.: пшениця озима	179,9	102,0	122,0	-57,9	67,8
Вирощування (в живій масі) свиней	1486,1	1083,3	1052,6	-433,5	70,9

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності СПП "Лад".

Головним шляхом зниження собівартості зернових культур у СПП "Лад" є підвищення врожайності рослинницької продукції та зростання продуктивності свиней у тваринництві. Основні витрати з виробництва продукції здійснюються незалежно від рівня врожайності та продуктивності тварин, а додаткові витрати пов'язані лише з одержанням додаткової продукції. При цьому витрати з розрахунку на одиницю продукції, як правило, зменшуються.

Таким чином, процес формування стратегії зниження собівартості продукції передбачає логічне й аналітичне обґрунтування майбутнього становища підприємства залежно від зовнішніх умов та урахування таких принципів: взаємопов'язаність підприємства із зовнішнім середовищем і врахування змін, що відбуваються; альтернативність або багатоваріантність; специфічність діяльності підприємства; наявність особливостей виробництва, управління та інформації, виходячи із галузевої приналежності підприємства. Однак з того часу, як керівництво підприємств стало поєднувати короткострокові та довгострокові маневри для приведення у відповідність специфічної ситуації підприємства та ринкового середовища, існує безліч варіантів і нюансів стратегії [4, с. 206]. Для отримання переваги у зниженні собівартості продукції сукупні витрати підприємства на усіх етапах виробничо-господарської діяльності повинні бути меншими за сукупні витрати конкурентів. Досягти цього можна при здійсненні контролю величини витрат у кожній частині вартісного ланцюга. При цьому основними показниками є структурні, що залежать, в основному, від економічної природи бізнесу, яким займається підприємство; та функціональні, які залежать безпосередньо від того, наскільки успішно функціонує підприємство. Важливим є удосконалення вартісного ланцюга шляхом скорочення зайвих витрат і створення умов для більш ефективної роботи.

Лідерство у зниженні витрат можна досягти за допомогою таких підходів: економії на масштабах виробництва, відповідно до кривої досвіду, жорсткого контролю витрат [2, с. 430]. Вітчизняний вчений В.Г. Герасимчук для досягнення переваг за допомогою низьких витрат пропонує у комплексі використати вартісний ланцюг, масштаб, досвід і контроль. Він вважає, що зниження витрат можна забезпечити при удосконаленні та контролі усіх етапів створення продукції (проектування, матеріально-технічного постачання, виробництва), а також економії на масштабах і на підставі накопиченого досвіду [1, с. 163].

Формування стратегії потребує урахування цілей і завдань зниження витрат, особливостей підприємства, галузі, ринку. Тому, щоб уникнути ускладнень при формуванні стратегії зниження собівартості продукції у літературі [3, с. 381-382] наведено найбільш поширені помилки, які мають місце при розробці заходів щодо зменшення витрат: 1) Неправильне визначення найважливіших статей витрат, які необхідно знижувати. Така помилка менш характерна для малих і середніх підприємств, оскільки керівникам, як правило, відомі найбільш суттєві витрати. Однак із розширенням підприємства, керівництво може не помітити зростання витрат на окремих ділянках. Наприклад, зосередившись на витратах, які найбільш легко визначити, можна не помітити

суттєвихі, часто необґрунтованих витрат, прихованих у статті “інші витрати”. 2) Неправильне визначення носіїв витрат підприємства. Наприклад, намагаючись знизити виробничі витрати на одиницю продукції, на підприємстві випускають продукції більше, ніж можуть продати. Як наслідок − прагнення знизити виробничі витрати на одиницю продукції може призвести до їх загального зростання у результаті перевиробництва. Замість цього підприємству слід було б сфокусувати увагу на скороченні загальних виробничих витрат. 3) Втрата індивідуальності та, як наслідок, конкурентоспроможності продукції підприємства, особливо коли характерною особливістю продукції була якість. Таке зниження витрат за рахунок погіршення якості особливо шкідливе для підприємства. Хоча різке скорочення витрат може у короткі терміни збільшити прибутки підприємства, однак у довгостроковій перспективі завдасть непоправної шкоди. 4) Погіршення стосунків з постачальниками і працівниками підприємства через надмірно жорсткі умови. 5) Зниження витрат на важливих ділянках нижче за допустимий рівень. Так, надмірне скорочення трудових витрат може призвести до втрати кваліфікованих працівників. 6) Нерозуміння механізму взаємозалежності витрат підприємства: інколи загального зниження витрат можна досягти, збільшивши їх для якогось окремого виду діяльності. Наприклад, зростання витрат на відрядження може призвести до укладення договорів з новими постачальниками, які реалізують сировину та матеріали дешевше, ніж старі постачальники.

Висновки та пропозиції. Таким чином, науково обґрунтована стратегія зниження собівартості продукції повинна враховувати ситуацію, що склалася на ринку, визначати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, оцінювати позиції підприємства на ринку та його конкурентні переваги. У процесі формування стратегії зниження витрат необхідно визначати мету та завдання стратегії, найраціональніше розподіляти ресурси, конкретизувати прийняті рішення, визначати відповідальних за їхню реалізацію.

Список використаної літератури:

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посіб. / В.Г. Герасимчук. — К. : КНЕУ, 2000. − 360 с.

2. Костецька Н.І. Методичні аспекти формування стратегії зниження витрат підприємства / Н.І. Костецька // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. − Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. − С. 443-450.

3. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и www.zgia.zp.ua © Гринько Т.В., Столпова К.В., 2013 135 реализации стратегии : учеб, для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ;пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. − 576 с.

4. Шанк Дж. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности / Дж. Шанк, В. Говиндараджан ; [пер. с англ.]. – СПб. : ЗАО “Бизнес Микро, 1999. − 288 с.

СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. С. Шевченко, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Світові економічні тренди демонструють об'єктивну необхідність забезпечення інноваційності розвитку підприємства як передумови його виживання у глобальному конкурентному середовищі. Для вітчизняних підприємств забезпечення інноваційного розвитку є, по суті, єдиною передумовою їх виживання та потенційного виходу на світові ринки. У цьому контексті мова йде не лише про технологічні чи продуктові інновації, які в силу нестачі ресурсного забезпечення діяльності становлять неабиякі проблеми щодо реалізації, але й про управлінські, маркетингові та організаційні інновації. Саме такий вид інновацій може стати не лише дієвою передумовою для їх стійкого розвитку, але й каталізатором до нарощення усіх складових інноваційного потенціалу, що в майбутньому забезпечить комплексний інноваційний розвиток підприємства.

Таким чином, вибір інструментів і засобів, які використовуються для забезпечення інноваційного розвитку, набуває особливого значення, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень та дій, що ухвалюються для їх реалізації.

Дослідженням щодо проблем та економічних умов інноваційного розвитку вітчизняних підприємств присвятили свої праці українські вчені, серед яких М.П. Денисенко, Ж.А. Говоруха, Р.С. Квасницька, Н.С. Ардашкіна. Однак враховуючи швидкоплинність економічних процесів, питання інноваційного розвитку підприємств потребують подальших досліджень.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні теоретичних засад і розробці практичних рекомендацій щодо стратегії інноваційного розвитку ТОВ "М'ясо Полісся".

Основний матеріал. Проблеми економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах інформаційно-технологічної революції можуть бути вирішені за допомогою розробки та впровадження в їх діяльність ефективних стратегій інноваційного розвитку. У науковій літературі найпоширенішим до визначення поняття інноваційної стратегії є системний підхід, коли інноваційна стратегія розглядається як елемент корпоративної стратегії розвитку підприємства або як частина загальної соціально-економічної стратегії. При цьому інноваційна стратегія доповнює інші типи функціональних стратегій, особливо стратегію збуту, виробничу, кадрову та фінансову та інші [2, с. 89]. Тобто, під інноваційною стратегією, розуміють погоджену сукупність інноваційних рішень, що здійснюють визначальний вплив на діяльність підприємства. Головними завдання інноваційної стратегії підприємства є: ефективний розподіл і використання наявних ресурсів та можливостей, необхідних для його розвитку на основі інновацій й інноваційної діяльності (потенціалу інноваційного розвитку); адаптація до змін умов зовнішнього середовища шляхом пошуку нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства, приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку до зовнішніх, які генеруються ринком.

ТОВ "М'ясо Полісся" розпочало свою діяльність на вітчизняному ринку у 2000 р. як підприємство по заготівлі та реалізації м'яса та м'ясної продукції. На даний час підприємство виготовляє більш ніж 50 найменувань ковбасних виробів у всіх групах: варені, напівкопчені ковбаси, сосиски та сардельки, а також субпродуктові ковбаси. ТОВ "М'ясо Полісся" було неодноразовим лауреатом конкурсу «100 кращих товарів України». За успіхи в забезпеченні громадян України харчовими продуктами, підприємство нагороджено Почесною грамотою Кабінету Міністрів України. Фінансово-економічні результати засвідчують, що ТОВ "М'ясо Полісся" здійснює ефективну господарську діяльність (табл.1).

Таблиця 1

Ефективність господарської діяльності ТОВ «М'ясо Полісся»

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р., +, –
Чистій дохід. всього тис. грн.	15528	15887	20164	4635
- 1 середньорічного працівника, грн.	52,45	55,74	76,66	20,21
Отримано валового доходу, всього тис. грн.	18633	15887	20164	1531
- 1 середньорічного працівника, грн.	62,94	55,74	76,66	13,72
Отримано прибутку (+), збитку (-), всього тис. грн.	6516	7815	10539	4023
- 1 середньорічного працівника, грн.	22,01	27,42	40,07	18,06
Середньорічна оплата праці 1 працівника, грн	2,85	3,36	3,65	0,8
Норма прибутку, %	1,88	10,21	7,93	6,05
Рівень рентабельності, %	72,3	96,8	109,4	34,1

Джерело: розраховано за даними фінансово-економічної звітності ТОВ “М'ясо Полісся”.

За 2014-2016 рр. у підприємстві зросли норма прибутку на 6,05 % та рівень рентабельності на 34,1 %. Це вказує на те, що підприємство нарощує капіталовкладення для розробки та застосування інноваційної стратегії. Інноваційна стратегія забезпечує ефективну динаміку розвитку процесу відтворення на підприємстві. Реалізація інноваційної стратегії є одним з основних чинників конкурентоспроможності продукції, забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів, підвищує ступінь адаптованості підприємства до зовнішнього середовища, розширює його можливості щодо виходу на нові ринки продукції, створює умови довгострокової стабільності. Принципова схема формування інноваційної стратегії підприємства подана на рис. 1.

Рис. 1. Схема формування ринково-орієнтованої інноваційної стратегії розвитку підприємства

Джерело: власні дослідження.

Інноваційна стратегія, розглядається як один з найважливіших елементів менеджменту у підприємстві та представляє собою цілеспрямовану діяльність з визначення найважливіших напрямів, пріоритетів перспективного розвитку та їх досягненню, в результаті чого забезпечується нова якість виробництва і управління. Вона дозволяє конкретизувати мету, методи і засоби впровадження стратегічних інновацій різного типу, область їх застосування і можливості диверсифікації виробництва, оцінити доцільність вдосконалення раніше освоєних продуктів та процесів, визначити реальні інноваційні можливості підприємства в конкретний період часу і в перспективі з урахуванням сучасного стану і прогнозованої динаміки розвитку економіки в цілому.

Висновки та пропозиції. Отже, одним із основних факторів забезпечення стабільного економічного розвитку підприємства є інноваційна діяльність. Тому важливим є вчасне виявлення проблем та розроблення дієвих інструментів їх інноваційного розвитку. Забезпечення інноваційної активності підприємств України повинно здійснюватися в комплексі національної інноваційної системи, створення високотехнологічних виробництв і промислового освоєння результатів науково-дослідних робіт.

Список використаної літератури:

1. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3. – С. 247-251

2. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П.Денисенко [та ін.]; За ред.: М.П.Денисенка, Л.І.Михайлової. – Суми: Університетська книга, 2008. – 249 с.

3. Про внесення змін до Закону України „Про наукову і науково-технічну діяльність”: закон України від 01.12.1998 №284-XIV// Відомості Верховної Ради України. – 2015 − №2-3. – С. 18-33

4. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8(74). – С.107-115

5. Буркинський Б.В. Інноваційна стратегія у соціально –економічному розвитку регіону / Б.В. Буркинський, Є.В. Лазарева – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. – 14 с.

НАПРЯМИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В. М. Кубальський, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах ринкової економіки прибуток є основним джерелом зростання ринкової вартості підприємства, зміцнення конкурентоспроможності та забезпечення економічних інтересів його власників і персоналу. Головною задачею керівників підприємства є опанування ефективними методами управління прибутком в процесі здійснення підприємницької діяльності. За таких умов вся діяльність суб'єктів господарювання спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини.

Значний внесок у розв'язання сучасних проблем зростання прибутковості підприємства внесли українські економісти: В.Г. Андрійчук, О.Д. Василик, З.С. Варналій, З.М. Васильченко, С.Ф. Голов, В.І. Грушко, А.І. Даниленко, Л.І. Данилова, М.Я. Дем'яненко, О.Д. Заруба, М.Я. Коробов, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, Н.М. Ушакова С.І. Юрій та зарубіжні: Т. Мен, А. Сміт, Дж.Ст. Мілль, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей, Дж. Міль, В. Рошер, Ф. Бастіа, А. Маршалл, Н. Сеніор, А. Самуельсон, Дж. Бейтс. Кларк та ін. Не дивлячись на важливість даної категорії, до цього часу присутня розбіжність поглядів на питання про природу виникнення та особливості формування прибутку у підприємстві.

Метою дослідження є розробка основних напрямків та відповідних заходів, спрямованих на зростання прибутковості підприємства.

Основний матеріал. Прибуток є одним із узагальнюючих показників, що характеризує кінцевий результат діяльності підприємства. Від розміру отриманого прибутку залежить формування оборотних коштів, виконання зобов'язань перед бюджетом та партнерами по виробничій діяльності, платоспроможність, виділення коштів на оплату праці тощо. У величині прибутку знаходять відображення всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання: техніка і технологія, якість продукції, організація виробництва та управління, галузеві та інші специфічні особливості підприємства. Проте, прибуток не варто розглядати лише як мотиваційну силу для організації діяльності, а доцільно досліджувати як проміжну, перехідну або навіть об'єднуючу ланку між такими категоріями, як інтерес і діяльність. Саме наявність певного економічного інтересу, і є мотивацією до здійснення діяльності. А прибуток як один із видів отриманого фінансового результату в ході організації діяльності виступає безпосередньо джерелом забезпечення інтересів різних суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки.

Прибуток підприємства є складовою частиною доходу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу та комерційну діяльність підприємства. Він характеризує перевищення надходжень над витратами, мету підприємницької діяльності і вважається одним з головних показників результативності діяльності підприємства [1, с. 206]. Тобто сутність прибутку можна й треба розглядати як джерело задоволення інтересів, оскільки саме інтереси – це усвідомлені потреби окремих людей, соціальних верств, груп і класів, що є формою відносин економічної власності й, у свою чергу, знаходять вияв у поставлених цілях, конкретних завданнях і діях щодо їх досягнення [3, с.103].

Товариство овочевий комбінат "Станишівка" створено з метою одержання прибутку шляхом здійснення виробничої, торговельної, посередницької, зовнішньоекономічної та інших видів діяльності, виконання робіт та надання послуг. Предметом діяльності ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка" є вирощування овочів у відкритому і закритому ґрунті.

Овочі є найважливішими та незамінними продуктами у харчуванні людини завдяки високим смаковим, харчовим, лікувальним, дієтичним властивостям. Але, внаслідок економічної нестабільності знижуються валові збори овочів, а їх виробництво дедалі більше зосереджується в особистих господарствах. Об'єм та ефективність виробництва овочів закритого ґрунту є одними з основних чинників, що визначають економічні результати функціонування ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка». Від їх величини залежать об'єм реалізації продукції, рівень її собівартості, сума прибутку, рівень рентабельності підприємства, його платоспроможність та інші економічні показники. Динаміка прибутку та рівня рентабельності ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» наведено на рис. 1.

Рис. 1. Динаміка прибутку та рівня рентабельності ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка"

Джерело: побудовано за даними фінансово-економічної звітності підприємства.

За даними рис. 1, у 2016 р. спостерігається збитковість діяльності ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка". У підприємстві за 2016 р. в порівнянні з 2011 р. сума прибутку зменшилася на 4752 тис. грн., а рівень рентабельності знизився на 20,6 %.

Головними чинниками зниження прибутку у ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка" є зростання собівартості реалізованої продукції на 45% та зниження реалізаційних цін на овочі на 11 %.

У структурі собівартості овочів закритого грунту найбільшу питому вагу складають витрати на енергоносії – 58%. Висока енергозатратність виробничої діяльності підприємства закритого ґрунту надає особливої актуальності проблемі енергозбереження та потребує зниження енергоємності технологічних процесів виробництва продукції.

Тож в умовах енергетичної кризи для забезпечення рентабельності виробництва у ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка" необхідно запроваджувати більш досконалі енерго- та ресурсозберігаючі технології.

Перспективними напрямками зниження витрат енергоресурсів в овочівництві закритого грунту є:

– встановлення окремої міні-котельні в кожній теплиці;

– окреме керування контурами обігрівання з метою наближення тепла до рослини;

– встановлення котлів з термоакумуляторами, з подачею CO_2 та акумулюючих резервуарів з гарячою водою, яка подається в теплиці при відключеному котлі;

– використання тепла ТЕЦ, АЕС, геотермальних вод, альтернативних видів біологічного обігрівання з використанням місцевих матеріалів – відходів рослинництва, що дає змогу обігрівати кореневмісну зону рослин у теплицях;

– використання сучасних енергозберігаючих покривних матеріалів (полікарбонат), прийом зашторювання для зниження перегрівання у весняно-літні періоди та збільшення освітленості у теплиці на 15-25%;

– автоматизація та комп'ютеризація технологічних процесів.

Запропоновані заходи дадуть змогу в 3-4 рази зменшити енерговитрати на вирощуванні овочевих культур у закритому ґрунті ТОВ "Овочевий комбінат Станишівка".

Висновки та пропозиції. За таких умов можливим шляхом зростання прибутку підприємства є використання біотехнологічних альтернатив для виробництва екологічно безпечної овочевої продукції в закритому ґрунті. Доцільно створити агроекологічні гідропонікуми для дитячого, дієтичного та профілактичного харчування. Такий гідропонікум повинен включати обладнання для метанового зброджування гною, що забезпечує отримання біологічних поживних розчинів, а також передбачати використання біологічних засобів захисту рослин.

Список використаної літератури:

1. Афанасьєв М.В Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самост. вивчення дисципліни / За редакцією проф. М.В. Афанасьєва. Х.: ВД ―ІНЖЕК‖, 2009. – 410 с.

2. Аранчій В.І. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В.І. Аранчій. – К.: Професіонал, 2007. – 304 с.

3. Покропивний С. Ф., Економіка підприємства: Навчальний посібник/ М-во освіти України, КНЕУ; -2-е вид., перероб. та доп.. -К.: КНЕУ, 2006. -526 с.

4. Бець М.В. Планування рентабельності виробництва [Електронний ресурс] / М.В. Бець // Економіка України. – 2009. – № 2. – С. 87. – Режим доступу : www.mikroekonomika/chinniki_zrostannja_efektivnosti_virobnictva_dijalnosti_pidpriemstva_referat/40-1-0-3916.

5. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення [Електронний ресурс] / С.В. Гавалешко // Економікс. – 2012. – № 10. – Режим доступу : www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/ 10_106158.doc.htm

6. Корінєв В. Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію / В. Л. Корінєв // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 3 (45). – С. 97-103.

7. Ищенко Е. Прибыль как критерий эффективности функционирования предприятия / Е. Ищенко // Економіст. – 2013. – № 8. – С. 90-92.

9. Швиданенко Г. О., Васильков В. Г., Гончарова Н.П., Економіка підприємства: підручник/ за заг. ред. Г. О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2009. – 598 с.

10. Швиданенко Г. О., Олексюк О. І. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства. -К.: КНЕУ, 2012 – 192 с.

BIOTECHNOLOGIA JAKO PODSTAWA BIOEKONOMII

Hrabchuk I.F., kandydat nauk ekonomicznych,
Profesor nadzwyczajny Wydziału Ekonomii i Przedsiębiorczości
Żytomierzski narodowy agroekologiczny uniwersytet

Buhajczuk W.W., kandydat nauk ekonomicznych,
starszy wykładowca Wydziału Ekonomii i Przedsiębiorczości
Żytomierzski narodowy agroekologiczny uniwersytet

Problem. Rozwój stosunków bioekonomicznych w społeczeństwie opiera się na innowacyjnych zasadach, z wykorzystaniem kreatywnych narzędzi i mechanizmów. Jednocześnie, jak pokazuje doświadczenie światowe, palącymi problemami regulacji państwa nad takimi procesami jest rozwój systemu selekcji krytycznych technologii, kierunków stymulacji ich wykorzystania w celu zapewnienia dobrobytu społecznego i ekonomicznego ludności. Obecnie w świecie wyjątkowe znaczenie mają technologie procesów biologicznych.

Podczas gdy kraje rozwinięte już dawno zrobiły swój wybór – przyszłość należąca do biotechnologii, która oferuje naprawdę fantastyczne możliwości w rolnictwie, medycynie i innych dziedzinach działalności, Ukraina, niestety, wciąż jest nie po stronie postępu.

Analiza najnowszych badań. Kwestiom nowoczesnego rozwoju biotechnologii poświęcone są badania zagranicznych naukowców, w szczególności P. Warburga, G. Waltera, R. M'barka, A. Tabu, F. Hellmanna. Badania nad czynnikami wpływającymi na powstawanie i rozwój bioekonomii na Ukrainie należą do prac krajowych naukowców I. Balanyuka, V. Butenko, I. Zelisko, S. Kvashi., S. Kozlovskyego, M. Talaviri, O. Shubravskoyi i innych naukowców-ekonomistów. Jednak kwestia wyboru konkretnych nowych technologii obiecujących rozwój ukraińskiej gospodarki nie jest podkreślona w pracach autorów krajowych, co zatem decyduje o znaczeniu badań.

Podstawowy materiał. Według badań licznych źródeł naukowych ustalono, że termin "bioekonomia" *(biobased economy)* pochodzi z dziedziny biotechnologii. Termin ten został po raz pierwszy zidentyfikowany przez Juana Enriqueza Cabota i Rodrigo Martineza podczas seminarium na temat genomiki w 1997 r., a fragment ich pracy został opublikowany w magazynie *Science Magazine*, a mianowicie: "... jest to część ekonomii, która wykorzystuje nową wiedzę biologiczną do celów komercyjnych lub przemysłowych w celu poprawy samopoczucia człowieka" [5, s. 112].

Sam termin "biotechnologia" pojawił się w latach 70-tych XX wieku. (*bios* – życie, *technos* – sztuka, umiejętność, *logos* – słowo, doktryna).

Ewolucja teoretycznych i praktycznych zasad koncepcji pozwoliła wyróżnić biotechnologię jako technologię przemysłową, zespół procesów przemysłowych opartych na wykorzystaniu systemów biologicznych [3]. Wskazane jest założenie, że biotechnologia jest połączeniem metod przemysłowych, które są wykorzystywane do produkcji różnych substancji przy użyciu żywych organizmów, procesów biologicznych lub zjawisk. Chociaż zasady biotechnologiczne są już od dawna rozwinięte, na przykład: wykorzystanie żywotnej aktywności mikroorganizmów do pieczenia chleba, wytwarzania sera i innych produktów mlecznych, produkcji wina, warzenia piwa.

Biotechnologia jest umownie podzielona na dwie sekcje:

- tradycyjną (w tym mikrobiologia technologiczna, a także enzymacja techniczna, biochemiczna i inżynieryjna);
- nową (która obejmuje inżynierię genetyczną i komórkową).

Tradycyjna biotechnologia opiera się na fermentacji. W ciągu ostatnich 30 lat pojawiło się wiele nowych produkcji opartych na wykorzystaniu grzybów, drożdży, bakterii i rzadziej glonów. Przy pomocy mikroorganizmów można otrzymać leki takie jak kortyzon, hydrokortyzon i inne, należące do grupy steroidowej.

Rys. 1. Rodzaje i dziedziny biotechnologii
Źródło: opracowanie własne.

Jednak według ostatnich badań rozwoju procesów biotechnologicznych, coraz częściej stosowane są metody inżynierii genetycznej i komórkowej. Inżynieria genetyczna jest stosowaną gałęzią genetyki molekularnej i biochemii, która rozwija metody przebudowy genomów organizmów poprzez wydobywanie lub wprowadzanie indywidualnych genów lub ich grup. Inżynieria komórkowa jest gałęzią biotechnologii, która wykorzystuje metody wydzielania komórek z organizmu i przenoszenia ich do sztucznych pożywnych środowisk, gdzie komórki te żyją i rozmnażają się. Obiecującym kierunkiem inżynierii komórkowej jest klonowanie organizmów [2].

Głównymi obszarami biotechnologii przemysłowej są bioenergetyka; biotechnologia oczyszczania ścieków i kontrola zanieczyszczeń metalami ciężkimi; biotechnologia rolnictwa; biogeotechnologia; bioelektronika; biotechnologia w medycynie; biotechnologia przemysłu spożywczego.

Bioenergia bada przekształcanie biomasy w energię. W wyniku spalania biomasy wytworzone ciepło można przekształcić w energię mechaniczną i elektryczną. Skuteczną metodą przetwarzania surowców jest pozyskiwanie biogazu (metanu). "Fermentacja" metanu, czyli biometanogeneza, od dawna znana jest z transformacji biomasy w energię. Należy rozwiązać wiele problemów biochemicznych, mikrobiologicznych i społecznych, aby wdrożyć na dużą skalę korzyści rozwojowe i ekonomiczne przedsiębiorstw produkujących biogaz.

Rozwój działalności przedsiębiorstw prowadzi do powstawania dużej ilości odpadów, w tym odpadów zawierających nowe składniki antropogeniczne. Odpady z gospodarstw domowych dzielą się na 2 grupy: odpady stałe i ścieki. Odpady stałe składają się z materiałów celulozowych (40% papieru, 2,5% drewna, 8% tekstyliów) i odpadów spożywczych (40%).

Ścieki zawierają złożoną mieszaninę rozpuszczalnych i nierozpuszczalnych składników o różnym charakterze i stężeniu: domowe – mikroflora gleby i jelit, w tym patogenne mikroorganizmy; odpady fabryk cukru, skrobi, piwa i drożdży, fabryk mięsnych – duża liczba węglowodanów, białka, tłuszczów; zakładów chemicznych i hutniczych – mogą mieć substancje toksyczne i wybuchowe. Niebezpieczne zanieczyszczenie występuje, gdy w skład środowiska wchodzi związek metali ciężkich (żelaza, miedzi, cyny itp.). Głównym celem biotechnologii w oczyszczaniu ścieków i kontroli zanieczyszczeń metalami ciężkimi jest usuwanie rozpuszczalnych i nierozpuszczalnych składników oraz detoksykacja patogennej mikroflory.

Wkład biotechnologii w produkcję rolną ma na celu ułatwienie tradycyjnych metod selekcji roślin i zwierząt w opracowywaniu nowych technologii, które poprawiają wydajność rolnictwa. W wielu krajach metodą inżynierii genetycznej i inżynierii komórkowej stworzono

wysoce produktywne i odporne na szkodniki, choroby i herbicydy odmiany roślin rolniczych. Szczepionki stosowane w inżynierii genetycznej, surowica, przeciwciała monoklonalne są stosowane do zapobiegania, diagnozowania i leczenia poważnych chorób zwierząt gospodarskich. Wzrost genomowego hormonu, jak również technika transplantacji i mikromanipulacji na zarodkach zwierząt domowych, są wykorzystywane do tworzenia bardziej skutecznej technologii plemiennej. Aby zwiększyć produktywność zwierząt wykorzystuje się białko paszowe, uzyskiwane poprzez syntezę mikrobiologiczną.

Biogeotechnologia opiera się na wykorzystaniu aktywności geochemicznej mikroorganizmów w przemyśle wydobywczym. Jest to wydobywanie i zatężanie metali w biologicznym oczyszczaniu ścieków z przedsiębiorstw górnictwa oraz w procesach: usuwania ubogich i przerobionych rud, odsiarczania węgla, utleniania pirytu itp.

Kolejnym obszarem biotechnologii jest bioelektronika, której celem jest tworzenie ulepszonych typów biosensorów i nowych urządzeń przewodzących – biochipów. Bioelektronika umożliwia tworzenie urządzeń, w których białka są podstawą molekuł, działających jako półprzewodniki.

W medycynie techniki i metody biotechnologiczne odgrywają ważną rolę w tworzeniu nowych substancji biologicznie czynnych i leków przeznaczonych do wczesnego diagnozowania i leczenia różnych chorób.

Kwestiami zapewnienia ludności naszej planety żywnością zajmuje się biotechnologia w przemyśle spożywczym. Według ONZ, ponad połowa ludności świata jest niezabezpieczona wystarczającą ilością jedzenia, około 500 milionów ludzi głoduje. Problemem żywienia ludzi jest brak białka. Stosując zwykłe linie technologiczne do produkcji włókien syntetycznych, możliwe jest otrzymanie z białków sztucznych długich włókien, które po imitowaniu substancji formotwórczych, nadają im odpowiedni smak, kolor, zapach i mogą symulować dowolny produkt białkowy. W ten sposób otrzymano już sztuczne mięso, mleko, ser i inne produkty [1].

Wnioski i sugestie. Zatem, w obecnej sytuacji postępu naukowego i technologicznego, biotechnologie szybko zyskują na popularności. Sprzyjają temu dwie okoliczności: po pierwsze, szybki rozwój współczesnej biologii molekularnej i genetyki, opartej na osiągnięciach chemii i fizyki, pozwolił na wykorzystanie potencjału żywych organizmów w interesie ludzkiej działalności gospodarczej, a po drugie – istnieje pilne, nawet krytyczne zapotrzebowanie w nowych technologiach mających na celu wyeliminowanie niedoboru żywności, energii, zasobów mineralnych oraz poprawę stanu ochrony zdrowia i ochrony środowiska.

W takich warunkach, obecny etap rozwoju bioekonomicznego nie jest możliwy bez postępu naukowego i technologicznego. Wykorzystanie biotechnologii tworzy podstawę do tworzenia bioekonomii jako systemu, który wykorzystuje zasoby biologiczne do produkcji zaawansowanych technologicznie produktów.

Lista wykorzystanej literatury:

1. Johnson S. *„Energy of Progress”* / S. Johnson, D. Meyers; [tłumaczenie z angielskiego T. Tsementovich]. – M.: LLC Wydawnictwo „Laboratorium wiedzy podstawowej", CJSC "Wydawnictwo "Beinom", 2008. – s. 928.

2. Zelesko I. M. *„Bioenergetyczne aspekty produkcji rolno-przemysłowej [Zasoby elektroniczne]”* / I. M. Zelesko. – dostęp: http: // econjournal. vsau.org/files/pdfa/537.pdf.

3. Kaletnik G. M. *„Rozwój rynku biopaliw na Ukrainie: monografia”* / G. M. Kaletnik – K: *„Nauki rolnicze”*, 2008. – s. 464.

4. O alternatywnych źródłach energii: Ustawa Ukrainy nr 555-IV z dnia 20 lutego 2003 r. / [Dostęp elektroniczny]. – dostęp: http://zakon4.rada.gov.ua.

5. Talavyrya M. P. *„Strategia rozwoju zasobów biologicznych na podstawie bioekonomicznej: monografia”*. Talavyrya M. P., Baydala W. W. – Nizhyn: PP M.M.Lysenko, 2014. – s. 488.

6. Talavyria M.P., Challenges for the agricaltural Sectors in Central and Eastern Europe / M.P.Talavyria // Edstor. 2014. – s. 260.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Ю.П. Коломієць, магістрант
науковий керівник:
Н.І. Кравчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Житомирська область за економічним потенціалом відноситься до промислово-аграрних регіонів України. В умовах нестабільності законодавства та браку інвестиційного капіталу, існує ризик зниження фінансово-економічних результатів діяльності суб'єктів аграрного підприємництва. Основними проблемами аграрної економіки регіону є застарілі технології, недостатній рівень капіталовкладень, значна енергоємність виробництва і відносно мала частка продукції з великою доданою вартістю. Тому існує необхідність пошуку шляхів усунення дестабілізуючих чинників та досягнення економічного зростання.

Проблеми розвитку аграрних підприємств та фактори, що впливають на ефективність їх виробництва вивчають такі відомі вчені, як В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, Н.І. Кравчук, В.Я. Месель-Веселяк, В.І. Ткачук, В.В. Юрчишин, Г.В. Черево та інші. Водночас, тенденції розвитку підприємств галузі сільського господарства змінюються, що впливає на формування стратегії їх розвитку та пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрної сфери.

Основний матеріал. Стратегією розвитку Житомирської області на період до 2020 року передбачається досягнення сталого економічного розвитку, зростання багатогалузевої промисловості та сільського господарства, посилення конкурентних позицій з безпечними умовами проживання, у якому кожна територіальна громада матиме умови для розвитку та підвищення стандартів життя [1]. Сільське господарство у Житомирській області є важливою складовою регіональної економіки та залишається найбільш стабільною галуззю. Згідно даних таблиці 1 в Житомирській області відбувається щорічне збільшення валового виробництва зернових – на 88 %, соняшника – у 56 разів, овочів – на 46 %. Скоротилося лише виробництво цукрового буряка та плодово-ягідних культур на 38 % та 21 % відповідно.

Урожайність зернових культур збільшилась у сільськогосподарських підприємствах на 15,1 ц з 1 га, або на 35,3% (57,9 ц з 1 га),у господарствах населення – зменшилась на 0,3 ц з 1 га, або на 0,8% (36,4 ц з 1 га). Серед культур зернової групи у 2016 р. валовий збір пшениці збільшився на 17,7% і становив 617,0 тис. т. Зокрема, сільськогосподарськими підприємствами її зібрано 486,8 тис. т (на 10,4% більше), господарствами населення – 130,2 тис. т (на 56,6% більше).

У галузі тваринництва спостерігається протилежна ситуація (табл. 2). Скорочується виробництво м'яса – 61 %, молока – 65,7 %, вовни – 25 % від рівня 1995 р. і лише виробництво яєць збільшилося у 2,4 рази. У 2016 р. індекс обсягу виробництва продукції тваринництва порівняно з 2015 р. становив 101,7 %, у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 107,4 %, господарствах населення – 100,6 %. Поголів'я великої рогатої худоби, що утримується у сільськогосподарських підприємствах, скоротилося на 1,6%, у т.ч. корів – на 0,4%, свиней – на 12,3%, овець та кіз – на 22,0%. Водночас збільшилось на 33,6% поголів'я птиці. В цілому індекс обсягу сільськогосподарського виробництва у 2016 р. порівняно з 2015р. становив 115,7%, у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 126,0 %, у господарствах населення – 108,2 %. Обсяг валової продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств у постійних цінах 2010 р. склав 9329,0 млн грн.

Таблиця 1

Виробництво основних сільськогосподарських культур в Житомирській області, тис. ц

Рік	Назва культури					
	зернові та зернобобові	буряк цукровий	соняшник	картопля	овочі	плодові та ягідні
1995	11103,4	9746,8	4,1	8458,9	2033,5	530,6
2000	7214,5	3882,9	5,6	10646,6	1945,0	241,2
2005	7503,1	5951,9	55,6	11107,4	2031,1	352,7
2010	10869,1	3041,3	269,2	11661,8	2094,4	315,5
2011	15072,2	5651,0	605,9	13342,0	2359,3	366,6
2012	16949,4	5529,2	919,4	13438,6	2421,8	417,3
2013	21086,5	4244,6	1041,6	13310,3	2247,1	442,8
2014	19075,7	6398,5	1691,2	13040,5	2390,9	442,3
2015	14595,9	6071,6	1414,9	11768,5	2718,8	506,9
2016	20938,5	6073,0	2316,7	13166,1	2970,0	417,3
2016 у % до 1995	188,6	62,3	У 56 р.	155,6	146,0	78,6

Джерело: побудовано автором за даними Головного управління статистики в Житомирській області [2].

Таблиця 2

Виробництво основних видів продукції тваринництва в Житомирській області

Рік	Вид продукції			
	м'ясо (у забійній вазі), тис. т	молоко, тис. т	яйця, млн. шт.	вовна, т
1995	87,3	861,8	270,5	108
2000	63,6	656,3	270,7	29
2005	45,1	731,9	440,9	23
2010	47,7	578,3	489,3	22
2011	48,9	569,1	489,0	25
2012	50,3	594,9	519,4	28
2013	54,1	597,6	561,5	26
2014	51,0	589,7	600,6	24
2015	53,4	578,4	589,7	26
2016	53,3	566,6	661,9	27
2016 у % до 1995	61,0	65,7	244,7	25,0

Джерело: побудовано автором за даними Головного управління статистики в Житомирській області [3].

Головними проблеми галузі сільського господарства є: низький рівень розвитку матеріально-технічної бази особистих підсобних господарств, які мають значну частку у виробництві картоплі, овочів, плодів та ягід, молока, м'яса та яєць, та базуються переважно на ручній праці і не можуть використовувати сучасні агротехнології; неконкурентоспроможна вітчизняна тваринницька продукції в умовах стійкого диспаритету цін на товари і послуги для галузі порівняно з дешевою імпортною; скорочення поголів'я ВРХ як м'ясного, так і молочного напряму у сільськогосподарських підприємствах; неефективність малого та середнього бізнесу у тваринництві; низький рівень розвитку інфраструктури в сільській місцевості, що обумовлює низький рівень життя на сільських територіях; несприятлива демографічна ситуація, що впливає на формування працездатного населення в селі; обмеженість доступу до фінансових ресурсів та невигідні умови кредитування сільськогосподарських виробників, що перешкоджає

покращенню технології ведення землеробства і тваринництва з використанням нових й більш продуктивних сортів рослин та порід тварин.

Висновки та пропозиції. Щоб знизити дію існуючих проблем, необхідні вливання нових інвестицій та інноваційних рішень, підтримка зростаючого сектору малого та середнього бізнесу, створення належних умов існування сільського населення, що сприятиме покращенню демографічної ситуації, створення робочих місць. Також підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва дозволить у впровадження у виробництво енергоносіїв з відновлювальних джерел альтернативної енергії та підвищення енергоефективності у житлово-комунальній і бюджетній сферах. Іншим шляхом вирішення є технічне переоснащення комунальної інфраструктури населених пунктів області, об'єктів охорони здоров'я та освіти.

Список використаної літератури:

1. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2020 року. [електронний ресурс]. – Режим доступу:http://oda.zt.gov.ua/images/golovna/strategia_rozvutky/strategia_2020.pdf

2. Виробництво основних сільськогосподарських культур. – Головне управління статистики в Житомирській області. [електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.zt.ukrstat.gov.ua/

3. Виробництво основних видів продукції тваринництва. – Головне управління статистики в Житомирській області. [електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.zt.ukrstat.gov.ua/

СЕКЦІЯ 5. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ЯК ЧИННИК ЗАПЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Я. В. Борисенко, студентка
науковий керівник:
С. В. Василенко, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Конкуренція – рушійна сила економічного розвитку. В сучасному економічному словнику вона визначена як змагання між виробниками (продавцями) товарів, а в загальному випадку між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою одержання більш високих доходів, прибутку, інших переваг. Таке визначення повністю передає суть конкуренції як змагання. Поряд з конкуренцією та невід'ємно від неї існує таке поняття як конкурентоспроможність. Однак, незважаючи на те, що наявність такої категорії об'єктивно визнається, в науковій літературі не визначено загальноприйнятого поняття конкурентоспроможності. Точно визначена лише ієрархія категорій «конкурентоспроможність»: конкурентоспроможність продукції; конкурентоспроможність виробника (підприємства); конкурентоспроможність галузі; конкурентоспроможність регіону; конкурентоспроможність окремих держав і їх об'єднань. Дослідження теоретичних та практичних аспектів конкурентоспроможності висвітлили у своїх працях зарубіжні та вітчизняні учені Г. Азоєв, І. Ансофф, Г. Ассель, М. Ахматова, С. Брю, І. Булеєв, А. Воронкова, М. Гальвановский, А. Градов, І. Должанський, Т. Загорна, Ю. Іванов, І. Кадирус, Ф. Котлер, І. Ліфіц, К. Маконнел, Г. Мінцберг, Є. Попов, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Ф. Тейлор, Р. Фатхутдінов, А. Юданов та ін. Проте, незважаючи на численну кількість праць, присвячених питанням конкуренції та конкурентоспроможності, визначення теоретичних аспектів залишаються недостатньо вивченими і потребують подальших досліджень.

Основний матеріал. Саме слово «конкурентоспроможність» до деякої міри передає зміст поняття. Тобто, конкурентоспроможність – це здатність конкурувати, здатність успішно вести конкурентну боротьбу [7]. Вперше поняття «конкурентоспроможність» було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером. На його думку, конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [8].

Аналізуючи визначення сутності «конкурентоспроможність» можна виділити наступні ознаки даного поняття (рис. 1).

Приєднуємось до думки А. Воронкової, яка під конкурентоспроможністю розуміє іманентну економічному суб'єкту (фізичній або юридичній особі, галузі, сектору, економіці країни, країні загалом) здатність брати участь у ринковій економіці за умови зростання доходів, розширення виробництва, підвищення рівня і якості життя учасників економічного процесу [2].

Цікаво трактує конкурентоспроможність М. Гальвановський – це володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання [3]. На відміну від нього, Фатхутдінов Р. трактує конкурентоспроможність, як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку, а

конкурентоспроможність підприємства – як здатність досягати конкурентних переваг над іншими підприємствами на конкретному ринку [9].

Рис. 1. Класифікація конкурентоспроможності за певними ознаками
Джерело: [6].

Відмітимо, що базовою категорією є конкурентоспроможність продукції. У той час як конкурентоспроможність продукції є необхідною, але не достатньою умовою конкурентоспроможності підприємства, існує безліч різних визначень категорії «конкурентоспроможності продукції». Так, І. Должанський та Т. Загорна вважають, що конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність фірми-виробника співвідносяться між собою як частина і ціле. При цьому можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності їх товару, а також сукупності методів управління діяльністю фірми, що здійснюють вплив на результати конкурентної боротьби [4].

Автори М. Ахматова та Є. Попов вважають, що конкурентоспроможність товарів − це здатність товарів відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців у порівнянні з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку [1]

Варто відмітити, що конкурентоспроможність товару − властивість товару виступати на ринку з присутніми там аналогічними товарами [8].

Однак найбільший інтерес для дослідження представляє конкурентоспроможність підприємства, тому що всі наступні рівні конкурентоспроможності визначаються саме конкурентоспроможністю підприємств.

Так, М. Портер зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність успішно конкурувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний період шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг [8]. Крім того, вчений вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це досягнення підприємством більших переваг високого та низького порядку порівняно з аналогічними перевагами інших фірм на ринку.

На думку науковця Ю. Іванова, конкурентоспроможність підприємства – це відносна категорія, що відображає відмінність процесу розвитку підприємства від конкурента за ступенем задоволення продукцією суспільної потреби і ефективністю виробничо-господарської діяльності. Крім того, це властивість виробничо-економічних систем (якими є підприємства) змінювати траєкторію руху чи намічуваний режим функціонування в процесі адаптації до впливу зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку уже наявних чи створення нових конкурентних переваг [5].

Висновки та пропозиції. На основі проведеного дослідження проаналізовано конкурентоспроможність за певними ознаками, розкрито сутність понять конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства. Крім того, більш детального вивчення потребують питання конкурентоспроможності галузі, конкурентоспроможності регіону, конкурентоспроможності окремих держав, що стане перспективою подальших досліджень.

Список використаної літератури:

1. Ахматова М. Теоретичні моделі конкурентоспроможності / М. Ахматова, Є. Попов // Маркетинг. – 2003. – № 4. – С. 25-38.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: монография / А. Э. Воронкова. – [2-е изд.]. – Луганск: ВНУ им. В. Даля, 2004. – 320 с
3. Гальвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гальвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 66–77.
4. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
5. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: монография / Ю. Б. Иванов. – Харьков: ХНЭУ, 2004. – 256 с.
6. Кадирус І. Г.Конкурентоспроможність підприємства та факторои, що на неї впливають [Електронний ресурс] / І. Г. Кадирус // Ефективна економіка]. – 2014. − № 5. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390].
7. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М.: Юрайт, 2001. – 224 с.
8. Портер М. Конкуренция: уч. пос. / М. Портер – Москва: Вильямс, 2001. – 425 с.
9. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

СПЕЦИФІЧНІ РИСИ КОНКУРЕНЦІЇ НА АГРАРНОМУ РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В.О. Єрещенко, магістрант
науковий керівник:
М.А. Місевич, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Конкуренція (лат. concurere – зіштовхуюсь) – економічне суперництво і боротьба між приватними і колективними товаровиробниками та продавцями товарів і послуг за якнайвигідніші умови їх виробництва і збуту, за привласнення найбільших прибутків, в процесі якого стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва [3, с. 86].

Конкуренція – рушійна сила ринкової економіки. В умовах конкуренції перемагає той, хто створює високоякісну продукцію при найменших витратах виробництва. Конкуренція є об’єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, формами вияву якого є боротьба за виживання, за одержання місця на ринку, за привернення уваги споживачів до своєї продукції [2, с. 123].

Вперше теорія конкуренції була узагальнена Адамом Смітом у роботі "Дослідження про природу і причину багатства народів" (1776 р.). Він уперше:

1) сформулював поняття конкуренціїяк суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і знижує ціни (при надлишку пропозиції);

2) обгрунтував головний принцип конкуренції – принцип "невидимої руки", відповідно до якого, "смикаючи" за ниточки маріонеток – підприємців, "рука" змушує їх діяти відповідно до деяких "ідеальних" планів розвитку економіки, безжалісно витісняє фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції;

3) розробив теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конкуренції, що об’єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, призводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями;

4) визначив основні умови ефективної конкуренції, які включають наявність великої кількості продавців і покупців, мобільність використовуваних ресурсів, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару;

5) розробив модель посилення і розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливо максимальне задоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому [1, с. 46-48].

А. Сміт довів, що конкуренція є зрівноважувальним механізмом – оптимізує розподіл ресурсів за умов досконалої конкуренції. Вона зрівноважує норми прибутку, сприяє оптимальному розподілу праці та капіталу.

Значний внесок у теорію конкуренції зробив Д. Мілль [5, с. 230-231]. Він вивів рівняння міжнародного попиту, виокремив так звані неконкуруючі групи на ринку, розробив потрійну класифікацію цінової еластичності попиту, а також поняття економії альтернативних витрат.Ф. Найт характеризував конкуренцію як ситуацію, у якій конкуруючих одиниць багато і вони незалежні [7, с. 77-78]. Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями [9, с. 64-65].

У своїй книзі „Міжнародна конкуренція”М. Портер відзначає, що конкуренція – динамічний процес, безупинно мінливий ландшафт, на якому з’являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [6, с. 117-119].

Фатхутдинов Р.А. визначає поняття ринкової конкуренції в такий спосіб: “Конкуренція – процес управління суб’єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення

об'єктивних чи суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах" [8, с. 254-255].

Основний матеріал. Конкуренція ґрунтується на суперництві й задоволенні потреб, тому виграє той, хто найкраще задовольняє потреби споживачів.

Суб'єктами конкуренції є товаровиробники ідентичної або взаємозамінної продукції (послуг), які діють на одному сегменті ринку. Основною метою кожного суб'єкта є одержання максимального прибутку, прагнення домінувати на ринку, набути переваг і метапереваг порівняно з конкурентами, а також отримання довгострокової прихильності споживачів. Об'єктами конкуренції є товари або послуги, які виробляють підприємства. Саме товар, його якісні властивості та ціна – інтегральні показники ефективності не тільки виробництва, а й усіх інших видів діяльностей підприємства.

За напрямком прояву конкуренцію поділяють на зовнішню та внутрішню. Зовнішня – це об'єктивна конкуренція, що склалася завдяки певній кон'юнктурі на ринку і діє на підприємство незалежно від його бажань і можливостей. За характером ринкового середовища економісти розрізняють чотири види зовнішньої конкуренції:

- чиста (або досконала) конкуренція;
- олігополія;
- монополістична (або недосконала) конкуренція;
- монополія.

Досконала, або чиста, конкуренція є досить парадоксальним видом з огляду на те, що підприємство не відчуває конкуренції у своїй діяльності, і конкурентне середовище майже не спонукає до зростання ефективності виробництва.Ринку досконалої конкуренції притаманні такі риси: продукція фірм ідентична, або настільки схожа, що покупці не постають перед вибором, продукцію якої фірми їм купувати; ні продавці, ні покупці не в змозі впливати на ринкову ціну товару та інші. Прикладом досконалої конкуренції є локальний сільськогосподарський ринок, де товаровиробники реалізовують свою продукцію дрібними партіями за ціною, що встановлена під дією попиту та пропозиції [4, с. 92-93].

Монополістична конкуренція – це тип ринку, на якому за умови неоднорідної пропозиції діє велика кількість відносно дрібних постачальників при великій кількості споживачів. Монополістична конкуренція характеризується такими ознаками: товар кожного підприємства, що торгує на ринку, є недосконалим замінником товару, реалізованого іншими фірмами; на ринку існує відносно велике число продавців, кожний з яких задовольняє невелику, але відносно значну частку ринкового попиту на загальний тип товару та інші. Для сучасного типу конкуренції в аграрній сфері більш характерні риси монополістичної конкуренції, адже продукція, що виробляється сільськогосподарським підприємством: цукрові буряки, соняшник, зерно, м'ясо, молоко, хоча і є стандартизованою, але реалізується великими партіями, які відрізняються якістю, ціною й умовами поставки.

Олігополія (від грец. oligos – малий, незначний + poleo продаю) – це ситуація, за якої кількість конкурентів мала або декілька фірм домінують на ринку, створюючи сильну взаємозалежність.Олігополія характеризується такими ознаками: економія від масштабів виробництва. Мінімальний рівень витрат на одиницю продукції може бути досягнутий підприємством при дуже високому обсязі виробництва та збуту продукції; взаємозалежність підприємств на ринку та інші. Олігополія характерна переважно для недиверсифікованих підприємств переробки сільськогосподарської продукції спиртових і цукрових заводів, масложирових комбінатів, консервних заводів і т.д.

Монополія – це ситуація на ринку, що характеризується безліччю покупців і лише одним продавцем. На сільськогосподарському ринку монопольне становище можуть мати підприємства переважно науково-дослідного спрямування, які продають елітний посівний

матеріал, а також чистопородних тварин.

В економіці прийнято розмежовувати конкуренцію за її основними методами на цінову і нецінову, або конкуренцію на основі ціни та на основі якості [4, с. 112-113].При ціновій конкуренції основним методом конкурентної боротьби є зниження ціни на продукцію за інших незмінних параметрів.На ринку сільськогосподарської продукції найефективнішою є так звана прихована цінова конкуренція – продаж споживачам продукції зі зниженими затратами споживання (наприклад, сорти зерна, зберігання яких потребує менших витрат) та непропорційне збільшення ціни на оновлену продукцію з істотно поліпшеними характеристиками.

Висновки та пропозиції.Аграрний ринок характеризується певними особливостями, основними з яких є:

1. Диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію, паливно-мастильні матеріали, послуги обслуговуючих підприємств, кредитні ставки, наукові розробки та ін.

2.Відсутність суттєвих вхідних бар'єрів на ринок зумовлює постійний тиск існуючих конкурентів на підприємства аграрного сектора економіки, а також наявність загрози появи потенційних.

3. Різноманітність природних умов впливає на рівень витрат виробництва, а отже, й на одержання прибутку, необхідного для розширеного відтворення.

4. Значно слабша зацікавленість сільськогосподарських підприємств у порівнянні з промисловими невідкладно впроваджувати новітні технології через можливість зростання обсягів виробництва без залучення нового капіталу, збільшивши кількість праці тим самим колективом.

5. Нееластичність попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію пояснюється тим, що аграрний сектор виробляє життєво необхідну для суспільства продукцію й обсяги її придбання майже не зміняться при коливанні ціни.

6. Нестабільність сільськогосподарського виробництва внаслідок його природної основи призводить до коливання прибутковості по роках.

Сільському господарству притаманні інші особливості конкурентних відносин, які зумовлені безпосереднім впливом людини на природу, способом життя селянина, специфікою землі як засобу виробництва, відсутністю контролю за цінами тощо.

Список використаної літератури:

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г.Л. Азоєв – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. – 208 с.

2. Гальчинський А.С. Основи економічної теорії. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін – К.: Вища школа, 2005. – 471 с.

3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / [Редкол.: С.В. Мочерний та ін.] – К.: Видавничий центр „Академія", 2010 – 864 с.

4. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. / М.юИ. Кныш – СПб., 2010. – 284с.

5. Мілль Дж. С. Основы политеческой економии. В 2 томах. / Дж. С. Мілль – М.: Политиздат,1998.– Т.1. – 695 с.

6. Портер М. Международная конкуренция. / М. Портер – М.: Междунар. отношения, 2009. – 895 с.

7. Україна на роздоріжжі: уроки з міжнародного досвіду економічних реформ / [За ред. А. Зіденберга і Л. Хоффманна.] – К.: Фенікс, 2008. – 213 с.

8.Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условияхкризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. / Р.А. Фатхутдинов – М.: Маркетинг, 2012. – 892 с.

9. Шумпетер Й. Теории экономического развития (Исследование предпринимательськой прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). / Й. Шумпетиер – М.: Прогресс, 2002. – 455 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

І.М. Касьянова, магістрант
науковий керівник:
І.В. Копитова, к. е. н. доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Тенденції розвитку світової економіки останніх років і, власне вітчизняної економічної системи вимагають від суб'єктів господарювання адекватних ринково обґрунтованих рішень та стратегій для успішного функціонування в жорстких сучасних умовах ведення бізнесу. Саме в таких умовах значну роль відіграє система управління конкурентоспроможністю продукції як шлях до підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства. Тільки конкурентна продукція може забезпечити довгострокові прибутки, шляхом задоволення потреб споживачів на вітчизняному та закордонному ринках з поміж інших товарів. Одним із стримуючих факторів виходу вітчизняних підприємств на Європейський ринок є низька конкурентоспроможність продукції і неготовність керівництва до рішучих змін. Тому сьогодні особливо актуальним є питання управління конкурентоспроможністю продукції, яке має бути досліджене в галузевому розрізі та на рівні окремих суб'єктів господарювання.

Дослідження теоретичних основ та практичного застосування управління конкурентоспроможністю продукції знайшли своє відображення в працях закордонних учених Г. Асселя, Ф. Котлера, Г. Минцберга, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, Р. Уотермена, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера та інших. Вивченню цих проблем присвячено праці вітчизняних вчених – Я.Б. Базилюка, В.А. Білошапки, Н.М. Гаращенка, В.І. Герасимчука, В.Л. Діканя, Г.В. Загорій, Ю.Б. Іванова, Г.М. Скударя, О.Б. Чернеги та інших.Проте ряд питань все ж залишаються недостатньо розв'язаними, зокрема щодо побудови ефективно діючого механізму формування конкурентоспроможності продукції в умовах підвищеного динамізму зовнішнього середовища підприємств.

Метою дослідження є удосконалення теоретико-методичних аспектів управління конкурентоспроможністю продукції підприємств.

Основний матеріал.Конкурентоспроможність товару є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності.

Під конкурентоспроможністю продукції слід розуміти її відмінність від товарів конкурентів за ступенем відповідності конкретній потребі й витратам на його отримання й використання. Будь-який товар цікавить споживача своїм призначенням і можливостями задовольняти його потреби. Тому в цьому випадку якість слід трактувати як сукупність зовнішніх функцій товару (послуги), що проявляється під час його використання [2, с. 13].

Найчастіше під конкурентоспроможністю товару мають на увазі:

- властивість товару та його сервісу, яка характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними товарами, представленими на цьому ринку;
- характеристику товару, що відображає його відмінність від товару – конкурента по ступені відповідності конкретної суспільної потреби і за витратами на її задоволення;
- здатність товару відповідати вимогам даного ринку в аналізований період;
- здатність витримувати конкуренцію на ринку;
- можливість забезпечення довгострокових прибутків [3, с. 115].

Успішність функціонування будь-якої фірми залежить, в кінцевому рахунку, від рівня конкурентоспроможності продукції, пропонованої нею споживачам. Тим самим доводиться визнати необхідність розробки чіткої методології оцінки та управління

конкурентоспроможністю продукції, заснованої на тісному взаємозв'язку загальновизнаних законів економіки та менеджменту, психології та соціології, статистики та теорії ймовірностей, інших наук.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому, можна сказати, що конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Це свідчить про те, що управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування [1, с. 226].

Конкурентоспроможність продукції (послуги) залежить від ряду чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку:

- техніко-економічних чинників, які залежать від продуктивності і інтенсивності праці, витрат виробництва, наукоємності продукції – якість, продажна ціна і витрати на експлуатацію або споживання продукції;
- ринкових чинників, які визначають умови реалізації товарів на конкретному ринку – кон'юнктура ринку, уподобання цільових споживачів, реакція конкурентів, зона бізнесу тощо;
- іміджевих чинників, які включають репутацію фірми, набутий досвід, позиціювання в свідомості цільових споживачів тощо
- корпоративних чинників, які включають місію підприємства, рівень освіти керівництва та осіб, що приймають рішення, стратегії ведення бізнесу тощо;
- зовнішніх макрочинників, які включають економічну ситуацію, валютні коливання, екологічну ситуацію, макрогеографічну ситуацію тощо [2, с. 13].

В контексті мети дослідження запропоновано удосконалити традиційний підхід до управління конкурентоспроможністю продукції, який ґрунтується на управлінні якістю та витратами ще одним елементом – управління конкурентними перевагами. Вважаємо, що першочерговим є управління якістю та витратами до тих пір, доки конкурентоспроможність продукції не досягне задовільного рівня. Коли ж буде досягнуто поставлених цілей слід переходити до управління конкурентними перевагами і використовувати високий рівень конкурентоспроможності як конкурентну перевагу підприємства. Схематично процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства представлено на рис.1.

Оцінка конкурентоспроможності продукції необхідна для обґрунтування прийнятих рішень при: комплексному вивченні ринку; оцінці перспектив продажу конкретних вітчизняних товарів для внутрішнього і зовнішнього ринків; оцінці перспектив закупівлі конкретних імпортних і вітчизняних зразків товарів; встановленні і коригування цін нових товарів вітчизняного виробництва, експортних та імпортних товарів; коригування цін при надходженні нової партії відомого товару; контролі якості експортних товарів; знятті товарів з експорту або їх модернізації; припинення закупівлі імпортних товарів; підготовці інформації для реклами нових товарів вітчизняного виробництва, імпортних товарів, товарів для експорту; оптимізації торгового асортименту; формуванні товаровиробниками політики в області якості і конкурентоспроможності; позиціонуванні продукції; прийнятті управлінських рішень щодо доцільності витрат на розробку, проектування і серій [3, с. 442].

Методи оцінки конкурентоспроможності товару розрізняють за різними критеріями. Найбільш поширеними з яких є методи, що застосовуються на стадіях проектування і виготовлення продукції, або на стадіях реалізації та експлуатації; метод визначення конкурентоспроможності продукції шляхом її порівняння з продукцією конкурентів за рівнем якості, метод визначення конкурентоспроможності продукції шляхом обліку тільки одного, найбільш важливого якісного показника, і продажної ціни

або метод визначення конкурентоспроможності продукції шляхом аналізу обґрунтованого переліку значущих якісних показників та повних витрат споживача на придбання і використання (споживання) продукції.

Рис. 1. Процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

За результатами проведеної оцінки підприємство має обрати найкращий варіант стратегії конкурентоспроможності продукції, який би забезпечував формування конкурентних переваг при заданому рівні якісних та витратних показників товару. Водночас, стратегія конкурентоспроможності продукції повинна узгоджуватись з головними напрямами довгострокового розвитку підприємства на ринку.

Висновки та пропозиції. Запропонований автором системний підхід в управлінні конкурентоспроможністю продукції реалізується за допомогою ефективно побудованої системи менеджменту. Сутність полягає в тому, що необхідно не тільки досліджувати конкурентоспроможність продукції, а й ефективно її підтримувати при досягненні бажаного рівня. Необхідно використовувати високий рівень конкурентоспроможності продукції як конкурентну перевагу для підвищення ефективності конкурентоспроможності підприємства і його функціонування в складних ринкових умовах. Це можливо завдяки сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів підтримки та контролю діяльності підприємства стосовно конкурентоспроможності. Запропоновані автором теоретичні доробки можуть бути використані в подальших дослідженнях системи управління конкурентоспроможності продукції як основа для розвитку методичних підходів вибору стратегій конкурентоспроможності.

Список використаної літератури:

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2013. – 384 с.

2. Романишин С. Б. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / С. Б. Романишин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. − Вип. 20. – С. 12-14.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2014. – 520 с.

МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.А. Місевич, магістрант
науковий керівник:
М.А. Місевич, к.е.н., ст. викладач
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Конкуренція в аграрному секторі є важливим механізмом забезпечення ефективності та динамічності функціонування всієї економічної системи на сучасному етапі ринкової трансформації. Підприємство, метою стратегії якого є одержання максимального прибутку, – головний суб'єкт конкурентних відносин. Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність вистояти у конкурентній боротьбі.

Досягнення конкурентоспроможності можливе за рахунок організації такого виробничого процесу, який би при одному й тому ж обсязі випуску продукції або наданні послуг був найефективнішим порівняно з аналогічними суб'єктами ринку. Дана ситуація змушує підприємство постійно створювати конкурентоспроможні товари і послуги. Це призводить до виникнення потреби в аналізі рівнів конкурентоспроможності, її оцінки з метою планування стратегії розвитку підприємств, галузі, національної економіки тощо.

Існуючі методики оцінки конкурентоспроможності не здатні достатньо об'єктивно оцінити її для різних видів підприємств. Тому, для аналізу конкурентоспроможності кожного окремо взятого підприємства необхідно виходити зі специфіки його функціонування.

В. Дикань вважає, що узагальнюючими показниками, за допомогою яких реально відбиваються результати роботи підприємства, є прибутковість (тобто відношення одержаного прибутку до розміру стартового капіталу) та його конкурентостійкість [1, с.83].

Ю.Б. Рубин наголошує на тому, що на кожному етапі виробник може реалізувати товар чи продукт цієї технології в тих чи інших масштабах, що об'єктивно позначається на частці ринку та динаміці продажу [4, с.70]. Дослідженню переваг тієї чи іншої методики оцінки конкурентоспроможності підприємства приділяли увагу і інші вчені-економісти, зокрема В.К. Збарський, П.М. Макаренко, ІВ. Максимова, М.Й. Малік, А.П. Минка та інші.

Основний матеріал. Сукупність показників функціонування галузей і діяльності виробничих структур, які визначають їх успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому і зовнішньому ринках характеризуютьконкурентоспроможність виробництва в АПК.

Між категоріями конкурентоспроможності продукції, підприємства і виробництва в АПК існують взаємозв'язок і взаємозалежність (рис.1). Конкурентоспроможність продукції є основою цього зв'язку. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідно порівняти сукупність оціночних показників його діяльності з аналогічними показниками підприємств-конкурентів з метою визначення ступеню переваги і успіху на певному сегменті ринку за певний проміжок часу.

Застосовуються також матричні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств, які грунтуються на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару і технології. Згідно з цією концепцією будь-який товар чи технологія з моменту появи на ринку і до зникнення проходить певні стадії життєвого циклу, який охоплює етапи впровадження, зростання, насичення і спаду.

Комплексний підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства реалізується за допомогоюметоду інтегральної оцінки.Інтегральний показник рівня

конкурентоспроможності підприємства містить два елементи: критерій, що показує ступінь задоволення потреб споживача і критерій ефективності виробництва. Перевагою цього методу є простота розрахунку і можливість однозначної інтерпретації результатів; основним недоліком – неповна характеристика діяльності підприємства (враховуються лише конкурентоспроможність продукції та ефективність виробництва), [6, с.52].

Рис.1. Структурно-логічна послідовність комплексної оцінки конкурентоспроможності виробництва в АПК

Джерело: адаптовано автором на основі джерела [1]

Досить поширеними є методи визначення конкурентоспроможності підприємства, які грунтуються натеорії ефективної конкуренції. Окрема група цих методів побудована на такому припущенні: якщо міцніші ринкові позиції фірм, які діють у певній галузі, то конкурентоспроможнішою є вся галузь. Прихильники цього методу вважають, що аналізуючи процеси конкуренції на рівні галузі, необхідно зважати насамперед на суперництво підприємств, оскільки саме з їх діяльності складається в результаті становище галузі [5, с.198].

Одним з найпоширеніших методів аналізу й оцінювання конкурентоспроможності підприємства є його дослідження на основітеорії міжнародного поділу праці.Суть його зводиться до використання порівняльних переваг, які дають можливість забезпечити відносно низькі витрати виробництва порівняно з конкуруючим підприємством, що є передумовою для завоювання ним міцних конкурентних позицій [7, с.112].

За функціональним методом оцінювання конкурентоспроможності виділяють три групи показників. До першої групи входять показники ефективності виробничо-збутової діяльності підприємств. Показники другої групи характеризують стан виробничої сфери підприємств (в основному інтенсивність використання основного та оборотного капіталу). Третю групу становлять показники, пов’язані з фінансовою діяльністю підприємств [2, с.79]. М. Мельникова вважає за необхідне оцінювати конкурентоспроможність підприємства на основі використання нецінових факторів: іміджу підприємства, його фінансового стану, системи якості, сервісу, реклами, ділового співробітництва, інформаційної системи. Такий підхід до оцінки досить повний й певною мірою адаптований до умов ринку. Однак характеристика підприємства має бути більш розширеною і враховувати насамперед конкурентоспроможність продукції (а не її окремі складові), конкурентний потенціал підприємства та ефективність виробничої діяльності [8, с.47].

Заслуговують на увагу методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства А. Маршалла, які базуютьсянатеорії рівноваги підприємства і галузі та теорії факторів виробництва[3, с.157].Згідно такого підходу критерієм конкурентоспроможності є наявність у виробників факторів виробництва, які можуть бути використані з вищою, ніж у конкурентів, продуктивністю. У межах теорії рівноваги аналізують наступні показники:

відсоткові ставки за кредитами; відносну вартість обладнання, що закуповується; відносні ставки заробітної плати; відносну вартість матеріальних ресурсів.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть використовуватися метод різниць, метод рангів і метод балів.

Сутність методу різниць полягає у визначенні переваг та недоліків підприємства за окремими показниками, що порівнюються (об'єктами оцінки). При застосуванні даного методу оцінюване підприємство порівнюється тільки з одним виробництвом-конкурентом.За кожним з показників, що порівнюються, визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях.

Метод рангів визначає загальні положення, сильні та слабкі сторони підприємства, що оцінюється, в порівнянні з конкурентами. Застосування даного методу полягає у визначенні місця підприємств – конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом ранжування досягнених значень показників**.** Проведення такої роботи дає можливість визначити, за якими порівняльними критеріями підприємство випереджає конкурентів, а за якими – відстає.

Застосування методу балів дозволяє визначити узагальнюючу кількісну оцінку становища підприємства в конкурентній боротьбі при наявності кількох конкурентів.

Висновки та пропозиції. Оцінка та дослідження конкурентоспроможності – це процеси, що охоплюють застосування різноманітних методик та методів оцінки. Незалежно від того, в якій стадії життєвого циклу знаходиться підприємство, оцінка його конкурентоспроможності повинна здійснюватись постійно. Оцінка конкурентоспроможності повинна здійснюватись поетапно, починаючи з визначення цілей, і закінчуючи формуванням заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому.

Визначальними показниками конкурентоспроможності високотоварних аграрних підприємств, крім традиційних, є рівень товарності (який по суті визначає, чи є підприємство високотоварним (більше 75% товарної продукції) чи ні) та кількість асортименту продукції.

Сільськогосподарським підприємствам з метою підвищення конкурентоспроможності велику увагу слід приділяти маркетинговій, ціновій політиці, формуванню товарного асортименту з поліпшенням якісних споживацьких характеристик виробленої продукції.

Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств потребує постійного вдосконалення з метою її об'єктивної оцінки.

Список використаної літератури:

1. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия. / В.Л. Дикань – Х.: Основа, 2007. – 159 с.

2. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. / Ю.Б. Иванов – Х., 2007. – 246 с.

3.Маршалл А. Принципы экономической науки. Т.1. / Пер. с англ. / А. Маршалл – М.Прогресс, 2003. – 415 с.

4. Портфель конкуренции и управления финансами / [Отв. ред. Ю. Б. Рубин.] – М.: СОМИНТЭК, 2006. – 134 с.

5. Самуельсон П. Економіка. / П. Самуельсон, Д. Нордхаус – М.: Изд-во „БИНОМ" – 2012. – 800 с.

6.Томпсон А. А. Стратегический менеджмент, искусство разработки и реализации стратегии. / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд – М.: Банки и биржи, 2010. – 253 с.

7.Уотермен Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании: Пер. с англ. / Р. Уотермен – М.: Прогресс, 2012. – 188 с.

8. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. / Р.А. Фатхутдинов – М.: Интел-Синтез, 2005. – 60 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В.О. Овдіюк, магістрант
науковий керівник:
І.В. Копитова, к.е.н, доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Дії керівників організації у сучасних ринкових умовах не можуть зводитись лише до простого реагування на зміни, що відбуваються. Дедалі ширше входить у практику необхідність свідомого керування змінами на основі науково обґрунтованої процедури їхнього передбачення, регулювання, пристосування до цілей організації, до внутрішніх і зовнішніх умов, що змінюються. Сучасним інструментом керування розвитком організації в умовах наростаючих змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі й пов'язаних із цим невизначеностей є стратегія. Стратегічне управління з'явилося шляхом еволюційного розвитку стратегічного планування, що становить його сутнісну основу. В сучасних умовах воно викликає дедалі більший інтерес у керівництва організацій, яке стикається із труднощами в формуванні й реалізації стратегій.

Питання стратегічного управління досліджено у працях І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Мескона, М. Мінцберга, А. Наливайко, М. Портера, Т. Примака, А. Стрикленда, А. Томпсона, А. Чандлера, З. Шершньової, Ф. Хедоурі й інших. Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці стратегічного управління, є низка питань, які залишаються постійним об'єктом дискусій, зокрема, розбіжності у визначенні поняття "стратегія", особливості застосування маркетингової стратегії, що обумовило актуальність теми дослідження.

Основний матеріал. Формування маркетингових стратегій – один з найсуттєвіших та найскладніших етапів процесу маркетингу. Здійснення маркетингового досліджень для подальшої розробки цілей, опрацювання стратегій сприяє досягненню найкращих результатів. Це досить складна річ в умовах постійної зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ маркетингу, накопичення і розгляд даних усіх результатів про діяльність підприємства, важливо проводити на динамічній основі. Дотримання основних вимог до маркетингового аналізу (точність, послідовність, системність виконання) дає змогу на кожному відрізку часу мати необхідну інформацію для контролю або коригування маркетингової стратегії [2, с. 42].

Нині не існує єдиної точки зору щодо трактування сутності маркетингової стратегії. Найбільш розгорнутою та доречною для сучасних умов господарювання є наступна трактовка цього поняття: стратегія маркетингу – формування та реалізація цілей та задач підприємства-виробника та експортера по кожному окремому ринку (сегменту ринка) та кожному товару на певний період часу для здійснення виробничо-комерційної діяльності у повній відповідності до ринкової ситуації та можливостей підприємства [4, с. 190]. Розробляється стратегічна орієнтація на основі дослідження та прогнозування кон'юнктури товарного ринку, вивчення товарів, покупців, конкурентів та представляє собою раціональну логічну побудову, керуючись якою організація розраховує вирішити свої маркетингові завдання.

За визначенням американських дослідників, питома вага маркетингової стратегії в загальній стратегії фірми становить близько 80 %. У процесі формування маркетингової стратегії можна виділити вхідні та вихідні елементи: вхідні елементи – це ті фактори, аналіз яких передує розробленню маркетингової стратегії, тобто фактори маркетингового середовища і цілі фірми; вихідні елементи – це стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові – товар,

ціну, збут та просування [1, с. 96]. Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємно узгодити маркетингові цілі фірми з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Головна мета підприємства – утвердитись на позиції регіонального лідера на ринку зерна, що вимагає розширення обсягів виробництва і збуту. Стратегічні цілі – розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності продукції, виграш позицій у головних конкурентів як за якістю (диференціація), так і за ціною продукції, і концентрацією маркетингу. Додаткові цілі – збільшення рентабельності продаж, розширення зони збуту і збутових каналів, завоювання нових ринків (табл. 1). Підприємство прийняло рішення про розширення стратегічної зони господарювання, необхідний швидкий вихід виробів підприємства на нові ринки. Водночас дана стратегічна орієнтація є витратною, оскільки вимагає значних капіталовкладень як у маркетинг, так і у виробництво та якість продукції.

Таблиця 1

Планування стратегії маркетингу ВСК "Світоч" на внутрішньому ринку у 2012-2017 рр.

Напрями маркетинго-вої стратегії	Тип марке-тингової стратегії	2012 р.		2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.		2017 р.	
Диверси-фікація	Атакуюча												
	Оборонна												
	Відступу												
Сегмен-тація	Атакуюча												
	Оборонна												
	Відступу												

Джерело: власні дослідження.

Висновки та пропозиції. Маркетингова діяльність є об'єктивною необхідністю орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на врахування ринкового попиту, потреб і вимог споживачів. Вона спрямована на визначення конкретних цілей і шляхів їх досягнення. У сучасному світі виробник повинен випускати продукцію, що знайде збут і принесе прибуток. Для цього необхідно вивчати суспільні та індивідуальні потреби, запити ринку як умову і передумову виробництва. Концепція "виробництво починається зі споживання, а не з обміну" знайшла своє втілення в маркетингу.

Список використаної літератури:

1. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 1998. – 152 с.
2. Ортинська В.В. Значення узагальнюючого аналізу при визначенню стратегії маркетингу/ В.В. Ортинська // Фінанси України. – 2008. – №8. – С. 42-49.
3. Старостина А.А. Визначення цілей маркетингових досліджень: українська специфіка/ А.А. Старостина, В. А. Кравченко // [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.4p.com.ua/som/3.html
4. Смеричевская С.В. Стратегический маркетинг: учеб. пособ. / С.В. Смеричевская. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 204 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В УМОВАХ СТОВ «МОЖАРІВСЬКЕ»

Є.О. Озимук, магістрант
науковий керівник:
О.М. Овдіюк, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Забезпечення рентабельного сільськогосподарського виробництва та підвищення рівня продовольчої безпеки в країни залежать від наявності, ефективності використання і відтворення виробничого потенціалу аграрних підприємств. Однією з особливостей функціонування сучасних агроформувань є кількісна, якісна та структурна недосконалість їх ресурсних потенціалів, зумовлена великими втратами ресурсів у процесі здійснення аграрної та земельної реформ і складним фінансовим становищем господарств. Становлення та розвиток сільськогосподарських підприємств різних типів тісно пов’язані з розв’язанням організаційно-економічних завдань, щодо підвищення віддачі з кожної затраченої одиниці виробничого потенціалу, його розширеного відтворення, удосконалення структури, покращення результативності діяльності агроформувань.

Дослідженню теоретико-методологічних питань формування, оцінки та віддачі виробничого потенціалу агроформувань присвятили свої праці відомі вітчизняні вчені-аграрники – В.Г. Андрійчук, М.В. Гладій, М.А. Лендєл, І.І. Лукінов, О.М. Онищенко, Б.Й. Пасхавер, В.М. Трегобчук, А.Е. Юзефович. Проблеми ефективного використання та відтворення виробничого потенціалу в аграрному секторі досліджували І.Ф. Баланюк, В.А. Борисова, О.А. Бугуцький, В.С. Дієсперов, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, М.М. Федоров, В.В. Юрчишин та інші.

Основний матеріал. На сучасному етапі забезпечення прибуткового господарювання економічного суб'єкта передбачає управління процесами формування, використання і розвитку виробничого потенціалу підприємства. При цьому підприємство слід розглядати не лише як виробничий елемент галузі, а й як багатофункціональну систему відносин і зв'язків, що забезпечують його життєдіяльність та проявляються в економічному, фінансово-матеріальному стані виробничих структур, суспільства і держави. Виникає необхідність комплексного дослідження підприємства як цілісної виробничо-економічної системи механізмів управління її формуванням і розвитком з метою підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва[2, с. 42].

Функціонування підприємств в аграрній сфері має свою специфіку. Це пов’язано в першу чергу з сезонністю виробництва, залежністю результатів діяльності від погодно-кліматичних умов та особливостями використання уречевленої праці. Враховуючи ці фактори підприємства намагаються мінімізувати виникаючі ризики шляхом розроблення й застосування різних стратегій. Однією з альтернативних стратегій є стратегія управління виробничим потенціалом, яка дозволяє ефективно й у повній мірі мінімізувати господарські ризики. Доцільно детально розглянути дану проблему на прикладі СТОВ “Можарвіське”.

Аналіз фінансових результатів діяльності СТОВ свідчить, що підприємство нині є актуальним на ринку. Так, зокрема, попри збільшення собівартості продукції СТОВ “Можарвське” в 2016 р. отримало прибутку порівняно з 2014 р. в 7 разів більше. Загалом, продукція підприємства користується постійним попитом населення, однак, необхідно продовжувати роботу з удосконалення системи управління виробничим потенціалом продукції даного підприємства.

Досліджуючи стратегічні зони господарювання, дістаємось висновку, що підприємство має стратегічні можливості для нарощування обсягів виробництва та здійснення прибуткової діяльності, але в результаті портфельного аналізу було виявлено, що половина продукції, яка була реалізована за 2014-2016 рр. є не рентабельною для організації й обтяжує господарський портфель, тому потребує негайної реакції з боку керівництва.

Для оптимізації господарського портфеля керівництву слід врахувати можливість захоплення стратегічних зон господарювання. Максимально використовувати сильні сторони та можливості, які виникають в зовнішньому середовищі. Особливу увагу слід приділити нерентабельному виробництву. Керівництву необхідно прийняти рішення щодо його модернізації та зниження собівартості, або ліквідації нерентабельного виробництва. В процесі модернізації та залученням високопродуктивної техніки необхідно раціонально завантажити менш продуктивні матеріально-технічні засоби [3, с. 241].

Пріоритетною стратегічною орієнтацією для СТОВ "Можарвське" вбачається розробка виробничого плану диверсифікації діяльності підприємства. Практичне застосування якого полягає в наданні нових послуг в галузі та співпраця з новими споживачами. Така перспектива на майбутнє дозволить зменшити вплив фактору сезонності та збільшить грошові потоки на підприємстві, а також збільшити загальні обсяги збуту підприємства та сприятиме покращенню управління виробничим потенціалом. У випадку, коли ситуація на одному з СГЦ буде не досить сприятливою і показники реалізації продукції будуть низькими то їх перекриватимуть більш стабільні показники інших ринків. Завдяки синергетичному ефекту від такої диверсифікації обсяги чистого прибутку досліджуваного підприємства будуть зростати та будуть максимальними при їх стабільності.

Висновки та пропозиції. Важливим чинником успішного функціонування СТОВ "Можарвське" вбачається визначення місії, цілей та економічно-доцільногообґрунтування напрямів удосконалення управління ресурсним потенціалом. Науково-обґрунтований план діяльності приватного підприємства здійснений за допомогою методу економіко-математичного моделювання, який дозволив в рамках заданих обмежень з великої кількості варіантів стратегічних орієнтацій вибрати найкращий з врахуванням визначеного критерію оптимальності.

Список використаної літератури:

1. Армстонг Г. Маркетинг: Загальний курс / Г. Армстонг, Ф. Котлер. – М., Видав. Дім „Вільямс", 2001. – 608 с.
2. Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві: Підручник. / В. М. Нелеп. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 495 с.
3. Стратегічне управління підприємством. Навч. посіб. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. / [За ред. Василенка В. О.] – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.
4. Степаненко Н. І. Види диверсифікаційної діяльності агросервісних підприємств / Н.І. Степаненко // Таврійський науковий вісник, 2005. – Вип. 37. – С. 262-268.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

О.Г. Лавренюк, магістрант
науковий керівник:
І. В. Копитова, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Глобалізація світової економіки і зростаюча конкуренція на зовнішньому та внутрішньому ринках підштовхує сучасних підприємців і менеджерів приводити рівень управління на підприємствах до рівня європейських країн. Невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності є розуміння і використання концепції маркетингу в управлінні підприємством. Якісна і соціальна складова маркетингу в управлінні відіграє велику роль, тому що зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання. За цих умов управління маркетинговою діяльністю для підприємств, що мають за мету не тільки негайно отримати прибуток, а бути й у перспективі конкурентоспроможними та вийти як на всеукраїнський ринок, а навіть і на європейській, є актуальним, як ніколи раніше.

Питанням управління маркетинговою діяльністю підприємства присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних учених. Найбільший внесок та значний вклад зробили такі автори, як Єрмошенко М. [4], Заяць Т. [5], Котлер Ф. [6], Панчук А. [7], Бай С.І., Іляшенко А.Х., Волков Д.Н., Кеворков В.В., Макаренко Т.І., Клімова І.Г., Маркушина Е.П., Олійник Т.О., Пилипчик В.П., Мошнов В.А., Сергеев С., Слабковский Ю., Скоробогатих І., Соловйов В.А., Стрикленд А. Дж., Тарондо Ж. – К., Томпсон А.А., Уайт С., Чеповий А.П., Шумейко А.К.та ін. Їх праці присвячені дослідженню проблем впровадження управління маркетингом у господарську діяльність підприємств з врахуванням їх специфіки функціонування.

Основний матеріал.Сьогодні термін «управління маркетингом» визначається як «аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, розрахованих на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких, як одержання прибутку, ріст обсягу збуту, збільшення частки ринку [1, с. 24].

Таким чином, сутність управління маркетингом полягає в тому, щоб знайти оптимальну кількість клієнтів, необхідних для реалізації всього виробленого фірмою в цей момент обсягу продукції. Завдання управління маркетингом полягає «у впливі на рівень, час і характер попиту таким чином, щоб це допомагало організації в досягненні її цілей» [2, с. 13]. Це означає, що підприємство повинно мати таку маркетингову систему, яка б дозволяла йому максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організовувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси.

Слід зазначити, що сьогодні все частіше підприємства ведуть боротьбу за свою частку на ринку в умовах швидкої зміни смаків та уподобань споживачів, загострення конкуренції, буму інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Ці нові виклики ускладняються вимогами з боку суспільства щодо необхідності підвищити рівень соціально-етичної відповідальності підприємств. Водночас розвиток концепції маркетингу на українських підприємствах можна окреслити як перехід від орієнтації на збут до орієнтації на споживача. Керівництвом вітчизняних підприємств стимулювання збуту все ще розглядається як найважливіший аспект маркетингової діяльності, водночас вивченню потреб споживачів не приділяється достатньої уваги. Більшість досліджень ринку, що проводять українські підприємства, є простим збиранням фактів чи, у кращому разі, функціональним моніторингом. Лише деякі підприємства намагаються використовувати

маркетингові дослідження як підґрунтя для операційного планування своєї маркетингової діяльності.

Актуальною все ще залишається і проблема кадрового забезпечення маркетингової діяльності. На багатьох підприємствах сформувалася тенденція до «вирощування» кадрів. Багато керівників надають перевагу працівникам з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти.

Підприємствами України й надалі відособлено застосовуються елементи комплексу маркетингу. У більшості компаній рішення щодо окремих елементів комплексу маркетингу залишається повністю поза увагою відділу маркетингу. Враховуючи сучасну ринкову ситуацію рекомендується підприємствам для активізації власної маркетингової діяльності здійснювати заходи щодо вдосконалення основних інструментів маркетингу: товарної, асортиментної та цінової політики. Звісно, провідна роль при цьому відводиться саме асортиментній політиці.

Основним аспектом удосконалення товарної політики може бути застосування системи управління асортиментом та якістю послуг. Дана система входить як органічна частина в комплексну систему управління комерційною діяльністю підприємства. В свою чергу вона включає три функціональні підсистеми: організацію планування (прогнозування), виконання, контроль і координацію.

Для реалізації маркетингових дій в сфері підвищення якості товарів особливе значення в даний час має підвищення кваліфікації працівників, рівня їхніх професійних знань в сфері асортименту і якості послуг відповідної номенклатури. Форми навчання при цьому можуть бути різними: семінарські заняття на підприємстві; підготовка на робочому місці під керівництвом старшого за посадою; передача виконавцю визначених прав і відповідальності; науково-практичні конференції; спільні заняття і дискусії; тренінги.

Важливим елементом підсистеми організації системи управління асортиментом та якістю є організація пробних продажів, що повинна здійснюватися спільними зусиллями виробників та підприємствами, які здійснюють реалізацію їхньої продукції і стати невід'ємною частиною програми впровадження нових послуг на ринок.

Елементи підсистеми організації системи управління асортиментом та якістю забезпечують підґрунтя для іншої підсистеми – планування (прогнозування). Реалізація заходів планування можлива на основі виконання певних маркетингових досліджень щодо управління асортиментом і якістю послуг.

Контроль і координація – третя, заключна підсистема системи управління асортиментом і якістю послуг. Контроль відповідності асортименту і якості послуг вимогам споживачів повинне здійснюватися за допомогою вивчення інформації, отриманої від споживачів при «зворотному зв'язку». Це один із найважливіших видів контролю, оскільки думка споживача – основа формування асортиментної політики. Для того щоб вид контролю був діючим, необхідний чіткий організаційний механізм одержання подібної інформації.

Що ж стосується політики ціноутворення, то для вітчизняних підприємств характерною є політика пасивного ціноутворення, тобто встановлення цін на основі витрат. В умовах же формування ринкових відносин, з розвитком конкуренції між виробниками, одним із способів успішної цінової боротьби для підприємства є формування власної цінової політики, в основі якої лежить маркетинговий підхід.

Крім цього, до основних шляхів вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств слід віднести:

– створення повноцінних служб маркетингу;

– розробку і здійснення маркетингової стратегії підприємств.

Створення маркетингових служб в системі управління маркетингом фірми обумовлюється необхідністю оцінки її керівництвом ряду об'єктивних факторів, таких, як обсяг діяльності, розмір організації, рівень диференціації, професійна та інтелектуальна підготовка персоналу, якість взаємозв'язків підрозділів, ефективність реалізації

маркетингової діяльності фірми. Кожне підприємство повинно самостійно, залежно від мети, формувати свою маркетингову структуру.

Висновки та пропозиції. У результаті проведеного дослідження можна зробити висновки, що в практиці вітчизняних підприємств існує низка недоліків, які знижують ефективність маркетингової діяльності. Діяльність вітчизняних підприємств спрямована на максимізацію прибутку незалежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості споживачів у продукції підприємства. Сучасні ж тенденції розвитку світової економіки вимагають і від вітчизняних підприємств постійної адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

На нашу думку, головні цілі маркетингової діяльності повинні полягати в наступному:

– забезпечення виживання підприємства в умовах економічного спаду і високої інфляції;

– швидка адаптація маркетингової діяльності і всієї системи управління підприємств до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов.

Адаптація маркетингової діяльності і всієї системи управління підприємств до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов може відбуватися за допомогою таких шляхів як підвищення агресивності маркетингової діяльності, прискорення темпів розробки нових видів продукції; підвищення достовірності ринкових прогнозів; перехід до мікросегментаційних стратегій, перехід від маркетингу одноразових трансакцій до маркетингу довгострокових відносин; пошук інформації щодо нових потреб споживачів та відповідна модифікація маркетингових стратегій та інших. Актуальним на сьогодні також є питання використання підприємствами маркетингового підходу до виробничо-збутової та комерційної діяльності.

Список використаної літератури:

1. Гайдаенко Т.А. Управление маркетингом: Полный курс MBA / Т.А. Гайдаенко. – М.: ЭКСМО, 2015. – 480 с.

2. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 334 с.

3. Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні / А. Длігач // Маркетинг в Україні: – 2014. – № 9. – С. 13–16.

4. Єрмошенко М.М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / М.М.Єрмошенко. – К. : НАУ, 2013. – 204 с.

5. Заяць Т.А. Управління маркетингом на підприємстві : монографія / Т.А. Заяць, І.О. Тарлопов, О.О.Пилипенко. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2012. – 253 с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник / Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга, 2006. – 699 с.

7. Панчук А.С. Комплексна система стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства / А.С. Панчук // Вісник ДонНУЕТ. Серія : Економічні науки. – Донецьк : РВВ ДонНУЕТ, 2015. – № 3 (43). – С.71-80.

8. Решетникова И. Этапы становления и развития маркетинга в Украине / И. Решетникова // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 15.

ФУНКЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. Єлецьких, магістрант
науковий керівник:
І. І. Кравчук, д.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасних умовах, управління економічним потенціалом підприємства виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного функціонування виробничої системи. Відомо, що навіть ті підприємства, які мають близькі за рівнем потенціали, часто розрізняються за результатами їх діяльності. За цих умов різницю в результатах можна пояснити головним чином неоднаковим ступенем точності цільової орієнтації системи. По-іншому, в рівних умовах величина результату буде тим більша, чим досконалішою буде система управління економічним потенціалом підприємства.

Особливе місце управління у сучасних умовах зумовлено тим, що воно організаційно забезпечує інтеграцію економічних процесів на підприємстві. Формування системи управління економічним потенціалом відбиває можливості мобілізації ресурсів, впорядкування процесів формування потенціалу підприємства як системи та спрямування цієї системи на досягнення стратегічних цілей підприємства. Згідно притаманним внутрішнім закономірностям господарської діяльності управління економічним потенціалом підприємства необхідне для аналізу поточного стану промислового підприємства, моделювання розвитку економічного потенціалу промислового підприємства, визначення способів ефективного використання економічного потенціалу підприємства. Це зумовило вибір теми даного наукового дослідження.

Проблеми формування, оцінки та управління потенціалом підприємств у сучасних економічних дослідженнях піднімаються досить часто. Вагомим внеском у розвиток парадигми управління потенціалом підприємств є системні дослідження вітчизняних науковців, серед яких О. Ареф'єва, Є. Лапін, О. Коренкова, І. Отенко, З. Шершньова, якими розроблено концептуальні засади стратегічного управління потенціалом підприємства. Окремі теоретичні та загальнометодичні питання оцінки й управління потенціалом також відображено у працях вітчизняних і російських науковців Л. Лігоненко, Б. Мізюка, М. Рогози, О. Березіна, О. Олексюка, О. Тищенка, В. Гнатушенка, Л. Ревуцького, С. Генералової.

Проте зазначена наукова проблема є настільки складною, а умови та завдання її вирішення мінливими, що доцільним уявляється проведення окремого наукового дослідження.

Основний матеріал. Термін "функція" має багато трактувань і визначається як: одна з ролей, які виконують система і її елементи, складові частини; призначення системи і її частин; види діяльності підприємств [6, с. 30]. Р. Мертон визначив функцію як "засіб, завдяки якому елемент організаційної системи стимулює можливості адаптації до середовища існування, або як можливість системи вступати у відносини з різними соціальними системами, або як модель перетворення й перенесення інформації між іншими елементами системи" [3, с. 46].У Великому економічному словнику, "функція управління – це процес управління, що складається із чотирьох взаємозалежних функцій: планування, організації, мотивації й контролю" [1, с. 1200]. Л. О. Горшкова [2] основними функціями управління визначає керівництво, контроль, координацію й планування. У роботі [5] автори виділяють десять функцій, які створюють систему головних функцій управління підприємством: аналіз, планування, організація, регулювання, прогнозування, координація, облік, стимулювання, контроль, мотивація.

Зародження нового типу організації підприємства існує на базі прискорення процесів прийняття рішень й обробки інформації, і як наслідок, швидшої адаптації до змін ринкового середовища. Тому аналіз й оцінка виконують умови інтеграції функцій підприємства, системи управління ним і потенціалом.Функції аналізу й оцінки потенціалу формулюють інформаційне поле для реалізації й прийняття управлінських рішень. Процес управління потенціалом має як поточний, так і стратегічний характер.

Керуючи потенціалом, ми управляємо й поточним станом підприємства, і перспективами його розвитку.

Головними функціями поточного управління потенціалом підприємства є:

– виявлення, використання й оцінювання факторів, які мають вплив на потенціал підприємства;
– забезпечення умов для формування потенціалу розвитку;
– використання існуючого потенціалу, забезпечення чого є рентабельна діяльність підприємства з реалізації й виробництва продукції;
– оцінка і аналіз наявного потенціалу підприємства та його складових з метою регулювання й контролю процесів розвитку й функціонування підприємства.

Функції стратегічного управління потенціалом підприємства:

– створення стратегічного потенціалу в залежності до завдань і цілей розвитку підприємства;
– пошук різновиду можливостей і вибір з них найперспективніших;
– обґрунтування напрямку й вибір розвитку підприємства;
– оцінка ступеня надійності й достатності стратегічного потенціалу для виконання цілей розвитку підприємства;
– мотивація задля активізації процесів саморозвитку робітників підприємства й найбільшої віддачі інноваційного й творчого потенціалу персоналу управління й вищої ланки керівництва;
– аналіз і оцінка рівня можливості реалізації процесів формування й розвитку потенціалу підприємства;
– розробка та реалізація стратегій розвитку підприємства.

Координація в процесах поточного й стратегічного управління потенціалом впроваджується в циклі функцій управління організацією на основі оцінки й аналізу потенціалу підприємства та його зовнішнього середовища існування. Плануванню належить найбільше значення, тому що розробка плану не виключає вибір напрямку розвитку підприємства, визначення послідовності й складу робіт, обґрунтований відбір фінансів для формування потенціалу й реалізації способів його розвитку. Вагому роль виконує моніторинг. Інформація піддається оцінці на актуальність і цінність. Отримувати інформацію про зміни потенціалу, оцінювати фактори зовнішнього й внутрішнього впливу можна тільки в системі стратегічного моніторингу.

Методи моніторингу визначають зміни потенціалу підприємства й його зовнішнього середовища, а також прогнозують майбутні тенденції змін потенціалу, які варто розглядати як важливі напрямки для розвитку й функціонування підприємства. Якщо такі методи інтегрувати в процеси формування й розвитку потенціалу, то можливо забезпечити дієве оперативне управління реалізацією стратегії інноваційного розвитку. Інтегрування цих методів в процеси формування й розвитку потенціалу, допоможе забезпечити ефективне та оперативне управління реалізацією стратегії інноваційного розвитку.

Мотивація активізує процеси саморозвитку працівників й сприяє максимальній віддачі інноваційного й творчого потенціалу управляючого персоналу й керівної ланки, стимулювання – зацікавленості в рішеннях поставлених завдань, які їм необхідно виконати. Ефективність мотивації залежить від ціннісних орієнтацій персоналу, і як вони виконуються при існуючій системі управління, наявній системі мотивації й корпоративній культурі. Поміж мотивів, що корегують дії управлінського персоналу, важливими є й [4]:

прагнення мати владу, бажання до конкуренції, прагнення до самоствердження, прагнення користування владою, прагнення зайняття вагому посаду, почуття відповідальності.

Координація забезпечує синергетичне узгодження цілей й завдань стратегічного або поточного управління на всіх функціональних рівнях ієрархії організації. Координація розвиваються у кількох видах: превентивна, під час якої прогнозуються проблеми й шляхи їх подолання; усунення, метою є ліквідація перебоїв діяльності підприємства; регулююча, призначення якої, підтримка встановленої схеми взаємозв`язку функціональних підрозділів; стимулююча, підвищує ефективність діяльності при відсутності відомих наявних відхилень.

Функції обліку й контролю дозволяють проаналізувати й оцінити процеси реалізації потенціалу. Основні види контролю: попередній, спрямовуючий і підсумковий. Також важливою є функція об'єднуючої ланки між внутрішнім і зовнішнім середовищами підприємства. В поєднанні взаємодії потенціалу підприємства з потенціалом зовнішнього середовища дана функція являє собою систематичне дослідження впливу факторів із зовнішнього середовища на потенціал підприємства й відноситься до маркетингової функції підприємства.

Висновки. Отже, головними функціями системи управління потенціалом підприємства є:

– оцінка й аналіз потенціалу, що дають можливість сформувати інформаційне поле для обґрунтованого прийняття й реалізації влучних управлінських рішень за допомогою верифікації функцій системи управління;

– керівництво, яке впроваджує інтеграційні процеси через владні повноваження використовуючи різні типи координації (превентивної, регулюючої, усуваючої й стимулюючої);

– планова діяльність (поточне й стратегічне планування діяльності підприємства), що уможливлює вибір напрямку подальшого розвитку підприємства, визначення складу й послідовності робіт, відбір засобів для формування потенціалу й можливостей його розвитку;

– мотивація, що стимулює активізацію процесів саморозвитку працівників й максималізує віддачу інноваційного й творчого потенціалу управлінського персоналу й керівної ланки;

– технологічний контроль і моніторинг (попередній, наступний, спрямовуючий), що визначають зміни потенціалу й зовнішнього середовища підприємства, а також прогноз майбутніх змін потенціалу, які необхідно розглядати як життєво важливі для функціонування підприємства;

Список використаної літератури:

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.

2. Горшкова Л.А. Анализ организации управления. Аналитический инструментарий. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.

3. Зуб А.Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А.Т. Зуб, М.В. Лактионов. – М.: Генезис, 2001. – 752 с.

4. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / Г. Кунц, С. О`Доннел. – М.: Прогресс, 1981. – 512 с.

5. Пономаренко В.С. Механизм управления предприятием: стратегический аспект / В.С. Пономаренко, Е.Н. Ястремская, В.М. Луцковский, С.Л. Кушнарь, Л.И. Полуэктова, Г.А. Шульга. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговий центр “Маркетинг”, 2002. – 892 с.

НАПРЯМИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ОВОЧЕВИЙ КОМБІНАТ СТАНИШІВКА»

О.М. Покотило, магістрант
науковий керівник:
Н. І. Кравчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Стратегічний успіх підприємства базується надосягненні таких параметрів виробничої діяльності, які б дозволили забезпечити конкурентні переваги у заданій сфері бізнесу та довготривалу конкурентоспроможність. Парадигмальною концепцією стратегії підприємства одним із шляхів успішного ведення бізнесу передбачається мінімізація витрат виробництва або досягнення оптимального рівня собівартості продукції, який сприятиме задоволенню економічних інтересів зацікавлених сторін. Низький рівень витрат виробництва забезпечує стабільність позицій на ринку і є найбільш ефективним способом досягнення рентабельної роботи.

Проблема актуалізується тим, що собівартість потребує повсякденного відстеження і зіставлення її не лише за окремими продуктами, ринками, клієнтами, але і за всіма бізнес-процесами підприємства, операціями і замовленнями. У зв'язку з цим виникає необхідність створення і постійного вдосконалення механізму зниження собівартості та потребує пошуку наукових підходів до вибору методів і способів цілеспрямованої дії на процес формування собівартості у ході виробництва [1].

Вищенаведене визначає високу актуальність досліджуваної проблеми для кожного підприємства і для аграрного виробництва в цілому, що потребує посилення уваги науки і практики до розробки і впровадження в господарську діяльність підприємств нових методів зниження собівартості, адекватних умовам сучасних ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень. Значний внесок у вирішення питань вдосконалення підходів до зниження собівартості зробили вітчизняні вчені П.Й. Атамас, С.В. Голов, М.Г. Грещак, О.С. Коцюба, О.В. Крушельницька, А.М. Турило. Теоретичні та практичні підходи зниження собівартості продукції розглядали зарубіжні вчені Ентоні А. Аткінсон, Раджив Д. Банкер, Роберт С. Каплан, Янг Марк С., Джон К. Шанк, та ін.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо зниження собівартості продукції у ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» Житомирського району.

Основний матеріал. Собівартість є однією з найскладніших базових економічних категорій, яка відображає складні технологічні, економічні, організаційні, психологічні взаємозв'язки в системі підприємства та є оціночним показником його функціонування. Економічний підхід до визначення собівартості ґрунтується на економічній природі витрат (як витрати на просте відтворення ресурсів, що використовуються), а не з характеру та джерел відшкодування. За такого підходу до складу поточних витрат потрібно залучити всі витрати, пов'язані з операційною діяльністю підприємства, в тому числі і непродуктивні витрати у зв'язку з порушеннями у виробничо-технологічному процесі, незбалансованою структурою ресурсів, що використовуються тощо [2]. Загалом собівартість є сукупністю ресурсів усіх видів, виражених в єдиному грошовому вимірнику, що використані в основних бізнес-процесах для досягнення поставлених цілей [3].

Слід відзначити, що серед вчених-економістів та практиків питання формування собівартості є дискусійним. Головними причинами такої проблеми є: по-перше, постійна поява на ринку нових продуктів, послуг, які кардинально можуть відрізнятися від аналогів як за споживчими якостями, так і за технологією виготовлення або надання послуги; по-

друге, як наслідок, поява нових витрат та їх постійна видозміна під впливом різних груп факторів ендо- та екзогенного характеру. Тобто підприємство для виконання поставлених завдань між різними постачальниками робить вибір ресурсів або, іншими словами, факторів виробництва: сировини та матеріалів; трудової сили; капіталу; землі; інформації [4]. Собівартість є основним бар'єром прибутку і одночасно визначальним чинником, який впливає на обсяг пропозиції. Основну питому вагу товарної продукції ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» становлять овочі закритого ґрунту, обсяг яких протягом 2014-2016 рр. зріс на 4264,00 тис. грн. Середня вартість товарної продукції становить 13946,00 тис. грн. Основна продукція підприємства – гладкий огірок, який збирають по 30 кг з м^2, близько 1800 т за сезон; та томати, урожайність яких становить 15 кг/м^2,валове виробництво до 800 т. Вже шість років підприємство вирощує лише європейські гібриди огірків та томатів відомого голландського селекціонера Rijk Zwaan. Вони демонструють незаперечну якість плодів і стабільно високу врожайність у даних кліматичних умовах.

Варто зазначити, що «Овочевий комбінат Станишівка», вирощує свою продукцію у теплицях старого зразка з низькою шпалерою, що залишилися у спадок від колгоспу «Зоря». Упродовж шести років проводилась їхня модернізація. Нині на підприємстві впроваджена європейська інтенсивна технологія, де всі процеси контролюються за допомогою комп'ютерних програм, культури вирощуються на мінеральній ваті, підтримується необхідний мікроклімат. В процесі операційної діяльності ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» на виробництво овочів закритого ґрунту несе затрати, елементи яких відображені на рис. 1.

Рис. 1. Структура операційних витрат в ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» у середньому за 2014-2016 рр.

Джерело: побудовано автором на основі фінансової звітності підприємства

Як видно із рис. 1 у структурі операційних витрат підприємства найбільшу питому вагу складають матеріальні затрати – 72,5 % та витрати на оплату праці – 14,4 %, які щороку зростають. Слід відмітити, що основною причиною росту матеріальних витрат в овочівництві закритого ґрунту є підвищення цін на енергоресурси, вартість яких у структурі собівартості продукції сягає 50-60 %. Таким чином, зростання цін на природний газ значно випереджає зростання цін на овочеву продукцію закритого ґрунту, що ускладнює рентабельне функціонування підприємств такого типу. Зростання собівартості продукції безсумнівно впливає на ефективність діяльності підприємства в цілому, що ілюструється в таблиці 1.

Таблиця 1

Економічна ефективність виробництва продукції рослинництва у ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка»

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р., +/-
Виробнича собівартість, тис. грн	12655,0	12803,0	17444,0	4789,0
Повна собівартість, тис. грн	12264,0	12689,0	17066,0	4802,0
Чистий дохід (виручка) від реалізації овочів, тис. грн	16919,0	17692,0	26184,0	9265,0
Отримано прибутку (+), збитку (-) від реалізації овочів, всього тис. грн	4655	5003	9118	4463
в тому числі з розрахунку на: - 1 га площі овочевих культур, грн	2819,83	2948,66	4364,00	1544,17
- 1 середньорічного працівника, грн	162,68	182,39	281,55	118,87
Рівень рентабельності галузі, %	38,0	39,4	53,5	15,5

За 2016 р. у порівнянні з 2014 р. підприємство отримало прибутку майже вдвічі більше. На 1 га овочевої площі прибуток зріс на 1544,17, грн., а на 1 середньорічного працівника – на 118,87 грн. Рівень рентабельності виробництва овочів закритого грунту у 2016 р. підвищився на 15,5 %.Повна собівартість продукції закритого грунту зросла в більшій мірі за рахунок здорожчання енергоносіїв: природного газу, яким обігріваються теплиці, паливно-мастильних матеріалів для транспортування овочів та інші.

Таким чином, в умовах випереджаючого зростання цін на енергетичні ресурси визначальним фактором формування собівартості продукції ТОВ «Овочевий комбінат Станишівка» стають витрати на енергоносії. Висока енергозатратність виробничої діяльності підприємства закритого ґрунту надає особливої актуальності проблемі енергозбереження, що потребує зниження енергоємності технологічних процесів та переходу на енергозберігаючі технології [5].

Висновки та пропозиції. Таким чином, висока енергоємність вітчизняного тепличного овочівництва перешкоджає формуванню конкурентоспроможної собівартості та ціни реалізації продукції. Тож в умовах енергетичної кризи для забезпечення рентабельності виробництва підприємствам закритого ґрунту необхідно запроваджувати більш досконалі енерго- та ресурсозберігаючі технології.

Список використаної літератури:

1. Атамас П. Й. Управлінський облік: навч. посібн. /П. Й. Атамас – Д.-К.: Центр учбов. літ-ри, 2011. -440 с.

2. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник для ВНЗ.- 4-е вид. / С. Ф.Голов – К.: Лібра, 2008. – 704с.

3. Грещак М. Г. Управління витратами: навч.- метод. посібник для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О.С. Коцюба. — К.: КНЕУ, 2010. — 131

4. Крушельницька О. В. Управління витрами: навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей / О. В. Крушельницька. — Житомир: ЖДТУ. — 2005. — 196 с.

5. Тарасюк Г. Управління фінансовими ресурсами та вплив інформаційних систем на розвиток підприємства / Г. Тарасюк// Вісник Технологічного університету Поділля. – Хмельницький. – 2010. – №16. – С. 275-278.

МАРКЕТИНГ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Л. В. Тарасович, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Готовність суб'єктів господарювання працювати в умовах невизначеності й ризику стає одночасно ознакою, нагальною вимогою і важливим індикатором сучасних трансформаційних змін, що відбуваються в аграрній сфері національної економіки. Природні та економічні особливості господарювання аграрних підприємств не випадково враховуються в процесі виробничо-господарської діяльності, чільне місце в якій належить маркетинговій складовій. Кінцеві результати роботи підприємства залежать не лише від налагодженої внутрішньогосподарської діяльності, а й здатності адаптуватися до швидкозмінного зовнішнього маркетингового середовища. Враховуючи зазначене, обґрунтування особливостей маркетингу як функції менеджменту аграрних підприємств в умовах зростання сільської економіки набуває особливої актуальності.

Дослідженню особливостей маркетингу як функції менеджменту в аграрній сфері присвячено праці багатьох вітчизняних учених, серед яких: Л. Балабанова, О. Буднік, О. Величко, О. Власенко, І. Волкова, С. Гаркавенко, В. Гросул, Ю. Данько, Л. Євчук, О. Єранкін, О. Жилякова, В. Зіновчук, С. Ілляшенко, І. Кириленко, І. Кравчук, Л. Курбацька, А. Павленко, І. Соловйов, Н. Степаненко, В. Холод, В. Циганок, Л. Шкварчук та ін. Багатогранність піднятої проблеми в умовах сьогодення вказує на необхідність подальших наукових досліджень у даному напрямі.

Основний матеріал. Зростання сільської економіки не може відбуватися без врахування та створення належних умов для ефективного функціонування аграрних підприємств як домінуючих її суб'єктів. Їх господарська діяльність здійснюється в умовах опосередкованої дії екзогенних та ендогенних чинників, вагомість впливу яких визначає зміст та об'єктивність менеджменту в конкретній господарській ситуації. Саме тому формування сприятливого організаційно-економічного підґрунтя для забезпечення ефективності аграрних товаровиробників є необхідною умовою розвитку сільської економіки.

Мінливість результатів діяльності суб'єктів аграрного виробництва пов'язана з тим, що реалізація їх продукції здійснюється переважно на висококонкурентних ринках, де характерним є часте коливання цін, а попит на таку продукцію залишається практично незмінним.В таких умовахуспішність суб'єкта господарювання передбачає його переорієнтацію на засади маркетингу, що являє собою діяльність, спрямовану на створення попиту та досягнення цілей підприємством з максимально можливим задоволенням потреб цільових споживачів [3, с. 851].

Аграрні підприємства можуть використовувати три рівні маркетингу: І рівень – діяльність підприємства на основі маркетингової концепції, що передбачає зміну всієї філософії управління підприємством; ІІ рівень – підприємством використовуються окремі комплекси взаємозв'язку методів і засобів маркетингової діяльності (створення служби маркетингу); ІІІ рівень – на підприємстві ізольовано реалізуються окремі елементи маркетингу [1, с. 16].

Маркетинг як функція менеджменту за своїм сутнісним змістом є концепцією, яка сприяє пристосуванню сільськогосподарських товаровиробників до роботи в умовах ринкової економіки. Маркетингова діяльність конфігурує їх зусилля щодо здійснення не лише операцій щодо реалізації продукції, а й під час формування і впровадження концептуальних засад виробничого та управлінського процесу, визначення характеру та масштабів виготовлення продукції, можливостей економічно виправданого використання виробничо-ресурсного потенціалу підприємства та формування ефективних логістичних

каналів і взаємозв'язків, орієнтуючись на максимальне задоволення потенційного попиту [3, с. 853]. Маркетинг як функція менеджменту підприємства поєднує цінову, товарну, збутову сфери та комплекс заходів щодо просування продукції на ринку (рис. 1).

Рис. 1. Структура маркетингу аграрного підприємства

Джерело: адаптовано [3, с. 852].

Відтак, маркетинг є функцією менеджменту, яка орієнтується на інформаційне супроводження процесу прийняття управлінських рішень та здійснення конкретних кроків щодо створення та управління товаром (послугою), ціноутворення, розподілу та просування. Маркетингова складова забезпечує врахування не лише об'єктивних тенденцій стратегічного розвитку з фокусуванням уваги на досягненні ключової мети – отриманні прибутку, а й впливає на обґрунтування концепції позиціонування аграрного підприємства на цільовому ринку.

Висновки та перспективи подальших досліджень.В умовах глобалізації економічних процесів та гострої необхідності зростання сільської економіки, як ключової мети сільського розвитку, маркетинг виступає дієвим інструментом та водночас необхідною умовою ефективного розвитку суб'єктів господарювання у стратегічній перспективі. Прийняття управлінських рішень щодо дослідження попиту, товарної, цінової, комунікативної та збутової політики, а також щодо формування бюджету маркетингу, стратегічного планування і маркетингового управління й контролю, є платформою для досягнення стратегічних цілей та підвищення рівня конкурентоспроможності аграрного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.

2. Данько Ю. І. Проблеми розвитку маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств / Ю. І. Данько // Національний менеджмент організацій: інтеграційний вимір: [Монографія] / [Михайлова Л. І., Турчіна С. Г., Калачевська Л. І. та ін.]. – Суми: В-во «Козацький вал», 2009. – 352 с.

3. Тарасович Л. В. Маркетингова політика сільськогосподарських підприємств як інструмент їх економічного зростання / Л. В. Тарасович // Науковий журнал: Молодий вчений. – 2017. – №3 (43). – С. 851–854.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ

С. І. Ковбаса, студент
науковий керівник:
О. А. Шевчук, к.е.н., доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Людський капітал – це економічна категорія, що включає працю, якість життя людей, їхні інтелект і знання, що використовуються для задоволення потреб людей. Відповідно, управління людським капіталом охоплює формування, розвиток та керування людським капіталом. Для компаній важливим є застосування нових технологічних рішень, наприклад, інформаційних технологій, у сфері управління людським капіталом, адже це дозволяє здобути нові прогресивні стратегії для розвитку потужного людського капіталу. А враховуючи вплив рівня людського капіталу на виробництво, це дозволяє до того ж створити потужну модель виробництва та бізнесу.

Основний матеріал. Останні роки спостерігається стрімкий перехід до інформаційних технологій у сфері управління людським капіталом [1]. Таким чином, рекрутинг зазнав значних змін із введенням соціальних мереж, таких як Facebook та Twitter, у загальний вжиток, адже це надало можливість отримати величезну базу даних, що містить інформацію про більшість людей, що живуть у сучасному суспільстві, у вільному доступі та полегшило налагодження контактів між рекрутером та кандидатом. Значний поштовх, зокрема, дав розвиток професійних соціальних мереж (наприклад, LinkedIn), які пришвидшили пошук персоналу з одного боку та роботи з іншого [2].Доступність створення та поширення мультимедійних файлів дозволяє зробити значний крок вперед у створенні резюме та оголошень про вакансії: створити фото-, відео- чи аудіофайл сьогодні не є проблемою взагалі ні для кого, тоді як мультимедійний формат представлення часто дозволяє сформувати більш повну картину про об'єкт зацікавлення. Розвиток реклами полегшує компаніям поширювати інформацію для потенційних кандидатів. Також завдяки поширенню інформаційних технологій сфера рекрутинга здобула, більше способів зв'язку, при чому вони стали більш доступними, що полегшує проведення співбесід та інтерв'ю, адже вони можуть тепер повноцінно проводитися дистанційно за допомогою сучасних засобів зв'язку та відповідного програмного забезпечення. Яскравими прикладами таких іновацій є Skype та Viber.

Системи управління персоналом також постійно еволюціонують і стають все більш інформативними та простими у користуванні, через що спеціалісти у HR-галузі можуть зосередитися саме на своїй роботі та не звертати уваги на технічні особливості. Стрімкий розвиток технології BigData (Великих Даних) надає можливість глибоко аналізувати великі об'єми даних зі всієї мережі Інтернет або із локальної корпоративної мережі [3]. Це дозволяє визначати різноманітні залежності в розвитку різних людських якостей від різних чинників та, отже, краще спостерігати наслідки тих чи інших управлінських рішень. .Аналіз HR-баз даних дозволяє спеціалістам краще оцінити якість життя працівників, їхнє здоров'я, захопленість роботою. Вкупі із поширенням технології штучного інтелекту, великі об'єми даних дають можливість спрогнозувати результати різноманітних управлінських рішень і таким чином підвищити ефективність управління людським капіталом.

Також поширення онлайн-платформ для навчання змінило підхід до навчання та перекваліфікації працівників. Компанії мають можливість розвивати локальні платформи для навчання персоналу. Розвиток VR-технологій також значно розвинув системи

навчання персоналу, оскільки VR-технології дозволяють персоналу здобути якомога реалістичніший досвід у процесі навчання.

Можливість використання краудсорсинга, тобто залучення натовпу до виконання певної роботи, також пов'язана із розвитком та поширенням інформаційних технологій серед населення та вона дозволяє спростити роботу управління людським капіталом, розподіляючи цю роботу між великою кількістю різноманітних виконавців.

Також залученість персоналу до виробничого процесу є однією із головних проблем компаній і керувати нею дозволяють безліч інструментів у сфері інформаційних технологій, таких як автоматизовані системи нагородження, що використовують вищезгадані технології HR-баз даних та штучний інтелект. Фактично залученість персоналу прямо пов'язана із його зацікавленістю у виробничому процесі, а її підвищує геймифікація, тобто застосування підходів у виробництві, характерних для комп'ютерних ігор. Розвиток інтерактивності робочого місця також сприяє залученості до виробничого процесу і збільшує ефективність використання людського капіталу.

Висновки. Отже, на наш погляд, ефективне використання інформаційних технологій, зокрема BigData, у HR-менеджменті дозволяють компанії застосувати відповідні управлінські рішення та значно знизити відтік людей з компанії.

Список використаної літератури:

1. Носкова К. А. Методы управления человеческим капиталом. [Електронний ресурс] – / К. а. Носкова // Электронный научно-практический журнал «Гуманитарные научные исследования. – 2013. – №9. – Режим доступу – http://human.snauka.ru/2013/09/3857

2. Панченко І. В. Вплив інформаційних технологій на розвиток сучасних систем управління людськими ресурсами[Електронний ресурс] -./ І.В. Панченко // Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса за 2016-2016 р.р. – Режим доступу: http://jpvs.donnu.edu.ua/article/view/3744

3. Гула Е. Большие данные BigData для HR . Как увидеть личность за цифрой. / Е. Гула, И. Кадров [Електронний ресурс] – http://hr-media.ru/bolshie-dannye-bigdata-dlya-hr-kak-uvidet-lichnost-za-tsifroj/

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

К. Хоцька, магістрант
науковий керівник:
В. І. Ткачук, д.е.н., професор,
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Активізації деструктивних процесів в економіці країни посилює доцільність дослідження кінцевих результатів аграрних підприємств. Їх фінансова діяльність має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості задля ефективного функціонування, збільшення обсягу виробництва сільськогосподарської продукції, зниження витрат та задоволення власних та суспільних потреб. Зазначене обумовлює необхідність та підкреслює практичну значущість оцінки прибутковості підприємства, якому виділяється головна роль у забезпеченні стійкого розвитку підприємства.

Теоретичні та практичні аспекти проблеми формування фінансових результатів та прибутковості вітчизняних підприємств висвітлили такі вчені, як Г. М. Богославський, Н. С. Довгань, І. М. Бойчук, З. О. Манів, В. В. Гармаш, Л. І Безгінова, С. М. Сукачова, В. Г. Герасимчук, Н. М. Тюріна, М. Д. Ведерникова, Г. І. Каліна, В. Д. Базилевич, М. В. Афанасьєва, В. І. Булонська тощо. Проте, дослідження даної проблеми в сучасних ринкових умовах господарювання залишається актуальним, адже, отримання позитивного результату ведення господарювання залежить від правильно організованої та налагодженої системи зростання прибутковості.

Основний матеріал. Прибуток відображає фінансовий результат діяльності підприємства і в умовах роботи за принципами самофінансування є домінуючим показником. У прибутку акумулюються підсумки всіх сторін роботи підприємства: зростання виробництва продукції та її реалізації, ефективність використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, наявних в його розпорядженні. Прибутковість за сучасних умов є показником ефективності роботи підприємства.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відображається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності підприємства впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності, обчислення собівартості продукції, загальногосподарських витрат. Процес формування прибутку пропонується розглянути на прикладі приватного (приватно-орендного) сільськогосподарського підприємства «Малинівське» (табл. 1).

Таблиця 1

Формування прибутку в П(ПО)СП «Малинівське»

Показник	Рік			2016 р. у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг)	4404,0	5187,0	4899,3	111
Інші операційні доходи	1220,0	4,0	141,6	12
Собівартість реалізованої продукції	4058,0	4548,0	5247,9	129
Інші операційні витрати	475,0	453,0	541,5	114
Інші витрати	1116,0	202,0	184,8	17
Фінансовий результат до оподаткування	-25,0	-12,0	-933,3	> у 37 р.
Податок на прибуток	-	-	-	
Чистий прибуток	-25,0	-12,0	-933,3	> у 37 р.

Джерело: розраховано автором на основі річних фінансових звітів підприємства.

Аналізуючи таблицю, можна відзначити зміни, що відбулися в 2016 р. порівняно з 2014 р. Незважаючи на зростання обсягу чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг) на 11 %, збиток збільшився у 37 разів. Позитивним є лише той факт, що за усі роки у підприємства відсутні довгострокові зобов'язання. Збитковість господарської діяльності П(ПО) СП «Малинівське» утворилася за рахунок зростання на 43 % витрат господарської діяльності. Динаміка собівартості виробленої продукції зображена в табл. 2.

Таблиця 2

Структура собівартості виробництва в П(ПО)СП «Малинівське»

Статті затрат	2014 р.		2015 р.		2016р.		2016 р. до 2014 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	+,-	%
Матеріальні затрати, у т. ч.:	3759	93,8	3525	66,6	4475	67,6	716,0	119,0
насіння та посадковий матеріал	790	19,7	759	14,4	912	13,8	122,0	115,4
корми	1180	29,5	1255	23,7	1415	21,4	235,0	119,9
мінеральні добрива	96	2,4	101	1,9	323	4,9	227,0	336,5
пальне і мастильні матеріали	1292	32,3	948	17,9	870	13,1	-422,0	67,3
електроенергія	378	9,4	245	4,6	257	3,9	-121,0	68,0
паливо і енергія	49	1,2	85	1,6	63	1,0	14,0	128,6
запасні частини	369	9,2	90	1,7	49	0,7	-320,0	13,3
оплата послуг і робіт	15	0,4	2	0,0	534	8,1	519,0	> у 35 р.
Витрати на оплату праці	1032	25,8	832	15,7	967	14,6	-65,0	93,7
Відрахування на соціальні заходи	364	9,1	293	5,5	213	3,2	-151,0	58,5
Амортизація	133	3,3	138	2,6	331	5,0	198,0	248,9
Інші витрати	408	10,2	501	9,5	632	9,5	224,0	154,9
Разом	4006	100,0	5289	100,0	6618	100,0	2612,0	165,2

З таблиці видно, що по статтях таких як «Матеріальні затрати», «Насіння та посадковий матеріал», «Корми», «Мінеральні добрива», «Паливо та енергія», «Оплата робіт і послуг» та «Амортизація» відбулося збільшення витрат. Виключення становлять витрати по статті «Пальне і мастильні матеріали», «Електроенергія», «Запасні частини», «Витрати на оплату праці» та «Витрати на соціальні заходи». Загальні витрати на виробництво продукції збільшилися в 2016 р. порівняно з 2014 р. на 65,2 %. Зазначене вимагає пошуку резервів зниження собівартості з метою збільшення прибутковості підприємства.

Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах. Зростання прибутковості П(ПО)СП «Малинівське» вимагає пошуку невикористаних можливостей збільшення прибутку підприємства. Резерви зростання прибутку виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції, що базується на методиці розробки заходів щодо їх мобілізації. Прибуток П(ПО)СП «Малинівське» може зростати за такими основними напрямами: підвищення ефективності використання ресурсів; зниження виробничих витрат; підвищення продуктивності праці; економне використання наявних фінансових ресурсів; розширення спеціалізації тощо.

Ключовим джерелом збільшення обсягів виробництва продукції та зростання прибутку підприємства є підвищення рівня продуктивності праці персоналу. Це дасть можливість збільшити масштаби виробництва, зменшати затрати живої праці, також

з'являються передумови для скорочення тривалості робочого дня, що спричинить зниження витрат на оплату праці в розрахунку на одиницю продукції, керівництво матиме можливість скоротити чисельність персоналу; відповідно знизяться виплати до фондів соціального страхування, а також зменшаться матеріальні затрати на одиницю продукції і кожен з цих чинників призводе безпосередньо до зростання прибутку підприємства.

Висновки та пропозиції. Таким чином, основною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Пошук резервів прибутковості підприємства передбачає удосконалення та модернізацію засобів виробництва; зниження собівартість продукції; збільшення обсягу випуску сільськогосподарської продукції; підвищення і підтримання високої її якості.

Список використаної літератури:

1. Зятюк Н.В. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства / Н.В. Зятюк // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 154. – С. 27–31.

2. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії / Р.Р. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства – 2012. – № 126. – С. 50–55.

3. Огійчук М.Ф. Сутність прибутку та підходи до методики його визначення / М.Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31–45.

5. Мочерний С. В. Політична економія : [навч. посібник] / С. В. Мочерний, Я. С. Мочерна. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 684 с.

7. Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств : [навч. посібник] / Л. А. Лахтіо- нова. – К. : КНЕУ, 2004. – 365 с.

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В.М. Твардовський, магістрант
науковий керівник:
В. І. Ткачук, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В сучасних умовах господарювання формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства детермінується ефективним управлінням його ресурсним потенціалом, нарощуванням наявних ресурсів, впровадженням інновацій. Ринкові виклики формують жорсткі умови для суб'єктів господарювання щодо необхідності підвищення ефективності використання наявних у них ресурсів та ідентифікації найбільш доцільних напрямів зміцнення їх ресурсного потенціалу, зниження витрат на виробництво та підвищення якості продукції. Кризовий, у переважній більшості, фінансовий стан сільськогосподарських підприємств цілком об'єктивно визначає нагальність обґрунтованого прийняття управлінських рішень з боку керівництва щодо напрямів отримання максимального прибутку при мінімальних витратах наявних ресурсів. Однак, як підтверджується практикою, нині значна частина господарств дедалі більше втрачає спроможність здійснення навіть простого відтворення ресурсного потенціалу. Гострота піднятої проблеми підтверджується тим, що дефіцит виробничих ресурсів та їх структурний дисбаланс призводять до зниження темпів економічного розвитку галузі сільського господарства. Це, в свою чергу, спричиняє недовикористання його потенційних можливостей, що гальмує вирішення ряду існуючих нині економічних, соціальних та екологічних проблем розвитку аграрного сектора національної економіки в цілому.

Дослідженню проблем формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарського підприємства присвячено праці таких вітчизняних дослідників як В. Андрійчук, В. Бугайчук, С. Дунда, І. Грабчук, І. Лукінов, М. Малік, А. Оніщенко, Б. Пасхавер, П. Саблук, О. Свіргун, В. Ткачук, В. Шиян та інші. Однак, важливість піднятого питання не втрачає актуальності і потребує подальших наукових досліджень.

Основний матеріал. В умовах мінливого бізнес-середовища, що характеризується нестабільними коливаннями макро- і мікроекономічних чинників, одним із першочергових завдань керівництва вбачається формування та об'єктивна оцінка поточних і перспективних можливостей сільськогосподарського підприємства, (потенціалу), збалансування його можливостей з потенціалом зовнішнього середовища з метою реалізації поставлених завдань та виживання в умовах посиленої конкурентної боротьби сьогодні та в стратегічній перспективі.

Ресурсний потенціал є важливим чинником, який впливає на ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності. Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, що є в його розпорядженні, а також спроможність працівників і менеджерів використовувати ресурси з метою виробництва товарів (послуг) та отримання максимального прибутку. Він характеризує не весь запас конкретного ресурсу, а ту його частину, яка залучена у виробництво з урахуванням економічної доцільності та досягнень науково-технічного прогресу і включає в себе не тільки сформовану систему ресурсів, а й нові альтернативні ресурси та їхні джерела [3; 4].

Джерелами ресурсного потенціалу є ресурси, які є в розпорядженні підприємства – трудові, інформаційні, фінансові, матеріальні, природні. Основу ресурсного потенціалу

являють фактори виробництва[2]. Елементи ресурсного потенціалу створюють можливості досягнення цілей підприємством. Спеціалізація сільськогосподарського підприємства та його внутрішня структура дозволяють виділяти функціональні області, наявність яких обумовлює необхідність функціональної структуризації його ресурсного потенціалу (рис. 1).

Рис. 1. Характеристика ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства

Джерело: власні дослідження.

Трудовий потенціал – це можливості свідомої діяльності людей виробляти продукцію, або здатність працівників до економічної діяльності. Компонентами трудового потенціалу є здоров'я, освіта, творчість, професіоналізм, креативність, ерудованість тощо. Матеріально-технічний потенціал визначається особливостями складу основних засобів та використанням основних і оборотних засобів, дозволяє забезпечити безперебійний процес виробництва та відображає технічний стан засобів праці, рівень їх відповідності сучасним вимогам виробництва. Інформаційний потенціал – це рівень інформаційної забезпеченості всіх господарських процесів на підприємстві, ефективність збору, обробки та аналізу інформаційних потоків, наявність прогресивних інформаційних технологій Компонентами інформаційного потенціалу є знання, досвід, інформація, патенти, ліцензії та інші інформаційні продукти [2].

Фінансовий потенціал – можливості використання фінансових ресурсів підприємства з метою придбання та залучення матеріально-речових і трудових ресурсів. Стан та якість управління ним визначає ділову активність підприємства, ступінь реалізації економічних інтересів самого підприємства та його партнерів, конкурентоспроможність. Від природного потенціалу залежить склад та структура виробництва продукції, розмір прибутку. Важливою складовою природного потенціалу є екологічний потенціал, що являє собою систему природних ресурсів, умов, явищ і процесів. Він, з одного боку, є територіальною та ресурсною базою життєдіяльності суспільства, а з іншого – протистоїть йому як об'єкт антропогенного впливу[2].

Проблема визначення оцінки ефективності управління ресурсним потенціалом сільськогосподарського підприємства є досить складною. Об'єктивна оцінка ефективністю управління ресурсним потенціалом дає змогу: по-перше, визначити у вартісному вираженні сукупний обсяг потенціалу, який конфігурується на окремому взятому підприємстві як суб'єкті господарювання; по-друге, ідентифікувати структуру ресурсного потенціалу; по-третє, визначити ступінь використання наявного потенціалу.

Загальну економічну ефективність ресурсного потенціалу підприємства визначають відношенням загального результату діяльності підприємства до витрат, які було задіяно для отримання цього результату. Кінцеву результативність усіх господарських заходів, явищ і процесів, що відбуваються на підприємствах, треба оцінювати з позиції критеріїв і показників економічної ефективності. Обирати критерії оцінювання ефективності управління економічними ресурсами необхідно, використовуючи економічні критерії й показники, що повинні розкрити його ефективність і внесок у розвиток підприємства [1, с. 48].

Відтак, ресурсний потенціал виступає однією з найбільш важливих складових виробництва сільськогосподарських підприємств, передусім він формує природну та економічну основи процесу виробництва благ, які необхідні для розвитку суспільства в цілому.

Висновки та пропозиції. Стратегічний вектор розвитку аграрного виробництва в цілому визначається ефективністю формування та використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства як суб'єкта господарювання. Визначенню іманентного місця та ролі підприємства на ринку передує формування ресурсного потенціалу, який забезпечить йому стійкий конкурентний статус у майбутньому. Управління ефективним використанням ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств передбачає наявність якісного менеджменту з боку висококваліфікованих фахівців, від професійних управлінських характеристик яких цілком залежить розвиток підприємства. Систему управління слід формувати з урахуванням спрямованості на реалізацію стратегічних пріоритетів та сприяння адаптації підприємства до викликів швидкозмінного бізнес-середовища. Це сприятиме ефективнішому використанню його наявних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Бугуцький О. А. Ефективність виробництва сільськогосподарської продукції / О. А. Бугуцький // Економіка АПК. – 1998. – № 8. – С. 45–51.

2. Дунда С. П. Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу як напрям розвитку підприємства [Електронний ресурс] / С. П. Дунда. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11061/1/Melit_art.pdf

3. Сабадирьова А. Л. Теоретичні основи організації виробничого потенціалу промислового підприємства / А. Л. Сабадирьова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – Т. 1. – С. 134–138.

4. Свіргун О.М. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні аспекти [Електронний ресурс] / О. М. Свіргун, В. В. Соколовська. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

І. Р. Дукмас, магістрант, Д. А. Зелений, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Інвестиційна діяльність є основою підприємництва та базовим пріоритетом суспільного та державного сектору економіки. Внаслідок цього він є в зоні контролю органів державної влади та управління й нормативно врегульований з позиції встановлення умов та відповідальності учасників.

Основними питаннями інвестиційної діяльності займалися такі провідні вітчизняні та зарубіжні вчені як А. Пересада, Г. Федоренко, І. Бланк, Ю. Макогон, Е. Вальрас, В. Шевчук, Д. Гарнер, У. Шарп та інші. Однак, динамічний розвиток національної суспільно-економічної системи потребує подальших досліджень.

Основний матеріал. Інвестиційна діяльність — це комплекс заходів і практичних дій юридичних та фізичних осіб (українських або іноземних), а також держави щодо здійснення інвестицій у будь-якій формі з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту. Об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути будь-яке майно, в тому числі основні засоби та оборотні кошти в усіх галузях та сферах народного господарства, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права.

Основною метою управління інвестиційною діяльністю є забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих етапах його розвитку. В кінцевому підсумку воно набуває конкретного вираження в максимізації ринкової вартості підприємства та підвищенні добробуту його власників у поточному та майбутніх періодах. Тому в процесі реалізації цієї мети інвестиційна діяльність спрямовується на вирішення таких найважливіших завдань розвитку економіки підприємства (рис. 1).

Рис. 1. Завдання управління інвестиційною діяльністю

Це, зокрема, наступні: 1) на основі здійснення лише ефективної інвестиційної діяльності можливе забезпечення високих темпів економічного розвитку підприємства (стратегія підприємства на будь-якому етапі його розвитку з моменту створення передбачає постійне економічне зростання шляхом збільшення обсягу і диверсифікації діяльності, максимально можливу активізацію інвестиційних процесів); 2) забезпечення максимізації чистого прибутку, що залишається в розпорядженні власників підприємства

від інвестиційної діяльності (за наявності альтернативних рішень щодо інвестування треба приймати ті з них, які забезпечують найбільший прибуток у розрахунку на одиницю вкладеного капіталу). Максимізація рівня чистого інвестиційного прибутку має забезпечуватися в межах допустимого інвестиційного ризику, конкретний рівень якого визначається схильністю до ризиків власників або менеджерів підприємства при здійсненні інвестиційної діяльності; 3) забезпечення мінімізації інвестиційних ризиків за необхідного рівня дохідності інвестицій; 4) забезпечення оптимальної ліквідності інвестицій та можливостей швидкого реінвестування капіталу; 5) забезпечення формування необхідних обсягів та оптимальної структури інвестиційних ресурсів з урахуванням потреб (попиту) на довготермінову перспективу; 6) підтримання фінансової стійкості та платоспроможності підприємства у процесі здійснення інвестиційної діяльності; 7) пошук і обов'язкове здійснення шляхів прискорення реалізації інвестиційних програм та проектів підприємства. Усі зазначені вище завдання управління інвестиційною діяльністю тісно взаємопов'язані та взаємозумовлені (табл. 1).

Таблиця 1

Темпи приросту капітальних інвестицій в Україні за видами активів, %

Види активів	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Усього	133,6	113,2	91,4	87,8	124,5	131,5
інвестиції у матеріальні активи	133,5	114,2	90,4	88,6	120,1	136,4
житлові будівлі	103,2	128,9	105,5	91,8	137,5	98,4
нежитлові будівлі	132,2	111,5	82,6	90,3	106,0	137,1
інженерні споруди	148,3	105,9	84,5	89,9	109,3	132,5
машини, обладнання та інвентар	132,8	107,3	102,6	87,2	122,4	145,9
транспортні засоби	154,3	158,8	60,1	85,1	142,1	186,7
Земля	192,0	77,3	58,0	98,1	144,3	132,9
довгострокові біологічні активи рослинництва та тваринництва	160,8	61,6	132,5	86,3	135,8	114,5
інші матеріальні активи	119,5	158,7	109,2	74,4	117,5	163,2
інвестиції у нематеріальні активи	135,6	89,6	124,7	70,5	249,0	64,3
з них: права на комерційні позначення, об’єкти промислової власності, авторські та суміжні права, патенти, ліцензії, концесії тощо	134,8	89,1	154,0	52,8	418,8	33,6
програмне забезпечення та бази даних	116,1	104,8	102,0	92,2	153,0	128,7

Переважна частка інвестицій в Україні – це капіталі інвестиції, сформовані а рахунок власних коштів. Зростання темпів капітальних інвестицій у 2011–2012 рр. та 2015–1016 рр. обумовлене зростанням цін, кон’юнктурою ринку та соціально-політичною ситуаціє в країні і прямо не залежить від виду активів, на які спрямована діяльність (табл. 2). Натомість у структурі активів переважають інвестиції у матеріальні активи у рухоме та нерухоме майно як найменш ризиковані види вкладень, в той час як вкладення у нематеріальні цінності є найменшими у структурі активів. Джерела фінансування активів – це, переважно, власні кошти фізичних та юридичних осіб.

Управління інвестиційною діяльністю слід розглядати як складову загальної системи управління підприємством та здійснюючи звертати увагу на: інтегрованість із загальною системою управління підприємством, комплексність в процесі формування управлінських рішень щодо реалізації інвестицій у взаємозв'язку з кінцевими результатами фінансової діяльності підприємства, високий рівень динамізму управління в галузі формування і реалізації інвестицій, багатоваріантність підходів щодо прийняття окремих управлінських рішень в сфері формування інвестиційних ресурсів підприємства, орієнтація на стратегічний розвиток підприємства. Головною метою управління інвестиційною діяльністю підприємства є отримання максимального прибутку не тільки в поточному, але і у перспективному періодах. Це передбачає розв’язання низки питань, зокрема: розробка інвестиційної стратегії підприємства; пошук і формування

інвестиційних ресурсів; оцінка ефективності проектів; формування і оцінювання інвестиційного портфелю; оцінка інвестиційної привабливості підприємства та ін.

Таблиця 2

Структура капітальних інвестицій в Україні за видами активів, %

Види активів	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
інвестиції у матеріальні активи	96,1	96,9	95,8	96,6	93,3	96,7
житлові будівлі	11,0	12,5	14,5	15,1	16,7	12,5
нежитлові будівлі	20,4	20,0	18,1	18,6	15,9	16,5
інженерні споруди	24,0	22,5	20,7	21,2	18,7	18,8
машини, обладнання та інвентар	29,7	28,2	31,6	31,4	30,9	34,3
транспортні засоби	7,1	9,9	6,5	6,3	7,2	10,2
Земля	0,9	0,6	0,4	0,5	0,5	0,5
довгострокові біологічні активи рослинництва та тваринництва	1,2	0,7	0,9	0,9	1,0	0,9
інші матеріальні активи	1,8	2,5	3,0	2,5	2,4	3,0
інвестиції у нематеріальні активи	3,9	3,1	4,2	3,4	6,7	3,3
програмне забезпечення та бази даних	1,7	1,3	2,3	1,4	4,6	1,2

Виходячи з вищенаведених даних можна зробити висновок, що система управління інвестиційною діяльністю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством і включає розробку напрямів діяльності підприємства в частині інвестиційної, що орієнтована на збільшення прибутку, за рахунок довгострокових вкладення капіталів, призначених для створення, розміщення, реконструкції, модернізації, технічного переозброєння підприємства.

Висновки і пропозиції. Отже, ефективність системи управління буде досягатись за рахунок покращення інвестиційної діяльності в основних її частинах: організаційна забезпеченість, інформаційна забезпеченість, планування, контроль, моніторинг інвестиційних проектів, проведення фінансово-економічних розрахунків, оцінка ефективності. Управління інвестиційною діяльністю передбачає необхідність проведення фінансово-економічних розрахунків, які пов'язані з потоками грошових коштів в різні періоди. Вирішальною при цьому є оцінка вартості грошей, яка з часом змінюється з урахуванням норми прибутку на фінансовому ринку.

Список використаної літератури:

1. Леванова Г. М. Устойчивое потребление: концептуальные положения и актуальность внедрения / Г. М. Леванова // Эко- и агротурим: перспективы развития на локальных территориях [Текст]: тезисы докл. II Междунар. науч.-практ. конф., 22–23 апреля 2010 г., г. Барановичи, Респ. Беларусь / редкол.: В. Н. Зуев (гл. ред.) [и др.]. – Барановичи: РИО БарГУ, 2010. – С. 247–250.

2. Павлов В. І. Інститути та інституції аграрного природокористування: регіональний вимір: Монографія / В. І. Павлов, В. М. Заремба, Ю. Г. Фесіна. – Луцьк: Надтир'я, 2008. – 212 с.

3. Плотнікова М. Ф. Інноваційно-проектний вектор стійкого сільського розвитку / М. Ф. Плотнікова, О. Ф. Присяжнюк // Наук. пр. Полтавської держ. аграр. акад. Сер. Екон. науки. – 2014. – Вип. 1 (8), т. 1. – С. 246–255.

4. Nitsenko V. Business Model For A Sea Commercial Port As A Way To Reach Sustainable Development Goals / V. Nitsenko, I. Nyenno, I. Kryukova, T. Kalyna, M. Plotnikova // Journal Of Security And Sustainability Issues. – 2017. – Volume 7, Number 1. – P. 155–166 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://doi.org/10. 9770/jssi.2017.6.4(13) (ISSN 2029-7017 print/ISSN 2029-7025on-line

5. Living in harmony: inspring stories from ecovillages / Editor: Dalia Vidickiene. Vilnius: BMK Leidykla, 2013. – 124 p.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Д.О. Штипуляк, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Успішна реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає здійснення ефективної господарської діяльності. Передумовами виникнення потреби в ефективному, раціональному веденні господарської діяльності підприємства є проблема обмеженості ресурсів, з одного боку, і постійне прагнення до зростання результатів його діяльності – з іншого. Саме ефективне використання наявних ресурсів дає змогу задовольнити максимум потреб підприємства й отримати бажаний результат.

Сучасний економічний процес в Україні зумовлює необхідність комплексного дослідження і розв’язання проблеми підвищення діяльності підприємств за специфічних умов розвитку ринкових відносин. При здійсненні цієї діяльності виникає необхідність прийняття рішень, які синтезують елементи економіки, фінансів, маркетингу та інших галузей знань. Таким чином, необхідність дослідження даної проблеми зумовлена багатьма факторами, зокрема такими як обмеженість економічних ресурсів, а також бажання суб'єктів господарювання отримати максимальний ефект при найнижчих витратах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз господарсько-фінансової діяльності підприємств лісового господарства відображені у працях Кравеця П.В., Круть С.О., Пірса П., Коваля Я. В, Синякевича І. М., Фурдичко О. І. та інших вчених і практиків.

Аспекти динаміки ефективності функціонування лісогосподарських підприємств за сучасних ринкових відносин ще не достатньо висвітлені та з огляду на прийняття майбутніх управлінських рішень потребують проведення окремого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність є відносним показником результативності і може бути тільки позитивною величиною. Поняття «ефективність» іноді інтерпретується як «результативність». Це пояснюється насамперед тим, що «ефективність» (від латин. efectus) означає результативність, дієвість, продуктивність тощо. Але це різні поняття, бо «результативність» – це складне, багатоелементне, багатокритеріальне явище, яке характеризується низкою показників міри досягнення встановлених цілей суб'єкта господарювання та є «зовнішнім проявом» (негативним або позитивним) його діяльності [6, с. 24]. Натомість як, «ефективність» є «внутрішнім проявом» діяльності підприємства, що спрямована на підвищення внутрішньої економічності його роботи, досягнення встановлених результатів завдяки економії виділених на їх отримання ресурсів тощо.

В ринкових умовах поняття «ефективність» тісно пов’язане з використанням фінансово-виробничих ресурсів. Це зумовлено тим, що метою кожного суб’єкта господарювання є отримання найвищого результату, досягнення якого стає можливим за умови оптимального формування й ефективного використання всіх видів ресурсів.

Головними видами діяльності Овруцького лісгоспу є здійснення лісівничих, лісоохоронних та інших заходів, спрямованих на збереження, розширене відтворення, невиснажливе використання лісових ресурсів а також забезпечення потреб національного господарства деревиною від рубок.

Оскільки значний вплив на собівартість продукції у підприємстві мають матеріальні витрати, разом з тим мають негативний вплив на ефективність функціонування підприємства. ДП «Овруцький лісгосп АПК» використовує новітні

технології лісозаготівлі, які мають порівняно нижчі витрати на паливно-мастильні матеріали та більшу ефективність від їх експлуатації.

Найбільш поширені та найбільш енергетичні засоби – це трактори. Внаслідок відсутності базових вітчизняних моделей лісових тракторів і з метою скорочення термінів та витрат на створення і впровадження у виробництво нових машин доцільно брати за основу наявні моделі промислових тракторів з використанням уніфікованих агрегатів, механізмів і систем, розроблених на рівні світових досягнень науки і техніки. Враховуючи зарубіжний та вітчизняний досвід, лісові машини повинні базуватися на тракторах таких класів тяги: 4-6 кН – для робіт з вирощування посадкового матеріалу, рубках догляду; 9 кН – для робіт з догляду за лісом та захисними насадженнями, виконання допоміжних робіт; 17...20 кН – для робіт зі створення лісових насаджень та використання з технологічними модулями в якості скідерів, форвардерів, харвестерів, а також як привідна станція канатно-підвісної системи; 30 кН – для виконання енергоємних лісогосподарських робіт, а також як форвардер, лісонавантажувач, транспортний засіб, пожежна машина тощо. Враховуючи різноманітність технологічних операцій і технологічного оснащення та з метою уніфікації енергетичних засобів доцільно здійснювати компонування лісових машин (скідерів, форвардерів та ін.) на засадах блоково- модульного будування. Для цього передбачається створення єдиного в своєму класі енергетичного модуля (ЕМ), до якого за допомогою універсальних пристроїв приєднуються технологічні модулі [5, с. 124]. Такий підхід дозволить розширити технологічні можливості енергетичного модуля (ЕМ) за рахунок інтегрованої побудови агрегату, розширити використання ЕМ на протязі року, забезпечити на високому рівні сервісне обслуговування і ремонт, уніфікувати запасні частини та інші витратні матеріали. Ефект від використання запропонованих технічних засобів у Овруцькому лісгоспі наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Ефект від використання запропонованих технічних засобів у ДП «Овруцький лісгосп АПК»

Найменування показника	Роки		2018 р. до 2016 р., у %
	2016 р. факт.	2018 р. план.	
Наявність автомобілів у господарстві на кінець року, од.	19	24	5
Автомобіле-дні в роботі, тис.	4,2	4,6	0,4
Вантажообіг, тис. ткм	1631,3	1812,9	111,1
Коефіцієнт використання автопарку	0,6	0,7	110,2
Коефіцієнт використання пробігу	0,5	0,5	100
Середня ванатажопідйомність 1-го автомобіля, т	6,1	6,6	108,2
Усього бензину, тис. літрів	199,7	4882,4	72,4
Усього дизельного палива, тис. літрів	69,3	2907,7	124,2

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень.

Аналіз даних таблиці 3.1 свідчить про збільшення на 5 одиниць у плановому 2017 р., порівняно з фактичними даними за 2015 р., автомобілів та автомобіле-днів перебування у ДП «Овруцький лісгосп АПК». Обсяг перевезень зросте на 26,1 %, а вантажообіг, відповідно, на 11,1 %. При цьому, середня експлуатаційна швидкість зросте на 0,5 км/год або на 3,4 %, а середня відстань перевезень вантажу збільшилася на 0,7 км (збільшення на 2,3%).

Зниження коефіцієнта використання пробігу свідчить про збільшення незавантажених пробігів автотранспорту, хоча, як відмічалося вище, протяжність лісових доріг зросла. Для покращення цього показника необхідно оптимізувати маршрути руху та способи перевезень вантажів. Показник середньої відстані перевезень 1 т вантажу свідчить про наявну динаміку до зростання відстаней перевезень вантажів. У такому випадку обґрунтованим є застосування автомобілів високої вантажопідйомності. Витрати

бензину за планом 2017 р. план. зменшаться на 27,6% порівняно з фактичними даними 2015р., що є позитивним фактором.

Висновки та пропозиції. Отже, для зростання ефективності діяльності ДП «Овруцький лісгосп АПК пропонуються інноваційні технології заготівлі лісо сировини, яка передбачає два стратегічних напрямки розвитку лісового енергетичного модуля в ДП «Овруцький лісгосп АПК»: – перший (модернізація) – доопрацювання існуючих моделей тракторів для використання в лісовому господарстві; – другий (перспективні моделі) – конструкторський, який передбачає створення нових енергетичних модулів. Другий напрямок відповідає концепції розвитку комплектації лісогосподарських тракторів. Їх успішне вирішення сприятиме поліпшенню якості транспортних послуг, зниженню собівартості перевезень, підвищенню ефективності використання автотранспортних засобів та конкурентоспроможності ДП «Овруцький лісгосп АПК».

Список використаної літератури:

1. Державна програма розвитку лісогосподарського і лісопромислового комплексів України на період до 2015 року № 14959/9 від 02.08.93 / Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uazakon.com/documents/date_7e/pg_iggmon.htm . Економіка природокористування і о хорони довкілля 214

2. Коваль Я. В. Економічна оцінка лісових ресурсів: методологія, методика, практика / Я. В. Коваль. – К.: РВПС України НАН України, 2008. – 40 с.

3. Концепція сталого розвитку агроекосистем в Україні на період до 2025 року / Схвалена постановою Президії УААН 13.03.2003 р., спільним наказом по Мінагрополітики України, Мінекоресурсів України. – К., 2003. – 30 с.

4. Матеріали щодо підсумків роботи підприємств Державного комітету лісового господарства України за 2016 рік / До засідання колегії Держкомлісгоспу України 29.01.2017. – 189 с.

5. Синякевич І. М. Економіка галузей лісового комплексу : [монографія] / І. М. Синякевич. –Львів: Світ, 2006. – 184 с.

6. Фурдичко О. І. Лісове господарство України: перспективи, критерії та індикатори екологічно сталого ведення й управління / О. І. Фурдичко // Регіональна економіка. – 2014. – № 2. – С. 21–35.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Б. О. Кондратенко, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Хлібопекарська галузь відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки та соціальної стабільності країни, забезпечуючи населення найважливішими продуктами харчування – хлібом і хлібобулочними виробами, які є основними і невід'ємними продуктами у щоденному раціоні українців. Через високу соціальну значущість продукції хлібопекарські підприємства постійно знаходяться під державним контролем, який фактично зводиться до адміністративного регулювання цін на хліб. Ігнорування дії об'єктивних економічних законів при розробленні цінової політики призвело до погіршення економічної, технічної та соціальної ефективності функціонування підприємств. Сутність проблеми підвищення ефективності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат підприємства хлібопекарської галузі досягали максимального результату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічними, методичними та прикладними дослідженнями різних аспектів ефективності хлібопекарного виробництва як складової харчової промисловості займалися П. Борщевський, Л. Дейнеко, З. Джеппарова, І. Заблодська, О. Звягинцева, Ф. Уфімцев, Н. Чубенко та ін. Незважаючи на те, що питання розвитку хлібопечення перебували в полі зору багатьох вчених, потребують подальшого дослідження результати фінансово-господарської діяльності підприємств хлібопекарської галузі з метою пошуку напрямів вирішення проблем, які виникають в сучасних ринкових умовах господарювання та негативно впливають на діяльність вітчизняних хлібопекарських підприємств.

Метою дослідження є аналіз тенденцій економічного розвитку ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод" та визначення пріоритетних напрямів підвищення ефективності його функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність – це складна економічна категорія, пов'язана з цілеспрямованою, раціональною людською діяльністю. Вона відображає певні виробничі відносини, що складаються між суспільством загалом і підприємствами, а також окремими працівниками [5, с. 336]. В ефективності відображається дія об'єктивних економічних законів, розвиток продуктивних сил, характер виробничих відносин. Вона є формою вираження мети виробництва. Отже, поняття «ефективність» має зміст за наявності мети, яка повинна бути досягнута. Основну ж мету виробництва становить віддача сукупних ресурсів, які беруть участь у процесі виробництва.

Головними завданнями ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод" є: забезпечення населення хлібобулочними і кондитерськими виробами; роздрібна і комісійна торгівля, організація власної торгової мережі;надання послуг суспільного харчування; транспортно-експедиційне обслуговування юридичних і фізичних осіб та ін. Найбільшу питому вагу у структурі асортименту продукції займають групи: масові хліба та основні види булочних виробів, які відповідно складають в середньому за три останні роки близько 65 % та 14,2 % від загального обсягу виготовленої продукції. Це обумовлюється найбільшим попитом споживачів на хліб та хлібобулочні вироби. Виробництво здобних та кондитерських виробів із року в рік коливається і в середньому складає за останні три

роки відповідно 7 % та 8,5 %. Структуру асортименту продукції ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод" наведено на рис. 1.

Рис. 1.Структура асортименту продукції ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод"
Джерело: побудовано за фінансово-економічними звітами підприємства.

Основними споживачами хлібопродукції є населення м. Новоград-Волинський та прилеглі до нього сільські території Житомирської області. Також продукція направляється на пункти громадського харчування, школи, дитячі садочки. Основними конкурентами є Довбишський хлібозавод та найближчі хлібопекарські підприємства м. Житомира та м. Рівне.

Фінансовим результатом діяльності ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод" за 2016 р. у порівнянні з 2014 р., є зростання доходу від реалізації продукції на 382 тис. грн. та собівартості реалізованої продукції на 38 тис. грн. Як наслідок валовий прибуток збільшився на 344 тис. грн. та чистий прибуток, після сплати всіх податків, у 2016 р. становив 201 тис. грн., що майже у 7,7 разів більше, за 2014 р.. Норма прибутку зросла у 7,0 разів, а рівень рентабельності у 6,7 (табл.1).

Таблиця 1

Ефективність господарської діяльності ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод"

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р.	
				+/-	%
Отримано чистого доходу, всього, тис грн	715,0	899,0	1097,0	382,0	> у 1,5 разів
в т.ч. з розрахунку на: - 1 середньорічного працівника, тис. грн	20,4	35,9	57,7	37,3	100,0
Отримано чистого прибутку (+), збитку (-), всього, тис грн.	26	91	201	175	> у 7,7 разів
в т.ч. з розрахунку на: - 1 середньорічного працівника, грн	742,8	3640,0	10578,9	9836,1	> у 14,2 рази
Норма прибутку, %	0,3	0,9	2,1	1,8	> у 7,0 рази
Рівень рентабельності, %	1,8	8,6	12,0	10,2	> у 6,7рази

Джерело: розраховано за фінансово-економічними звітами підприємства.

Основними резервами зростання прибутку від реалізації є: збільшення обсягу реалізації продукції, зниження собівартості реалізованої продукції, поліпшення якості продукції. Враховуючи ситуацію на ринку, в асортиментному ряду хлібобулочних виробів назріла проблема зміни акцентів. Для покращання якості хлібопекарської продукції для ПАТ "Новоград-Волинський хлібозавод" доцільно використовувати складники технології виробництва хлібобулочних виробів, а саме: фахівцями в області харчових технологій розроблено харчові ароматизатори кислот та фарбників, зокрема розроблена, комплексна харчова добавка «ЦитроКаМ» (на основі цитратів кальцію і магнію), призначена для застосування в хлібопеченні [3, с. 12]. Ця добавка покращує газоутворюючу здатність

тіста, позитивно впливає на питомий об’єм хліба, пористість, структурно-механічні властивості м’якушки тощо.

Висновки та пропозиції.Отже, ефективність діяльності ПАТ “Новоград-Волинський хлібозавод” залежить від якості продукції. Остання тісно пов'язана з належною якістю сировини, розширенням сировинної бази, впровадженням раціональних ресурсо- і енергозберігаючих технологій, технічним переоснащенням виробництва. Проблема якості сировини для ПАТ “Новоград-Волинський хлібозавод” є чи не найгострішою. З року в рік спостерігається зниження вмісту білка в зерні, збільшення кількості борошна з низькими хлібопекарськими властивостями.

Список використаної літератури:

1. Алєксєєнко І.М. Ситуація на ринку пшениці та гречки та економічні ризики щодо інтенсифікації виробництва [Електронний ресурс] / І. М. Алєксєєнко // Ефективна економіка. – 2011. – №5. – 18 с. – Режим доступу: http:www.economy.nauka.com/ua.

2. Ауэрман Л. Я. Технология хлебопекарного производства /Л. Я. Ауэрман. – СПб: Профессия, 2010. – 416 с.

3. Бибик Ю.В. Проблемы оценки эффективности сертификации продукции в соответствии с международными стандартами // Зб. наук. праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Вип. 147. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2012. – С. 9 – 14.

4. Дробот В.І., Петришин Н.З. Вплив соєвого борошна і препаратів Р-каротину на структурно-мехнічні властивості бубличного тіста-'/ Наукові праці НУХТ. – 2013. – № 14. – С. 50-51.

5. Шуляр Н. В. Витрати на забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / Н. Шуляр // Вісник НУ “Львівська Політехніка”. Серія “Логістика”. – Львів: Вид-во НУ “Львівська Політехніка”. – 2006. – № 552. – С. 334-340.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

С.В. Богайчук, магістрант
науковий керівник:
І.Ф. Грабчук, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин та посиленням реформ в Україні важливе значення набуває конкуренція між суб'єктами господарювання. Проблема забезпечення конкурентоспроможності є головною умовою підвищення і підтримання позицій підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринках. Для отримання успіху у конкурентній боротьбі потрібен постійний моніторинг ринків, позицій підприємства, позицій конкурентів, смаків і переваг постійних споживачів, досліджень сильних та слабких сторін господарської діяльності, здатність та швидка пристосованість до змін ринку. Разом з тим, значна кількість підприємств не можуть ефективно використати наявні у них кошти і налагодити прибуткову діяльність саме через відсутність якісної, конкурентоспроможної продукції. Досвід останніх років засвідчив, що не всі вітчизняні підприємства спроможні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції не дозволяє багатьом з них реалізовувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів. В такій ситуації для кожного підприємства стає необхідним аналіз конкурентоспроможності і розробка дієвих заходів щодо її підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань конкурентоспроможності підприємства та її підвищенням займались вітчизняні науковці: Антонюк К. І., Борисенко З., Должанський І. З., Загорна Т. О., Іванова Ю. Б., Тищенко О. М, Соловйов Б. А. та ін.. Безпосередньо розробленню напрямів покращення конкурентоспроможності підприємства присвячено роботи іноземних дослідників: Д. Траута, С. Дібба, Г. Хулея та ін. У працях науковців досліджено проблеми, пов'язані з теорією та методологією напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства: розглянуто види, рівні, чинники, етапи, стратегії, критерії та інші субкатегорії.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних і методичних положень та практичних рекомендацій підвищення конкурентоспроможності ПАТ "Житомирський маслозавод".

Виклад основного матеріалу дослідження. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку. Конкурентоспроможність – комплексна характеристика діяльності підприємства, яка базується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності (виробничий потенціал, трудові ресурси, забезпеченість матеріалами, фінансові результати діяльності та ін.) і дозволяє визначити "сильні сторони" підприємств в конкурентній боротьбі, знайти способи досягнення переваг над конкурентами [5, с. 387].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства на конкретному ринку або його сегменті ґрунтується на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей підприємства, вона покликана визначити потенційні можливості підприємства і заходи, які підприємство має вжити для забезпечення конкурентних позицій на конкретному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства визначається за допомогою трьох груп показників, які відображають конкурентоспроможність продукції що випускається та ефективність використання ресурсів. Перша група включає показники, які характеризують економічні параметри, – собівартість, ціну виробу та споживання, умови платежу та

поставок, строки та умови гарантії і т. д. Друга група включає показники, які характеризують стан та використання живої праці, основних виробничих фондів, матеріальних затрат, обігових коштів, а також фінансовий стан підприємства. Третя група – нормативні параметри, які показують чи відповідає виріб стандарту, нормам, правилам, що регламентують кордони, з яких даний параметр не має права виходити. До їх числа відносяться показники надійності, ресурс виробу, безвідмовність, довговічність, ремонтоздатність [1, с. 24].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства, як правило, включає: по-перше, визначення кола підприємств – конкурентів; по-друге, збирання інформації про їх діяльність; по-третє, формування системи оціночних показників; по-четверте, обробку інформації та отримання загальної оцінки стану конкурентоспроможності. У процесі комплексного аналізу конкурентів і конкурентоспроможності підприємства необхідно мати вичерпну інформацію про цілі і наміри, ринкову частку конкурентів, дані оцінювання їх конкурентоспроможності за показниками маркетингової діяльності, основної діяльності, фінансової стабільності, використання людських ресурсів. Предметом особливої уваги є система управління і якість персоналу, а також відомості про ліквідність, платоспроможність, рентабельність підприємств, без чого неможливий комплексний аналіз їхніх конкурентних переваг. Для комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства скористаємося аналітичним та графічним способами. За аналітичного способу вдамося до побудови матриці конкурентоспроможності, у якій наведемо умовні експертні оцінки стану різних факторів ПАТ “Житомирський маслозавод” та підприємств конкурентів (табл. 1).

Таблиця 1

Конкурентоспроможність ПАТ “Житомирський маслозавод” та підприємств – конкурентів

Синтезуючий фактор конкурнтоспро-можності	Параметрична експертна оцінка підприємств – постачальників молочної продукції				Ранг фактора	Інтегрований (груповий) факторний показник підприємств–постачальників молочної продукції			
	ТЗоВ “Фаворит”	ПАТ“Яготинський маслозавод”	ПАТ “Житомирський маслозавод”	Андрушівський маслозавод		ТЗоВ “Фаворит”	ПАТ“Яготинський маслозавод”	ПАТ “Житомирський маслозавод”	Андрушівський маслозавод
Становище по ринку	3,9	4,5	4,2	3,5	0,14	0,546	0,630	0,588	0,490
Товар	3,2	3,9	3,9	2,8	0,36	1,152	1,404	1,404	1,008
Виробничий потенціал	3,8	4,0	3,9	3,7	0,25	0,95	1,00	0,975	0,925
Методи руху товару	4,5	4,9	4,6	4,2	0,15	0,675	0,735	0,690	0,630
Можливості збуту	3,7	4,2	3,9	3,6	0,10	0,37	0,42	0,39	0,36
Сумарна оцінка	-	-	-	-	-	3,693	4,189	4,047	3,413
Коефіцієнт КС	-	-	-	-	-	0,882	1	0,812	0,815

Джерело: власні дослідження

Аналізуючи дану таблицю, можна зробити висновок, що найбільш конкурентоспроможними є ПАТ “Яготинський маслозавод” та ПАТ “Житомирський маслозавод”. Дані підприємства демонструють стабільне становище на ринку за рахунок якості молочної продукції та гнучкої цінової політики. Коефіцієнт

конкурентоспроможності в даних підприємствах становить 1 та 0,812. Втім, ПАТ “Житомирський маслозавод” поступається інтегральним коефіцієнтом конкурентоспроможності на 0,188 пунктів, за рахунок методів руху товарів та можливостей збуту. Графічний спосіб визначення рівня конкурентоспроможності ПАТ “Житомирський маслозавод” наведено на рис. 1.

Рис. 1. Побудова многокутника конкурентоспроможності ПАТ “Житомирський маслозавод”

Джерело: власні дослідження

Згідно рисунку ПАТ “Яготинський маслозавод” у порівнянні з ПАТ “Житомирський маслозавод” має дещо вищі показники за факторами конкурентоспроможності. Таким чином, для підвищення рівня конкурентоспроможності ПАТ “Житомирський маслозавод” необхідно: забезпечити відповідний рівень якості продукції; здійснювати впровадження нових технологій; здійснювати ефективне управління оборотними засобами, якістю, виробничими, закупівельними та збутовими процесами; реорганізація існуючих процесів у відповідності до зміни умов діяльності підприємства (часова гнучкість); збільшення ефективності використання наявного потенціалу підприємств; підвищення рівня мотивації персоналу сільськогосподарського підприємства.

Для сучасних вітчизняних однопрофільних підприємств є характерним вияв інноваційної діяльності через розширення асортименту продукції. Поряд з цим багатопрофільні підприємства, фінансовий стан яких є стійкішим, практикують впровадження інноваційної діяльності у формі диверсифікації. Адже диверсифікація діяльності підприємства – це виробничо-господарський процес, який, завдяки освоєнню нових товарних ринків, розширенню номенклатури товарів та послуг, розподілу інвестицій між різними об'єктами господарювання, дає змогу подолати залежність від одного виду діяльності або продукції, сприяє зменшенню підприємницького ризику та забезпечує адаптацію функціонування підприємства до динамічних змін зовнішнього середовища, а в перспективі підвищує конкурентоспроможність і фінансову стабільність. Разом з тим, диверсифікація діяльності підприємства – це складна динамічна система дії та взаємодії методів, чинників, органів управління, інноваційних досліджень, створення нових видів товару, вдосконалення технологічного процесу, обладнання та предметів праці, організаційних форм виробництва тощо на основі новітніх науково-технічних досягнень.

Висновки та пропозиції. Таким чином, стратегія диверсифікації використовується підприємством, насамперед, для того, щоб покрити витрати його основної діяльності,

збільшити прибуток фірми, який у майбутньому можна використати для входження на нові ринки, забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковому періоді. Диверсифікація дасть змогу ПАТ "Житомирський маслозавод" триматися на плаву" при складній економічній кон'юнктурі за рахунок випуску широкого асортименту продукції і послуг: збитки від нерентабельних виробів перекриються прибутком від інших видів продукції.

Список використаної літератури

1. Костюк, Л. А. Теоретичні та методичні засади оцінки конкурентоспроможності / Л. А. Костюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету.

(Економічні науки). – 2012. – Випуск 2. – С. 22–30.

2. Погребняк, Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету – 2011. – Випуск 32. – С. 45–51.

3. Рибницький, Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230.

4. Яцура, В. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / В. В. Яцура, М. В. Замроз // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. Збірник наукових праць. – 2011. – № 2. – Режим доступу до статті : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/18.pdf. – Назва з екрану.

5. Сахно, І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 385–390.

6. Сомова, О. Є. Вартісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Сомова Оксана Євгенівна ; ПВНЗ Європейський ун-т. – К., 2008. – 19 с., включаючи обкл.: іл., табл. – Бібліогр. : С. 17–19.

7. Кузьмін, О. Є. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств / О. Є. Кузьмін, Л. І. Чернобай, О. П. Романко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Випуск 21.10. – С. 159–166.

8. Квятковська, Л. А. Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства / Л. А. Квятковська, Л. Д. Воробйова // Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 26. – С. 181–187.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПАФ «ДРУЖБА» ЧЕРНЯХІВСЬКОГО РАЙОНУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Д. Д. Павлова, студентка
науковий керівник
В. І. Ткачук, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Формування в Україні ринкових відносин – складний процес. Він передбачає обґрунтоване визначення взаємозв'язків між виробництвом і соціально-економічними потребами держави, впровадження новітніх технологій, з метою підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу. Питання ефективності використання виробничих ресурсів розглядалось в роботах таких вчених-економістів, як Дж. Б. Кларк, К. Маркс, К. Менгер, Д. Рікардо, А. Сміт, П. Дуглас, А. Маршалл, В.П. Грузінов, В.С. Грибов, А.І. Ільїн, О.І. Волков, В. Я. Горфінкель, Т.О. Зінчук, В. А.Швандар, А. З. Калініна, В. І. Тітов, Є. О. Бойко, В. М. Геєць, В.М. Микитюк, Є.І. Ходаківський, С.Ф. Покропивний та ін.

Забезпечення ефективного виробництва в умовах фінансової нестабільності безпосередньо залежить від ефективності використання його виробничих ресурсів, тому управління ефективністю використання ресурсів в сучасних умовах потребує додаткового вивчення.

Основний матеріал. Економічна ефективність — досягнення найбільших результатів за найменших затрат живої та уречевленої праці. Економічна ефективність є конкретною формою дії закону економії часу. За капіталістичного способу виробництва узагальнюючий показник економічної ефективності — норма прибутку. У розвинутих країнах Заходу основною метою стає максимізація не прибутку, а чистого доходу на одного зайнятого, що не виключає необхідності використання показника норми прибутку. Конкретнішими показниками економічної ефективності є відносні показники, такі як продуктивність і фондомісткість праці, фондовіддача і фондомісткість продукції, матеріаловіддача і матеріаломісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції та ін.Найбільш повним слід вважати трактування виробничих ресурсів підприємства як сукупності певних чинників (запасів, джерел, засобів та предметів праці), які має в наявності підприємство, а також можуть бути мобілізовані та використані ним для досягнення конкретної мети й одержання очікуваного результату в певний проміжок часу. Зазначимо, що серед вчених-економістів існують різні погляди щодо трактування поняття ефективності використання виробничих ресурсів підприємства та їх складових.

Так, на думку, В. П.Грузінова та В. С. Грибова, до виробничих ресурсів підприємства слід відносити робочу силу, знаряддя праці (машини, устаткування та ін.), предмети праці (сировина, матеріали і так далі), готову продукцію (запаси товарів) та природні умови виробництва (земля, корисні копалини і ін.) [1, с. 20]. Тому на ефективності використання цих ресурсів ми і зосередимо свою увагу.

Аграрне виробництво можливо лише за умови органічного поєднання трьох чинників, серед яких важливе місце займають знаряддя і предмети праці [2,с.35]. Будучи складовою продуктивних сил, вони беруть участь у створенні вартості продукції і визначають ступінь розвитку матеріально-технічної бази аграрних підприємств. Від рівня забезпеченості виробництва знаряддями і предметами праці, їх структури та ефективності використання значною мірою залежать кінцеві результати діяльності суб'єктів господарювання в сільському господарстві [3, с. 65].

Досліджуючи організаційно-економічну характеристику та фінансово-господарську діяльність ПАФ «Дружба», виділимо основні напрямки раціонального використання

виробничих ресурсів цього підприємства. А забезпечення росту ефективності використання ресурсів можливе лише при умові зростання урожайності сільськогосподарських культур та продуктивності громадського тваринництва. Цього можна досягти при умові використання певних резервів.

У ПАФ «Дружба» резервами підвищення ефективності виробничих ресурсів є ресурсозбереження, яке передбачає:запровадження інноваційних технологій виробництва сільськогосподарської продукції основою яких є ефективне використання ресурсів; підвищення економічної родючості ґрунтів, що передбачає збалансоване використання поживних речовин;нормування використання паливно-енергетичних та матеріальних ресурсів; оптимізація структури ресурсоспоживання на основі впровадження нових проектних і технологічних рішень. Тому для ПАФ «Дружба», враховуючи ринкові умови виробництва, доцільно запровадити технологію внесення добрив на запланований урожай. Використавши цю технологію ми оптимізуємо витрати добрив, що дасть можливість знизити собівартість продукції.

Таблиця 1

Ефективність використання методики внесення добрив на запланований урожай у ПАФ «Дружба» Черняхівського району

Культура	Урожайність без застосування нових технологій внесення добрив ц/га	Урожай після застосування нових технологій внесення добрив ц/га	Відхи-лення, +/- ц/га
Озима пшениця	20,2	41,9	21,7
Кукурудза	19,6	58,1	38,5
Яра пшениця	20,1	33,6	13,5
Озиме жито	19,9	37,1	17,2
Льон довгунець	12,8	17,2	4,4
Цукрові буряки	210	404	194

За даними таблиці 1 можна зробити висновок, що після застосування нової технології внесення добрив урожайність сільськогосподарських культур значно зросла. Кількість добрив внесених була розрахована і внесена саме для такої урожайності. Але внесені вони у той період вегетації рослин, коли вони їх найбільш потребували. Кількість добрив внесених на 1 центнер урожаю була меншою ніж у попередні роки.

Висновки та пропозиції. Основними напрямами раціонального використання виробничих ресурсів у ПАФ «Дружба» є:необхідна визначена кількість (тобто нормативна) ресурсів для своєчасного і результативного обробітку сільськогосподарських угідь;застосування прогресивних технологій в поєднанні з відповідними формами організації виробництва і праці; внесення мінеральних та органічних добрив у розрахунку на запланований урожай; проведення меліоративних робіт, протиерозійних заходів безперечно поліпшать показники ефективності використання ресурсного потенціалу.

Аналізуючи проблему підвищення ефективності використання виробничих ресурсів підприємства можна зробити висновок, що вони займає досить важливе місце. Від ефективного їх використання залежить і фінансовий стан підприємства, і здатність до швидкого реагування на зміни ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Грузинов В.П. Экономика предприятия: учеб.пособие / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

2. Грабовецький Б.Е. Економічне прогнозування та планування. – К.: Центр навчальної літератури. 2003. – 188 с.

3. Березюк С.В. Мінеральні добрива – основа підвищення урожаю // Вісник аграрної науки Причорномор’я. – Миколаїв, 2001. – Вип. 3. – С. 84-89.

4. Річні звіти ПАФ «Дружба», Черняхівського району, Житомирської області.

СЕКЦІЯ 6 ТЕНДЕНЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТА ГАЛУЗЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ТОВ «НПК» М. ЖИТОМИР

Л.А. Гаєвська, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова., к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Ефективність використання наявних ресурсів підприємств є основою їх платоспроможності та фінансової стійкості в умовах ринку. Оптимізація структури капіталу сприяє підвищенню рентабельності кампаній, зниженню ризикованості діяльності, що визначає актуальність досліджень.

Значний внесок у вивчення питань сутності капіталу, оптимізації його структури та впливу на результати діяльності підприємств внеси такі вітчизняні та зарубіжні вчені як Дж. Зечнер, І. Лук'яненко, К. Маркс, А. Маршал, Т. Оплер, Д. Рікардо, У. Петі, П. Самульсон, А. Сміт, С. Тітман, Е. Фам, І. Фішер, К. Френч, Р. Хенкель, Д Хикс, А. Ховакиміан, І. Школьник та інші. Динамічний розвиток суспільних відносин, потреба структуризації та оптимізації наявного капіталу, галузеві особливості формування найкращої структури капіталу підприємства, можливості економіко-математичного моделювання структури капіталу та залучення інструментів щодо його оптимального використання потребує подальших досліджень у цій сфері.

Основний матеріал. Зміщення пріоритетів управління на користь централізованого планування створює жорсткі умови господарювання й обмежує можливості ефективного управління ресурсами підприємств. Використання капіталу підприємств відповідно до його ознак як економічної категорії передбачає управління джерелами доходів, ліквідних активів (в тому числі об'єктами купівлі-продажу, виробничими та інвестиційними ресурсами), носіями ризику, засобами нагромадження, об'єктами власності та тимчасового уподобання тощо [1–6]. Оцінка характеру та часу фінансування капіталу, відповідальності кредиторів, компенсації можливих збитків, аналіз кредитоспроможності, ризику, незалежності, розподілу доходів та активів дозволяє формувати довгострокову стратегію розвитку підприємств в умовах невизначеності та ризику [7–14]. Оптимізація структури капіталу має забезпечувати мінімізацію ризиків та середньої вартості залучених ресурсів, а також максимізацію прибутковості діяльності компанії як в поточному періоді, .так і на перспективу за рахунок здійснення інвестицій та ефективного використання наявних активів.

Оцінку ефективності використання капіталу проводили на прикладі ТОВ «НПК», яке спеціалізується на виготовленні меблів, столярних виробів та будівельних конструкцій з деревини. Товариство має три виробничі цехи. В структурі товарної продукції переважають побутові корпусні меблі (55 % з тенденцією до зростання), двері, вікна та дверні блоки (12 % з тенденцією до скорочення). Для виробництва підприємство переважно використовує вітчизняні та імпортовані екологічно чисті матеріали (масиви різних порід деревини, ламіноване ДСП, протиударний пластик PVC, кольорове скло та оздоблювальні матеріали). Основними каналами реалізації продукції є мережа гіпермаркетів Епіцентр та продаж на замовлення. Цінова політика на основі визначення середньої ринкової ціни, широкий асортимент продукції, гнучкість технологічних процесів дозоляють досягати конкурентоспроможності, що дозволило збільшити чистий дохід ТОВ «НПК» на 47 % протягом 2014–2016 рр. при цьому собівартість продукції зросла на 54 %, середньорічна вартість необоротних активів – на 16 %, середньорічна

вартість оборотних активів – на 3,5 %, середньооблікова чисельність працівників – на 2 особи, продуктивність праці – на 45 %, чистий прибуток скоротився – на 19 %, рентабельність підприємства знизилась – на 1,3 %.

Основу доходів підприємства складають доходи від реалізації продукції (96 %). В структурі операційних витрат визначальна частка належить матеріальним витратам (34 %) та витратам на оплату праці (36 %). Оцінка показників ліквідності засвідчує перевищення нормативних показників. Аналогічною є ситуація щодо оцінки фінансової стійкості (фінансова стійкість ТОВ «НПК» є в межах нормативних значень з відповідною тенденцією щодо поліпшення ситуації). Рентабельність активів товариства становить 4,5 %.

У структурі капіталу основна частка належить власному капіталу (77 % з тенденцією до зниження). Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості становить 5,55, що є позитивним з позиції використання тимчасово залучених ресурсів. Коефіцієнт окупності власного капіталу становить 4,2 % з тенденцією до зростання, що позитивно позначається на діяльності товариства. Водночас, з метою покращення фінансового стану та управління зобов'язаннями доцільним є удосконалення структури капіталу за рахунок збільшення частки залучених ресурсів.

Розрахунок ефекту лі вереджу дозволив визначити ставку відсотку за кредит ТОВ «НПК» в національній валюті для реалізації інвестиційного проекту, а також оцінки доцільності залучення іноземних інвестицій під заставу. Встановлено, що залучення кредитних ресурсів для товариства є збитковим, тоді як залучення іноземних інвестицій дозволяє підвищити рентабельність власного капіталу до 8,5 % за умови доведення частки залученого капіталу до 40 % за процентної ставки 6,5 %, .а очікувану суму прибутку – до 3,1 млн. грн. Залучення іноземних інвестицій спрямовуватиметься на удосконалення асортименту продукції на користь виробництва будівельних матеріалів, попит на які зростає. При цьому ефект фінансового левериджу, пов'язаний з підвищенням дохідності власного капіталу становитиме 0,4 %. В силу того, що середній рівень дохідності нижчий за середню ставку залучення ресурсів, ефективність фінансування можлива за умови, коли дохідність активів вища за ринкову відсоткову ставку на кредиті ресурси.

Висновки та пропозиції. Використання наявного капіталу в умовах ТОВ «НПК» є ефективним за рахунок оптимізації співвідношення власних та залучених ресурсів. Удосконалення структури капіталу за рахунок залучення іноземних інвестицій є доцільним до певної межі, що визначена середнім рівнем доходності залучення ресурсів. Ефективність додаткового фінансування можлива лише за умови, коли дохідність активів вища за ринкову відсоткову ставку на кредиті ресурси, що спостерігається за обмежених умов кон'юнктури ринку.

Список використаної літератури:

1. Плотнікова М.Ф. Інформація як об'єкт управління інвестиційною діяльністю підприємств / МФ. Плотнікова // Культура народов Причерноморья. – 2012. – №234. – С. 104–106.

2. Плотнікова М.Ф. Економіко-математичне моделювання інноваційної діяльності підприємств / МФ. Плотнікова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: Випуск 31: У двох частинах . М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Черкас. держ. технолог. Ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2012. – Ч.1. – С. 62–66.

3. Плотнікова М.Ф. Інформаційне забезпечення інвестиційної діяльності / М.Ф. Плотнікова // Розвиток бухгалтерського обліку, контролю та аналізу у сучасних концепціях управління [текст]: Міжнар. наук.-прак. конф., 2012 р., 1-3 черв., м. Судак: [матеріали]. – Сімферополь: ДІАЙПІ, 2012. – С. 250–251.

4. Плотнікова М.Ф. Інвестиційно-інноваційні основи формування національного багатства та суспільного розвитку / М.Ф. Плотнікова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 1(10). – Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 212–223.

5. Плотнікова М.Ф. Інноваційно-інвестиційна практика сільського розвитку як стійкої суспільно-економічної системи / М.Ф. Плотнікова // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2016. – № 1. – С. 37–44.

6. Скидан О.В. Методичні рекомендації щодо змісту і організації практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інвестиційний менеджмент» для студентів галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» спеціальності «Менеджмент ЗЕД» ОКР «Спеціаліст» та ОКР «Магістр» / О.В. Скидан, М.Ф. Плотнікова, О.Г. Булуй, О.Ф. Присяжнюк. – Житомир: ЖНАЕУ, 2013. – 133 с.

7. Скидан О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств: навч. посіб. / [О. В. Скидан, Л. М. Левківська, Т. В. Швець, О.Г. Булуй, М.А. Мартинюк, М.Ф. Плотнікова]; за заг. ред. д. е. н. О. В. Скидана. – Житомир: Вид-во «Житомирський національний університет», 2014. – 348 с.

8. Плотнікова М.Ф. Аналіз галузевої інвестиційної привабливості / М.Ф. Плотнікова // Тези доповідей V Міжнар. наук.-теор. конф.; відп. ред. З.В. Гуцайлюк. – Тернопіль, 2007. – С. 279–281.

9. Плотнікова М.Ф. Інформаційне забезпечення інвестиційної діяльності / М.Ф. Плотнікова // Розвиток бухгалтерського обліку, контролю та аналізу у сучасних концепціях управління [текст]: Міжнар. наук.-прак. конф., 2012 р., 1-3 черв., м. Судак: [матеріали]. – Сімферополь: ДІАЙПІ, 2012. – С. 250–251.

10. Плотнікова М.Ф. Моделювання як метод управління інвестиційними процесами / М.Ф. Плотнікова // Теорія і практика сучасної економіки. Матеріали XIII міжнар. наук.-практ. конф.: Черкаси, 10 листопада 2012 р. / Відп. ред. Хомяков В.І., Пасічник Ю.В. – Черкаси: ЧДТУ, 2012. – С. 235–236.

11. Загорівська Т.П. Екологічна освіта як основа інвестицій у людський капітал та мотивація праці / Т.П. Загорівська, М.Ф. Плотнікова // Наука, Молодь, Екологія – 2012 (Актуальні проблеми екологічної освіти та виховання: теорія, практика, перспективи): зб. матеріалів наук.-практ. конф. (14-16 листопада 2012 року, м. Житомир). – Житомир: Вид-во Поліграфія 3х15, 2012. – С. 146–148.

12. Кільніцька О.С. Інвестиційна привабливість інформаційних систем / О.С. Кільніцька, М.Ф. Плотнікова // Інформаційно-психологічні аспекти кіберсоцфалізації людини. Збірник доповідей наукового семінару 24 квітня 2013 року. – Житомир: ЖВІ НАУ, 2013. – С. 41–42.

13. Ходаківський Є.І. Інвестиційна привабливість виробництва аграрної продукції / Є.І. Ходаківський, М.Ф. Плотнікова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. Випуск 33: у трьох частинах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технолог. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2013. – Частина III. – С. 21–26.

14. Присяжнюк О.Ф. Управление инвестиционной привлекательностью аграрного сектора / О.Ф. Присяжнюк, М.Ф. Плотникова // Культура народов Причерноморья. – 2013. – №256. – С. 154–157.

ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПАТ «НОВОГРАД-ВОЛИНСЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД»

О.Л. Оргіш, магістрант
науковий керівник:
М.Ф. Плотнікова к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Базовим чинником розвитку як суспільно-економічного сектору в цілому, так і окремих суб'єктів господарювання, зокрема, є інвестиційна діяльність, в тому числі спрямована на реалізацію інвестиційних проектів як механізмів довгострокового забезпечення соціально-економічних ефектів. Вимога щодо удосконалення методики та інструментів оцінювання ефективності планів відповідно до тенденцій глобалізації економіки і децентралізації управління на місцях формує передумови оптимізації документаційного забезпечення проектної діяльності та посилення відповідальності учасників процесу щодо прийнятих ними рішень.

Окремі аспекти управління інвестиційною діяльністю як об'єктом досліджень вивчаються такими вітчизняними та зарубіжними вченими як Г. Барман, І. Бланк, В. Вітлінський, В. Гамільтон, В. Геєць, Дж. Мітчел, Н. Ордуей, П. Орлова, В. Першин, С. Петренко, Д. Рябих, М. Скромнюк, С. Супрун, Д. Фрідман та інші. Однак, недостатньо вивченими є прикладні засади управління інвестиційною діяльністю окремих суб'єктів господарювання в умовах ринкових трансформацій.

Основний матеріал. Формування економічних відносин неможливе без активізації інвестиційних проектів як складових системи поліпшення якості управління інвестиційними проектами на рівні підприємств, установ та організацій, підвищення їх підприємницької активності на регіональному рівні з урахуванням політичних, соціально-економічних, техніко-технологічних та екологічних чинників. Повнота і аргументованість інвестиційного проекту дозволяють посилити інформаційну наповненість управлінських рішень, свідчать про високий рівень кваліфікації керівного складу персоналу та їх ділові якості [1–6]. Розробка інвестиційного проекту на основі аналізу та прогнозування роботи підприємства та подальше представлення управлінського рішення щодо удосконалення його діяльності у простій, стислій, перевіреній за інформацією та конкретністю тверджень формі посилює фінансову та економічну стійкість компанії [7–14].

Визначення засад формування стратегії розвитку проводили на основі досвіду господарювання ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод». Вказане підприємство нараховує більш ніж піввіковою історію, досвід роботи як в умовах планової економіки, так і за ринкових засад підвищення конкурентоспроможності. Завод має хлібобулочний та булочний цехи, а також дочірнє підприємство «Торговий дім ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод». Враховуючи щоденний характер споживання продукції, постійно обновлюваний асортимент та ефективну стратегію розширення ринків збуту обсяг виробництва продукції протягом 2014–2016 рр. зріс на 18 % або майже на 200 тонн. В структурі виробництва переважають хлібобулочні вироби (94 % загального обсягу виробництва), зростає кількість упакованої продукції (на 2 % щорічно). Щорічне зростання фонду оплати праці на 19 % супроводжується скороченням чисельності персоналу (на 1–2 особи) за рахунок підвищення продуктивності праці (на 19 %) та суб'єктивних причин працівників, що сприяло збільшенню виробництва товарної продукції в розрахунку на одного працюючого на 69 %. За рахунок низького рівня оновлення основних засобів коефіцієнт їх зносу зріс з 49 % у 2014 р до 54 % у 2016 р.

В структурі операційних витрат ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» переважають матеріальні витрати (62 %, маючи тенденцію до зростання) та витрати на

оплату праці (24 %,маючи тенденцію до зниження). Більш висок темпи зростання виробничих витрат (на 22 %) порівняно з темпами зростання цін на продукцію підприємств стали причиною скорочення рівня прибутку в розрахунку на одного працюючого протягом 2014–2016 рр. вдвічі, тоді як чистий дохід від реалізації продукції зріс на 18 %. У структурі витрат переважають собівартість реалізованої продукції (70 %) та витрати на збут (19 %).

Інвестиційна привабливість підприємства зумовлена стабільним становище на ринку, наявним фінансовим станом, достатньою кількістю основних та оборотних засобів, залучених, головним чином за рахунок власних коштів (нерозподілений прибуток) та низькою часткою поточних зобов'язань, що зумовлює високий рівень платоспроможності підприємства, а високий попит на продукцію – формує засади її ліквідності та фінансової стійкості. Загальний рівень рентабельності власного капіталу підприємства – у 2016 р. становив 10 %.

Основними конкурентами ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» є ТОВ «Бердичівський хлібозавод», ПАТ «Коростенський хлібозавод» та ТОВ «Золотий каравай». Спостерігається експансія ринку хлібобулочних виробів Житомирської області збоку виробників з інших регіонів, зокрема Львівської, Рівненської та Київської областей, що посилюють рівень галузевої конкуренції в регіоні [6, с. 44]. SWOT-аналіз діяльності ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» засвідчив необхідність виходу на нові ринки з одночасної домовленості з постачальниками й сертифікації товарів; врахування таких чинників к поява нових конкурентів, скорочення доходів споживачів, розширення смакових та споживчих потреб покупців. Таким чином, стратегія розвитку підприємства передбачає створення маркетингової служби та оптимізацію розподілу функцій між працівниками. Прискорення обіговості запасів, розширення частки на ринку, більш повне використання наявних ресурсів підвищення продуктивності праці та технологічне оновлення обладнання дозволить посилити стратегічні переваги підприємства.

Побудована матриця БКГ «зростання, конкурентоспроможність, частка продукції» засвідчили, що в асортименті ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» найвищу конкурентоспроможність й темпи зростання продукції має хліб «Обідній» подовий нарізаний, водночас, саме для нього характерні найвищий рівень витрат в розрахунку на одиницю продукції, тоді як хліб пшеничний вищого ґатунку, батон «Новоградський», батон «Новоградський» нарізаний маю значно нижчий рівень витрат за порівняно незначного скорочення темпів росту продукції та її конкурентоспроможності. Оптимізація структури товарної продукції на користь виробництва батонів та хлібу пшеничного вищого ґатунку дозволить знизити виробничі витрати в розрахунку на одну умовну тону готових виробів. Тому асортиментна політика підприємства передбачає стратегію розвитку на основі диференціації, досягнення конкурентної переваги, диверсифікації та постійного впровадження інновацій як в технологічні процеси.

Висновки та пропозиції. Прискорення обіговості запасів, розширення частки на ринку, більш повне використання наявних ресурсів підвищення продуктивності праці та технологічне оновлення обладнання дозволить посилити стратегічні переваги підприємства, що характеризує консервативну стратегію розвитку ПАТ «Новоград-Волинський хлібозавод». Оптимізація структури товарної продукції на основі диференціації, досягнення конкурентної переваги, диверсифікації та постійного впровадження інновацій як в технологічні процеси дозволить знизити виробничі витрати і сформувати основу стратегії розвитку.

Список використаної літератури:

1. Плотнікова М.Ф. Особливості структуризації в хлібопродуктовому підкомплексі / М.Ф. Плотнікова // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 209. – С. 404-413.

2. Плотнікова М.Ф. Структуризація підприємств хлібопродуктового підкомплексу / М.Ф. Плотнікова // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 210. – С. 690–696.

3. Плотнікова М.Ф. Структуризація підприємств хлібопродуктового підкомплексу в контексті глобалізації економічних процесів / М.Ф. Плотнікова // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2006. – Вип. 213. – С. 646–651.

4. Плотнікова М.Ф. Структуризація як чинник сталого розвитку хлібопродуктового підкомплексу АПК / М.Ф. Плотнікова // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2006. – № 2. – С. 248–253.

5. Плотнікова М.Ф. Реструктуризація підприємств хлібопродуктового підкомплексу як чинник підвищення їх конкурентоспроможності / М.Ф. Плотнікова // Науковий вісник Національного аграрного університету. – К., 2007. – Вип. 110. – Ч. 2. – С. 266–269.

6. Мосейчук В.В. Стратегічні орієнтації підприємств хлібопекарської промисловості / В.В. Мосейчук М.Ф. Плотнікова // Економіка АПК. – 2007. – № 12. – С. 42–48.

7. Плотнікова М.Ф. Складові конкурентоспроможності вітчизняних підприємств хлібопродуктової сфери/ М.Ф. Плотнікова // Збірник наукових праць. Випуск 17 / За ред. д. с.-г. наук, професора, академіка АН ВШ України М.І. Бахмата. — Кам'янець-Подільський, 2009. – С. 204–208.

8. Плотнікова М.Ф. Організаційно-економічний механізм становлення хлібопродуктового під комплексу / М.Ф. Плотнікова // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: у 2 ч. – Ч. 1. – К.: КНЕУ, 2012. – С. 256–265.

9. Плотнікова М.Ф. Інвестиційний менеджмент хлібопродуктового під комплексу / М.Ф. Плотнікова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – №4. – Т.1. – С. 144–148.

10. Плотнікова М.Ф. Корпоратизація хлібопродуктового підкомплексу як основа його реструктуризації / М.Ф. Плотнікова // Актуальні проблеми розвитку регіональних АПК: матеріали Міжнар. наук.-прак. конф. (26-27 травня 2011 р.) / Відп. Ред.. Т.В. Божидарнік. – Луцьк: РВВ Луцького національного технічного університету, 2011. – С. 203–204.

11. Плотнікова М.Ф. Структуризація як елемент системи менеджменту хлібопродуктового підкомпдексу / М.Ф. Плотнікова // Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: зб. матеріалів (Міжнар. наук.-прак. конф. до 20-річчя кафедри менеджменту) [2-3 лютого 2012 р., м. Київ]. – К.: КНЕУ, 2012. – С. 80–83.

12. Плотнікова М.Ф. Економічний механізм управління хлібопродуктовим підкомплексом / М.Ф. Плотнікова // Формування стратегії розвитку аграрного сектору регіону: матеріали восьомої міжфакультетської наук.-практ. конф. молодих вчених, 26 квітня 2012 р. – Житомир: вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2012. – С. 82–85.

13. Скидан О.В. Методичні рекомендації щодо змісту і організації практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Інвестиційний менеджмент» для студентів галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» спеціальності «Менеджмент ЗЕД» ОКР «Спеціаліст» та ОКР «Магістр» / О.В. Скидан, М.Ф. Плотнікова, О.Г. Булуй, О.Ф. Присяжнюк. – Житомир: ЖНАЕУ, 2013. – 133 с.

14. Скидан О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств: навч. посіб. / [О. В. Скидан, Л. М. Левківська, Т. В. Швець, О.Г. Булуй, М.А. Мартинюк, М.Ф. Плотнікова]; за заг. ред. д. е. н. О. В. Скидана. – Житомир: Вид-во «Житомирський національний університет», 2014. – 348 с.

ІНВЕСТУВАННЯ ПРИРОДООХОРОННИХ ПРОЕКТІВ

В. О. Ішкільдін, студент
науковий керівник:
А. В. Кучер, кандидат педагогічних наук, докторант,
член-кореспондент Академії економічних наук України

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Останнім часом Україна зіштовхнулася з проблемою нарощення обсягу інвестиційного забезпечення природоохоронної діяльності у зв'язку з посиленням техногенного впливу на довкілля, тим більше що термін експлуатації більшості об'єктів природоохоронної інфраструктури вже вичерпано, а це призводить до зниження ефективності охорони довкілля від надмірних викидів і скидів шкідливих речовин.

Проблеми управління інвестиційно-інноваційними проектами та фінансування природоохоронних проектів досліджують такі вчені, як В. Голян [1], Л. Кучер [2], О. Присяжнюк, М. Плотнікова [3] та ін**.** Збільшення інвестиційного забезпечення пов'язане із пропорційним зростанням розвитку української промисловості як основного забруднювача навколишнього природного середовища. Однак все одно питома вага капітальних інвестицій на охорону довкілля є незначною в порівнянні з іншими сферами. Нажаль, фінансування природоохоронних проектів мало цікавить суб'єктів підприємницької діяльності, а власних доходів місцевих бюджетів недостатньо для повноцінного їхнього фінансування [1].

Основний матеріал. Якщо проаналізувати вкладення капітальних інвестицій за 2010-2016 рр. на охорону та збереження навколишнього природного середовища, то були наявні підвищення та спад вкладень. Так, з 2010 до 2012 рр. включно (повільне) та з 2014 до 2016 рр. (стрімке) в Україні було зафіксовано підвищення капітальних вкладень, що зумовлюється макроекономічною стабілізацією, а спад інвестиційного забезпечення у 2013 р. пов'язаний із наростанням кризових явищ в економіці України (рис. 1).

Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій та поточних витрат на охорону навколишнього природного середовища та їх частка за рахунок коштів держбюджету в Україні за 2010-2016 рр.*(розраховано за даними Державної служби статистики України [4])*

Так, з 2010 до 2012 рр. включно капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону довкілля становили відповідно: у 2010 р. – 13128,0 млн грн, у тому числі за

рахунок коштів державного бюджету здійснено 8,7 % капітальних інвестицій і 2,7 % поточних витрат; у 2011 р. – 18490,7 млн грн, у тому числі 4,4 % та 2,6 % відповідно за рахунок бюджетних коштів; у 2012 р. – 20514,0 млн грн, зокрема 1,4 % та 2,5 % за рахунок коштів державного бюджету [4]. Тобто зростання капітальних вкладень можна пов'язати із відносно стабільною економічною діяльністю.

За 2013 р. дещо зменшилася сума капітальних інвестицій на охорону довкілля, зокрема знизилася частка коштів з держбюджету, хоча питома вага поточних витрат збільшилася на 0,1 %. Відповідно загальна сума капітальних інвестицій та поточних витрат становила 20377,8 млн грн, питома вага капітальних інвестицій та поточних витрат за рахунок держбюджету дорівнювала відповідно 1,3 % та 2,6 % [4]. Такі зміни пов'язані із тим, що виникла економіко-політична криза, розпочався озброєний конфлікт і більшість коштів з держбюджету було спрямовано на інші напрями й потреби.

Щодо 2014-2016 рр., то помітно збільшилася сума капіталовкладень на охорону довкілля: у 2014 р. – 21925,6 млн грн, у 2015 р. – 24591,1 млн грн та у 2016 р. становила 32488,7 млн грн [4]. Таке збільшення показників пов'язане із більш-менш стабільною макроекономікою та політичною діяльністю державної влади. Частка капітальних вкладень з держбюджету змінювалась: у 2014 р. зменшилась на 0,8 % і становила 0,5 %, а у 2015 р. стрімко підвищилась на 3,6 % і становила 4,1 %, проте у 2016 р. на 1,3 % знову зменшилась і дорівнювала 2,8 % [2]. Це пов'язано, напевно, із зменшенням зацікавленості державної влади у фінансуванні природоохоронних проектів, оскільки більшу частку фінансували підприємці. Частка поточних витрат за 2014 та 2015 рр. знову почала зменшуватися, проте у 2016 р. різко збільшилась: у 2014 р. зменшилася на 0,6 % і становила 2,0 % та у 2015 р. – на 0,2 % і становила 1,8 %, тоді як у 2016 р. збільшилась на 1,1 % і становила 2,9 % [4]. Збільшення частки поточних витрат у 2016 р. пов'язане із тим, що більшість об'єктів природоохоронного значення є застарілими й для ефективнішого їх використання потрібно більше вкладань.

Висновки та пропозиції.Таким чином, за останні роки в економіці України збільшився обсяг інвестицій у сферу охорони навколишнього природного середовища, проте в порівнянні з іншими сферами економічної діяльності вона займає незначне місце. Основними ж сферами інвестицій є промислова, торгівельна, будівельна, енергетична, телекомунікаційна й інші. На це могли вплинути кризові явища, недосконала політика держави в цій сфері, дестабілізація політичної влади й інші фактори. Нині основою інвестицій у природоохоронні проекти є підприємці, а сума коштів із держбюджету з кожним роком зменшується. Виходом із цієї ситуації може бути ефективне використання наявних коштів; створення нового механізму фінансування природоохоронної сфери; формування стимулів, які зроблять вигідним інвестування в природоохоронні проекти.

Список використаних джерел:

1. Голян В. Фінансування природоохоронних проектів : аналіз основних тенденцій [Електронний ресурс] / В. Голян // Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». – Режим доступу : http://ecos.kiev.ua/news/view/369.

2. Кучер Л.Упровадження інвестиційно-інноваційних проектів в агробізнесі [Електронний ресурс] / Л. Кучер // AgriculturalandResourceEconomics : InternationalScientificE-Journal. – 2017. – Vol. 3. – No. 2. – P. 88–108. – Modeofaccess : www.are-journal.com.

3. Присяжнюк О. Удосконалення моделі управління аграрними проектами[Електронний ресурс] / О. Присяжнюк, М. Плотнікова // AgriculturalandResourceEconomics : InternationalScientificE-Journal. – 2017. – Vol. 3. – No. 1. – P. 164–172. – Modeofaccess : www.are-journal.com.

4. Державна служба статистики України. Статистичні щорічники України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

МЕХАНІЗМИ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ

Ю.В. Острогляд, магістрант
науковий керівник:
А. М. Зелінська, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. В сучасному глобалізованому світі ставляться все нові і нові вимоги до успішного управлінця. Він має швидко відстежувати зміни та вміти до них пристосовуватися, правильно ставити пріоритети та мислити на перспективу.

Україна зараз проходить період активних змін, тому перед державним управлінцем ставиться ще більше завдань. Децентралізація управління виступає однією із ключових реформ, які проводяться в Україні упродовж кількох останніх років. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні визначає напрями, механізми і строки формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад [1].

Основний напрям реформи передбачає формування локальних «центрів відповідальності» для впорядкування суспільного життя та забезпечення територіального економічного розвитку. При цьому в регіонах має відбутися розмежування повноважень державного управління та місцевого самоврядування, що має бути забезпечено відповідним зміцненням самоврядування щодо самостійності у прийнятті рішень та їх реалізації, в першу чергу на базовому рівні – рівні об’єднаних громад.

В цьому контексті надзвичайно важливу роль відіграє вміння приймати ефективні рішення. Адже перед керівником щодня постає завдання приймати у рішення у будь-яких сферах його діяльності, і саме ефективність рішень є запорукою успішного управління.

Основний матеріал. У сучасному управлінні прийняття управлінських рішень розглядається як суттєва частина управлінського процесу з послідовними етапами виявлення та діагностування проблемних ситуацій, розробкою альтернатив та вибором однієї з них, що найбільше задовольняє виходу з ситуації, що склалася [2, с. 10].

Питання прийняття управлінських рішень є предметом для теоретичних розвідок багатьох фахівців у сфері науки державного управління, зокрема тих, хто аналізує технології державноуправлінської діяльності. У деяких публікаціях здійснено спробу з‘ясувати зміст процедури прийняття управлінських рішень: В. Авер’янов, Г. Атаманчук, В. Бакуменко, Я. Берсуцкий, А. Васильєва, С. Гук, В. Козбаненко, А Крупник, А. Мельник, С. Мосов, Н. Нижник, Е. Саак, В. Тюшняков Н. Чумаченко та інші [3, с. 98]. Прийняття рішень розглядається сучасною наукою управління як одна з основних управлінських функцій, що має пов’язуючий характер стосовно інших основних управлінських функцій, зокрема планування, організації, мотивації та контролю.

Процес прийняття управлінських рішень в системі управління територіальними громадами є найбільш складним і відповідальним, тому що в результаті його реалізації необхідно досягти бажаного ефекту взаємодії громадянського суспільства та владних структур, що дозволяє рухатися по шляху поступального розвитку економіки і держави в цілому. Цей ефект не завжди видно відразу і в повній мірі, у відмінності від прийняття управлінських рішень в рамках адміністрування бізнес-структур, де економічний ефект як правило, повинен бути отриманий швидко і обчислюватися в конкретній сумі.

Процес підготовки і прийняття управлінського рішення ґрунтується на відповідних принципах, здійснення яких забезпечує досягнення поставлених цілей. Серед цих принципів варто відзначити комплексність, відкриту дискусію, визначені часові показники, урахування тенденцій до змін як у середині держави, так і за її межами.

Якісне рішення – це таке, що забезпечує прийнятний (розумний, раціональний) компроміс як з точки зору досягнутих результатів, так і з точки зору витрат ресурсів [4, с. 216].

Передусім, якість управлінського рішення тісно пов'язана з правильністю вибору підходу до проблем місцевих органів державної виконавчої влади.

В Україні у системі управління територіальними громадами превалюють чотири фактори, що безпосередньо впливають на ефективність прийняття управлінських рішень.

1. Фактор використання традиційних методів прийняття рішень та експертних досліджень для довгострокового та середньострокового планування соціально-економічних перетворень.

2. Низький рівень інформаційно-технологічного супроводу оперативного та надзвичайного управління, що проявляється у прийнятті управлінських рішень в умовах недостатньої інформованості та прорахунку ситуацій переважно на інтуїтивному рівні; неможливості оптимізації інформаційних потоків і структури обміну даними при розробці та впровадженні інформаційних систем для підтримки управління.

3. Відсутність єдиних міжвідомчих норм, регламентів, форматів інформаційного обміну, низький рівень міжвідомчої узгодженості програм інформатизації, що на практиці означає: недостатній рівень обізнаності про наявність первинної інформації та інформаційних продуктів; складність організації прямого регламентованого доступу до відомчих інформаційних ресурсів; дублювання органами державної влади первинних інформаційних ресурсів тощо.

4. Необхідність послідовного переходу управлінців до обґрунтованого використання в практичній діяльності можливостей сучасних інформаційних, аналітичних та експертних технологій [5, с. 3].

Висновки і пропозиції. Однією з найважливіших умов отримання якісного управлінського рішення є правильне інформаційне забезпечення всього процесу підготовки рішення. Правильність і ефективність прийняття рішення багато в чому визначається якістю економічної, організаційної, соціальної та іншої інформації, а постановка завдання щодо прийняття рішення зумовлює потребу в певній конкретній інформації.

Часто недостатність інформації та знань про децентралізацію спричиняє те, що менеджери змушені приймати управлінські рішення в умовах невизначеності й ризику, причому не тільки через недосконалість господарського механізму й законодавчої бази, а й через відсутність систем інформаційної підтримки управлінських рішень.Інформація повинна відповідати балансу цілей, що ставить управлінська структура, і засобам, якими вона має намір їх досягати. Її якісність і достатність дають змогу державній структурі мати перед собою дієвий план, визначати реальні й точні цілі управлінських впливів.

Умови прийняття рішення (рівень інформаційного забезпечення) впливають на їх особливості, складність і трудомісткість їх напрацювання та реалізацію, створюють можливість використовувати певний набір методів (методик).

Методика прийняття рішення – це заснована на об'єктивних законах управління та організації праці сукупність способів і методів інтелектуальної діяльності при розробці, прийнятті та реалізації управлінських рішень. Розробляючи методику, слід враховувати її відповідність законам мислення, теорії пізнання, логіці, законам та принципам управління. Вона повинна бути універсальною, гнучкою, простою і ясною. Відповідно до цих вимог рекомендується відповідна технологія прийняття рішення керівником [6, с. 24].

Механізм прийняття рішень в системі управління територіальними громадами складний і багатогранний через вплив великої кількості політичних, економічних та

соціальних факторів, тому важливим і актуальним є дослідження умов, при яких ці рішення мають найбільшу ефективність, а також визначення факторів, які негативно впливають на процес їх реалізації.

Список використаної літератури:

1.Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80.

2.Бакуменко В. Д. Публічне адміністрування як процес вироблення, прийняття та виконання управлінських рішень / В. Д. Бакуменко // Наукові розвідки з державного та муніципального управління. – 2015. – Вип. 1. – С. 8-26.

3.Шипілова Л. Прийняття політичних рішень: організаційно-управлінський аспект / Л. Шипілова // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2012. – № 3. – С. 98-104

4.Карагодін О.В. Аналіз теоретичних та методичних засад державної регіональної політики та механізмів її реалізації / О.В. Карагодін // Менеджер: Вісник ДонДУУ – №2(64). – 2013 – С. 214-219.

5. Дєгтяр О.А. Інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у діяльності органів державної влади [Електронний ресурс] / О.А. Дєгтяр // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування : електронне наук.фахове вид. – 2013. − Вип. 3. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2013_3_7.

6.Навчально-методичні матеріали: «Прийняття управлінських рішень» / Уклад: Линьов К.О. – кандидат наук з державного управління, доцент кафедри державного управління та податкової політики, – К.: ДПС України. 2012./

ПРІОРИТЕТНІ ЗАВДАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Т.В. Грабчук, магістрант
науковий керівник:
І.І. Кравчук, д.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин інституційне забезпечення підприємницької діяльності відіграє визначну роль у розвитку вітчизняного товаровиробництва, поглиблення конкуренції, підвищення рівня зайнятості населення. Незважаючи на те, що молокопереробна галузь є однією із стратегічних в агропромисловому комплексі країни, фінансово-економічний стан виробників молочної продукції, має тенденцію до погіршення, що вимагає наполегливого пошуку інструментів, які б сприяли зростанню їх ділової активності. Проблемними аспектами розвитку молокопереробної галузі є невідповідність інституціональної бази, взаємовідносин між інститутами вимогам реального господарського буття, а також слабкість механізмів забезпечення її дієвості. За таких умов нагальним є обгрунтування пріоритетних завдань удосконалення інституційного забезпечення управління розвитком молокопереробної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.Інституціональні засади соціально-економічного розвитку суспільства активно досліджувалися такими зарубіжними вченими, як Т. Веблен, Дж. Бюкенен, Р. Коуз, Д. Норт, Д. Ходжсон, О. Вільямсон, Г. Клейнер, В. Радаєв, О. Шастітко та ін. Серед українських учених, які залучають до економічного аналізу інструменти інституціональної теорії, слід назвати таких учених, як П. Саблук, В. Месель-Веселяк, Б. Пасхавер, А. Гриценко, О. Мороз та ін. Підходи та категорії інституціоналізму використовувались для дослідження різних аспектів функціонування сфери підприємництва такими визнаними вченими, як В. Амбросов, В. Андрійчук, Г. Андрусенко, О. Бородіна, З. Варналій, З. Ватаманюк, О. Власенко, М. Гладій, Б. Данилишин, С. Злупко, О. Стефанишин, Ю. Лопатинський, М. Малік, М. Ільчук, М. Куліш, В. Небрат, В. Попович, О. Шпикуляк, О. Чаусовський та інші. Відзначаючи вагомість проведених досліджень, зауважимо, що опубліковані роботи охоплюють лише певне коло проблем інституціонального розвитку та забезпечення умов підприємницької діяльності. Втім, вирішення проблем щодо удосконалення інституціонального забезпечення управління розвитком молокопереробної галузі потребують проведення окремого дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування практичних рекомендацій щодо удосконалення інституційної складової політики збалансованого розвитку молокопереробної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інституційна структура – це певний упорядкований набір інститутів, які створюють матриці економічної поведінки господарюючих суб’єктів. Поняття«інституційногосередовища»єбільшшироким,ніж «інституційна структура». Інституційне середовище є не просто набором відповідних інститутів, воно визначає основні напрями і швидкість розвитку системи, а також орієнтири, на основі яких відбувається формування і відбір найбільш ефективних економічних і соціальних інститутів [2, с. 26]. Таким чином, від об’єктивної оцінки інституційного середовища, яке визначає напрямок і швидкість інституційних змін, вектор розвитку молокопереробної галузі, залежить від повноти й об’єктивності тих заходів, які можуть бути запропоновані для удосконалення інституційного забезпечення управління даною галуззю.

Інституційне забезпечення управління розвитком молокопереробної галузі є

сукупністю заходів держави щодо формування відповідної інституційної матриці (формальних і неформальних інститутів, а також механізмів примусу), які створять умови для подальшого економічного зростання суб'єктів з виробництва молочної продукції.

Пріоритетні завдання удосконалення інституційного забезпечення управління розвитком молокопереробної галузі можуть бути визначені як такі, що створюють умови для реалізації найважливіших функцій розвитку підприємництва у даній галузі: новаторської, організаційної, господарської, соціальної, особистісної (табл. 1).

Таблиця 1

Пріоритетні завдання удосконалення інституційного забезпечення управління розвитком молокопереробної галузі

Реалізація функцій підприємництва	Зміст
Господарсько-організаційна	Збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності молокопереробної галузі, підвищення рівня їх ділової активності
	Поліпшення ресурсного та матеріально-технічного забезпечення суб'єктів підприємництва молокопереробної галузі
	Підвищення рівня ефективності фінансово-господарської діяльності та посилення мотивації до підприємницької діяльності у молокопереробній галузі
	Активізація інтеграційних та кооперативних процесів між суб'єктами малого підприємництва агропромислового комплексу та іншими секторами економіки
	Зниження трансакційних витрат суб'єктів підприємницької діяльності молокопереробної галузі
	Забезпечення протидії рейдерству та протиправному захопленню майна, активів суб'єктів підприємництва
Новаторська	Збільшення частки інноваційної продукції, випущеної молокопереробними підприємствами
	розбудова інформаційно-консультативної інфраструктури розвитку молокопереробних підприємств
	побудова служби дорадництва з питань економічного зростання суб'єктів з виробництва екологічної та органічної молочної продукції
Соціальна	Зростання кількость торгових одиниць з продажу екологічно безпечної та органічної молочної продукції, доступ до інформації через мережу Internet щодо наявності у продажу такої продукції
Особистісна	Збільшення доходів від підприємницької діяльності у молокопереробній промисловості
	Підвищення привабливості способу життя населення країни

Джерело: власні дослідження.

Висновки та пропозиції.Розробка заходів, орієнтованих на досягнення означених завдань, повинна будуватись на певних засадах розвитку бізнес-середовища. Відтак, посилення стимулів суб'єктів молокопереробної галузі до інвестиційно-інноваційної активності може бути здійснене шляхом встановлення держзамовлення на продукцію інноваційних підприємств, розробки й запровадження механізму скерування частки податкових надходжень від інноваційних підприємств на фінансування розширення виробництва інноваційної молочної продукції [6, с. 173].

Зниження трансакційних витрат суб'єктів молокопереробного бізнесу відбуватиметься внаслідок подолання витрат, пов'язаних з доступом їх до ринків, ресурсів, ринкової інфраструктури, інформації, інвестицій та інновацій. Шляхом до цього є розбудова інфраструктури підприємництва.

Розбудова дієвої інституційної інфраструктури фінансово-ресурсного й інвестиційного забезпечення розвитку молокопереробної галузі може бути забезпечена шляхом створення регіональних і місцевих кластерів інвестиційно-інноваційного характеру, розвитку приватно-державного партнерства, розбудови інформаційного та консалтингового супроводу.

Формування системи ефективної міжгалузевої та міжсекторної кооперації можливе шляхом кластеризації, на основі стимулів для створення локальних інтегрованих економічних систем.

Збільшення частки державних витрат на формування мережі інституцій і програм фінансово-кредитного сприяння розвитку молокопереробної галузі

можливе у формі створення мережі муніципальних бізнес- інкубаторів, венчурних фондів інших суб'єктів фінансово-інвестиційної підтримки, залучення підприємств страхової сфери з метою зниження ризику підприємницької діяльності.

Список використаної літератури:

1. Андрійчук В. Г. Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромисловихкомпаній/В.Г.Андрійчук//ЕкономікаАПК.–2014–№2.
– С. 5.
2. Варналій З. Інституційне забезпечення конкурентного розвитку підприємництва в Україні / З. Варналій, О. Панасюк // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – № 124/125. – 2011. – С. 25 –28.
3. Вільямсон Олівер Е. Економічні інституції капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів / Вільямсон Олівер Е. – К. : АртЕк, 2001. – 472с.
4. Гайдай Т. В. Інституційна спрямованість економічних поглядів М. Х. Бунге / Т. В. Гайдай // Микола Бунге: сучасний дискурс. За ред. В. Д. Базилевича. – 2005. – С.82–97.
5. Гриценко А. А. Институциональная архитектоника: объект, теория, методология: [монография] / Под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. – Донецк : «Каштан», 2005. – 480с.
6. Малік М. Й. Інститути та інституції у розвитку аграрної сфери економіки / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С.169–176.
7. Прутська О. О. Інституціоналізм і проблеми економічної поведінки в перехідній економіці: монографія / О. О. Прутська. – К. : Логос, 2003. – 256 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Б. Б. Леськів, магістрант
науковий керівник:
О. В. Скидан, д. е. н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Підґрунтям підвищення медичної, соціальної та економічної ефективності функціонування системи охорони здоров'я є раціональне впровадження інноваційних технологій лікування, діагностики, профілактики та реабілітації захворювань, вдосконалення менеджменту та професійної підготовки медичних кадрів закладів охорони здоров'я. Інноваційні підходи відіграють вирішальну роль у поступальному розвитку будь-якого сектору економіки, у тому числі й сектору охорони здоров'я. Необхідність придбання і впровадження технологій для підтримки успішного розвитку країн підкреслює Актуальність дослідження обумовлена важливістю реалізації інноваційної моделі розвитку України у сфері охорони здоров'я для оптимізації раціонального використання ресурсів та управління якістю надання медичної допомоги.

Вивченням питань управління закладами охорони здоров'я присвячені праці Ю. Атаманова, Д. Задыхайло, Д. Карамишева, А. Немченко, Р. Панюшин, М. Пономаренко, В. Загорій, В. Огородник, М. Сятиня, А. Бабський, Т. Пономаренко та інші. Водночас недостатньо дослідженими залишаються регіональні та внутрігалузеві аспекти інноваційного розвитку, що визначило вибір теми дослідження.

Основний матеріал. Важливим підґрунтям реалізації інноваційних процесів в сфері охорони здоров'я є розробки комплексного підходу до трансферу технологій у діяльність закладів охорони здоров'я та оцінки ефективності практичних результатів інноваційних моделей, особливо в такому пріоритетному секторі охорони здоров'я, як первинна медико-санітарна допомога (ПМСД), [1]. Це обумовлено тим, що досягнення найбільш високих рівнів результативності, якості та доступності медичного забезпечення для населення значною мірою визначається саме функціонуванням ПМСД, пріоритетний розвиток якої визначено однією з основних стратегій державної політики України у сфері охорони здоров'я та основою сучасної системи медичної допомоги. Співзвучною сучасним світовим тенденціям стала концепція Загальнодержавної програми «Здоров'я-2020: український вимір» на 2012–2020 роки, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 31.10.2011 року №1164-р, на виконання Указу Президента України від 27.04.2011 року № 504/2011 «Про затвердження Національного плану дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава». Завдання програми спрямовано на реалізацію в Україні державної політики у сфері охорони здоров'я стосовно збереження та зміцнення здоров'я населення, профілактики неінфекційних захворювань, мінімізації чинників ризику захворювань та формування сприятливого для здоров'я середовища, створення системи охорони здоров'я, яка відповідає реальним потребам населення з організацією виконання спеціальних заходів щодо медичного забезпечення хворих за окремими найбільш значущими в соціально-економічному та медико-демографічному плані класами хвороб і нозологічними формами, формування культури здоров'я, мотивації населення до здорового способу життя.

У медицині трансляція знань спрямовується на поліпшення здоров'я населення, підвищення ефективності медичних послуг і продуктів та поліпшення системи охорони здоров'я [2]. Ефективним напрямком розвитку медичної галузі є передача знань та розроблених технологій, що вже використовуються, від одного виробника медичних послуг іншому (трансфер технологій), [3], який передбачає перенесення результатів фундаментальних і прикладних досліджень на рівень розробок, виробництва та

комерціалізації нових і поліпшених продуктів, послуг або процесів, що становлять інтелектуальну цінність для захисту інтелектуального продукту дослідників [4]. Під поняттям трансферу технологій частіше мають на увазі інноваційну ідею (продукт або процес), що не освоєна до цього часу в промисловому масштабі ніде у світі. Однак, з точки зору управління впровадженням інновації, важливішим є її територіальний масштаб, тому що для споживача інноваційної технології актуальна не абсолютність нововведення даної конкретної технології на світовому рівні, а її новизна в певному регіоні [1]. Комплексний механізм державного регулювання інноваційних процесів у системі охорони здоров'я передбачає забезпечення суспільного здоров'я на основі поєднання конкретних механізмів та технологій їх застосування, що проілюстровано на прикладі реалізації процесу запровадження інтегрованої структурно-інвестиційної BIP-моделі (Budget Insurance Private) в системі охорони здоров'я (рис.). Створення мережі спеціалізованих галузевих інформаційно-аналітичних центрів сприятиме підвищенню системи якості медичної допомоги та медичного забезпечення та є значним кроком до створення більш демократичної матричної системи управління охороною здоров'я.

Рис. 1. Процес запровадження інтегрованої структурно-інвестиційної BIP-моделі в системі охорони здоров'я

Останніми роками в розвинених країнах світу спостерігається велике зростання кількості нормативних і програмних ініціатив із сприяння дифузії та трансферу медичних інноваційних технологій. Особлива увага приділяється не лише конкретним нормативним заходам для прискорення поширення технології та поглибленню зв'язків між розробниками та користувачами технології, а також створенню й підтримці допоміжних систем та інфраструктур для поширення технології [1]. В Україні ця проблема вивчалась з точки зору реалізації та оцінки ефективності інноваційних проектів у системі охорони здоров'я [5], правових аспектів інновацій [6], державної політики щодо соціальних інновацій у галузі охорони здоров'я, управління якістю вищої медичної освіти, гуманітарних, соціальних та економічних пріоритетів інноваційного розвитку [1]. Тобто основні складові компоненти системної моделі громадсько-орієнтованої ПМСД складають єдину організаційно-функціональну структуру, об'єднану за базовим принципом охорони здоров'я конкретного пацієнта, його родини та місцевої громади із активним залученням всіх необхідних фахівців, закладів та організацій, маючи для цього відповідну підготовку, необхідні матеріально-технічні та кадрові ресурси.

Висновки і пропозиції. Інноваційну діяльність у галузі охорони здоров'я можна розмежувати на: соціально-інноваційну діяльність, пов'язану з організаційною сферою, та інноваційну діяльність, пов'язану з науково-виробничою сферою. Соціально-інноваційна діяльність в організаційній сфері галузі охорони здоров'я, враховуючи її публічний характер, належить до некомерційної діяльності, що пов'язана з синтезуванням нових ідей, розробленням нових теорій і моделей, включаючи проекти, концепції та програми — зосередженими на науково-дослідній діяльності, розробці програмних засобів обробки інформації, вдосконаленні існуючих методів діагностики та лікування й у фармацевтичному секторі — модернізації технологічних процесів, освоєнні нового обладнання, впровадженні нових технологій, а також організаційними проектами — спрямованими на реформування системи управління охоронною здоров'я шляхом створення нових моделей функціонування галузі і відповідної підготовки та перепідготовки кадрів.

Список використаної літератури:

1. Андреева И.Л. Оценка эффективности внедрения достижений медицинской науки в практику здравоохранения / И.Л. Андреева // под ред. В.Ю. Семенова. – М.: «Типография 11-й формат», 2009. – 180 с.

2. Беляков В.К. О проблемах инновационной политики в отечественном здравоохранении и необходимости создания кластеров медицинских инноваций / В.К. Беляков, Д.В. Пивень, Д.П. Антонов // Менеджмент в здравоохранении. – 2008. – №3. – С. 4-11.

3. Биргер Е.В. Информационные и телекоммуникационные технологии в здравоохранении / Е.В. Биргер // М.: Риатекс, 2007. – 193 с.

4. Білинська М.М. Методологія побудови національної системи управління якістю вищої медичної освіти / М.М. Білинська // Управління сучасним містом. – 2002. – №7/9. – С 155-160.

5. Бодак В.М. Проблеми інформаційного супроводження процесів управління розвитком сімейної медицини / В.М. Бодак // Вісник соц. гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2004. – №1. – С. 72-77.

6. Бодак В.М. Шляхи подолання гальмівних чинників у становленні сільської сімейної медицини / В.М. Бодак // Вісник соц. гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2004. – №2. – С. 66-70.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Д.В. Пустовіт, магістрант
науковий керівник:
Т.В. Швець, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми. Суспільна корисність праці виражається у віддачі людського капіталу, в тому числі з позиції розвитку економіки підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності. Стратегічний підхід у забезпеченні ефективності розвитку аграрного сектору визначений рівнем вкладень в людину та інноваційними підходами до забезпечення пріоритетів національного економічного сектору крізь призму становлення людського ресурсу як найбільш активної його частини у системі потенціалу суб'єктів суспільних відносин.

Питання розвитку кадрових відносин. Відображені у працях як вітчизняних. Так і зарубіжних вчених. Зокрема таких як І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, О. Віханський. М. Круглов, А. Градов, Р. Фатхутдінов, М. Володькіна, В. Герасимчук, З. Шершньова та інших. Питання карого потенціалу були предметом досліджень Й. Завадського, О. Богуцького, А. Кочеткової, І. Кравченко тощо. Водночас динамічний характер розвитку ринкового середовища. Специфіка управління персоналом з урахуванням особливостей розвитку аграрного сектору, стану та динаміки ринку праці обумовлює потребу подальших досліджень у цьому напрямі.

Основний матеріал. Окрім високого рівня товарності для оцінку рівня конкурентоспроможності продукції доцільно провести ABC-XYZ аналіз, що дозволить встановити ті види продукції, які забезпечують основні надходження від реалізації продукції та доходи від яких не зазнають суттєвих коливань за періодами. Найбільші надходження підприємство отримує від реалізації молока, хмелю, пшениці, м'яса великої рогатої худоби, цукрових буряків. Незначні надходження забезпечує така продукція як: овес, ячмінь, інша продукція тваринництва, послуги. Найменшу варіацію грошових надходжень за роками спостерігаємо у пшениці, молока, та іншої продукції тваринництва (табл. 1).

Таблиця 1

Результати ABC-XYZаналізу конкурентоспроможності продукції ТОВ «ЕлітАгро»

Вид продукції	Виручка від реалізації продукції у середньому за 2014–2016 рр., тис. грн	Коефіцієнт варіації виручки від реалізації, %	Питома вага виручки від реалізації продукції в загальній вируч.ці підприємства, %	Група	
				ABC	XYZ
Пшениця	483,7	23,6	7,6	A	Y
Жито	186,3	41,8	2,9	B	Z
Гречка	158,7	71,8	2,5	B	Z
Кукурудза на зерно	220,3	47,4	3,5	B	Z
Овес	10,7	68,8	0,2	C	Z
Ячмінь	72,7	134,6	1,1	C	Z
Цукрові буряки	385,3	53,0	6,1	A	Z
Соняшник	200,3	141,4	3,2	B	Z
Хміль	1354,3	84,3	21,4	A	Z
Молоко	2702,3	15,7	42,7	A	Y
М'ясо ВРХ	387,0	32,0	6,1	A	Z
М'ясо свиней	126,3	40,6	2,0	B	Z
Інша продукція	22,0	28,0	0,3	C	Y
Послуги	13,7	58,0	0,2	C	Z

Джерело: розраховано за даними звітності ТОВ «ЕлітАгро».

Можна стверджувати, що товари із групи AX – безумовні лідери, а із групи CZ– кандидати на вилучення з асортименту. Продукцію категорії X варто завжди виробляти у кількості, рівній прогнозованому продажу (AX – дещо більше прогнозованої кількості, а товари категорії Z, зокрема BZ та CZ, часто доцільно реалізовувати за попереднім замовленням (таблиця 2).

Таблиця 2

Класифікація продукції ТОВ «ЕлітАгро»
за їх прибутковістю методом ABC-XYZ аналізу

Групи	Групи		
	A	B	C
X	*Висока прибутковість, регулярність продажів, Високий рівень прогнозованості продажів* –	*Середня прибутковість, регулярність продажів, Високий рівень прогнозованості продажів* –	*Низька прибутковість, регулярність продажів, Високий рівень прогнозованості продажів* –
Y	*Висока прибутковість, періодичність продажів, Середній рівень прогнозованості продажів* **Пшениця, Молоко**	*Середня прибутковість, періодичність продажів, Середній рівень прогнозованості продажів* –	*Низька прибутковість, періодичність продажів, Середній рівень прогнозованості продажів* **Інша продукція тваринництва**
Z	*Висока прибутковість, нерегулярність продажів, Низький рівень прогнозованості продажів* **Цукрові буряки, Хміль, М'ясо ВРХ**	*Середня прибутковість, нерегулярність продажів. Низький рівень прогнозованості продажів* **Жито, Гречка, Кукурудза на зерно, Соняшник, М'ясо свиней**	*Низька прибутковість, нерегулярність продажів, Низький рівень прогнозованості продажів* **Овес, Ячмінь, Послуги**

Джерело: розраховано за даними звітності ТОВ «ЕлітАгро».

Конкурентоспроможність продукції можна визначати і як площа деякого багатокутника, що утворюється шляхом побудови радіальних діаграм на графіку, сторонами яких є величина показників конкурентоспроможності. В мовах проведення радикальних змін в економіці існує гостра необхідність в нових інструментах та методах, здатних допомогти стати підприємствам більш ефективними. Системний підхід до управління розвитком підприємства визначальний вектор спрямовує на досягнення цілей розвитку кадрового потенціалу. Оцінка моделі компетенцій ролі керівника засвідчують потребу диференційованого підходу до управління, посилення ролі міжособистісних відносин, в тому числі в контексті синергетики, інформатизації, соціально-економічної складової, зокрема з позиції раціонального добору на навчання і розстановки кадрів, стимулювання їх ініціативності, в тому числі через прив'язку результатів винагороди за працю до рівня конкурентних переваг, що досягається.

Формування інноваційної стратегії розвитку кадрового потенціалу, в першу чергу, спрямоване на забезпечення мотиваційної складової особистісного зростання, удосконалення організаційної структури підприємства, посилення рівня його інформатизації. Підвищення рівня трудової дисципліни та рівня підприємницьких здібностей працівників сприятиме підвищенню рівня активності останніх та рівня задоволеності працею. Акцент на освітній орієнтації та відповідна соціальна політика спроможні забезпечити відповідний рівень задоволення працівників системами управління та мотивації праці. Зокрема. використання концепції гнучкого графіку для стимулювання продуктивності парці персоналу та запровадження системи контрольованого денного виробітку водіїв та вантажників, а відповідно й диференційованого рівня заробітку працівників (низький – до 95 % від нормативу, середній – в межах нормативу, високий – понад 105 % норми) дозволило підвищити індивідуальний виробіток в умовах ТОВ «ЕлітАгро» на 20–60 %, а запроваджена система

надбавок підвищила рівень вмотивованості колективу підприємства в цілому в середньому на 25 %. Перспективною вбачаємо гуманізацію виробництва як інноваційний фактор стратегічного управління кадровим потенціалом та підвищення конкурентоспроможності продукції. підприємства. Практичне запровадження системи в ТОВ «ЕлітАгро» дозволило підвищити рівень дотримання санітарно-гігієнічних норм колективом, поліпшити працездатність. Право працівника на додаткову відпустку. Крім психофізіологічних поліпшень дозволило отримувати продукцію з вищими якісними характеристиками. А також більш бережливе ставлення до основних засобів.

Висновки і пропозиції. У зв'язку зі стратегічною переорієнтацією підприємства у своїй діяльності мають орієнтуватися на розробку власних довготермінових стратегій управління кадровим потенціалом та їх успішне впровадження. З цією метою в роботі запропонована методика оцінки впливу можливостей та загроз зовнішнього середовища, сильних і слабких сторін та кадрових конкурентних переваг конкретного підприємства на його стратегічний вибір. Використання методики дало можливість визначити тип стратегії управління формуванням та розвитком кадрового потенціалу підприємства.

В умовах ринкової економіки необхідним елементом управління персоналом виступає гнучка система управління персоналом на підприємстві, яка повинна бути сприятливою до змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Це дозволить підприємству сформувати висококваліфікований і мотивований трудовий колектив і, як наслідок, отримати конкурентні переваги на ринку праці. Реалізація цих заходів сприятиме подоланню негативних наслідків фінансово-економічної кризи на ринку праці, що посилить регуляторну роль держави, спрямовану на підтримку трудових ресурсів суспільства з метою збереження трудового потенціалу країни.

Список використаної літератури

1. Василенко В.О. Стратегічне управління кадровим потенціалом. Навч. посіб. / В.О.Василенко, Т.І. Ткаченко. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. [за ред. Василенка В.О.] – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.

2. Пивовар А. М. Перспективи розвитку трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств Житомирської області/ А. М. Пивовар //Економіка АПК. – 2013. – № 11. – С. 78-84. – [Електронний ресурс]. Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/ UJRN/E _apk_ 2013 _11_14

3. Трегобчук В.М. Відтворення та ефективність використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичні аспекти) / Відп. редактор акад. УААН Трегобчук В.М. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2013. – 259 с.

4. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексик. – К.: КНЕУ, 2006. – 316 с.

5. Nitsenko V. Business Model For A Sea Commercial Port As A Way To Reach Sustainable Development Goals / V. Nitsenko, I. Nyenno, I. Kryukova, T. Kalyna, M. Plotnikova // Journal Of Security And Sustainability Issues. – 2017. – Volume 7, Number 1. – P. 155–166 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://doi.org/10. 9770/jssi.2017.6.4(13) (ISSN 2029-7017 print/ISSN 2029-7025on-line

6. Living in harmony: inspring stories from ecovillages / Editor: Dalia Vidickiene. Vilnius: BMK Leidykla, 2013. – 124 p.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДП «ЖИТОМИРСЬКИЙ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНИЙ ЗАВОД» м.ЖИТОМИР

В.Й. Сичевський, магістрант
науковий керівник:
О.М. Овдіюк., к.е.н. доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та останніх досліджень. Розвиток ринкових відносин в Україні призводить до значної переоцінки принципів і модельних характеристик економічного розвитку і викликає необхідність кардинальних змін в підходах до управління підприємством. Орієнтація виробника на потреби споживача, жорстка конкуренція, значний ріст впливу науково-технічного прогресу на всі сфери життя людини визначили основу управління виробничо-збутовою діяльністю, а саме маркетингову діяльність Отже, проведення поточного дослідження є в достатній мірі актуальним.

Вагомий внесок у вирішення проблеми впровадження маркетингу в практику господарюючих суб'єктів внесли Ф. Котлер, Г. Армстронг, І. Ансофф, Є. Дихтль, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Р. Ланкар, М. Мак-Дональд, М. Мескон, М. Портер, В. Прауде, Х. Хершген, Р. Фатхутдінов та інш. Теоретичні аспекти маркетингу з урахуванням українських реалій, особливості маркетингової діяльності організацій різних галузей промисловості, секторів економіки і товарних груп розглядаються в наукових працях таких вітчизняних вчених, як А. Войчак, Л. Балабанова, С .Гаркавенко, В. Герасимчук, Є. Голубков, Н. Куденко, А. Кредисов, А. Павленко, В. Пилипчук, Т. Примак та інших. Проте за ринкових та високо конкурентних умов ведення господарської діяльності вітчизняних горілчаних підприємств є нагально необхідною розробка-адаптованого до сучасних умов механізму удосконалення маркетингової діяльності на українських підприємствах [1, с. 16].

У 1896 році у Волинській губернії для забезпечення населення спиртом і вино-горілчаними виробами було засновано 16 казенних очисних винних складів. Найбільшим за торгівельним обсягом був Житомирський склад. Виробництво на складі почалося в березні 1896 року, а його офіційне відкриття відбулося 1 липня того ж року. Залишаючись єдиним державним підприємством лікеро-горілчаної промисловості, ДП "Житомирський лікеро-горілчаний завод» в останні роки динамічно розвивається і постійно поліпшує свої ринкові позиції. Перш за все, завдяки сучасному менеджменту та модернізації виробництва. В 2007 році підприємство сертифіковане в Міжнародній системі управління якістю підприємства ISO-9001. У 2008-2010 продукція Житомирського лікеро-горілчаного заводу, займала призові місця на престижному всеукраїнському конкурсі "100 кращих товарів України", а в 2011 році горілка особлива "Житомирський Стандарт" стала переможцем цього конкурсу.

Основний матеріал. Сутність маркетингу як управлінської діяльності полягає в тому, що ця діяльність спрямована на орієнтацію виробництва, створення видів продукції, яка відображає вимоги ринку. Під нею розуміють, насамперед, вивчення поточного і перспективного попиту на продукцію на певному ринку і вимог споживачів до таких характеристик товару як якість, новизна, техніко-економічні й естетичні показники, ціна. Мета маркетингу підприємства – забезпечення його рентабельності у визначених часових проміжках. Спрямованість на перспективу, цільова орієнтація і комплексність є найважливішими сторонами маркетингу.

ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» застосовує у своїй діяльності усі елементи маркетингу. Асортимент продукції підприємства нараховує понад 160 виробів.

Продуктові групи характеризуються значною глибиною асортименту.

Підприємство проводить активну марочну і брендингову політику під торговою маркою «Житомирська на бруньках». Частка основних асортиментних груп у прибутку підприємства становить: 47,8% – «Горілки особливі», 39,1% – «Гіркі настоянки», 9,2% – «Горілка», 3,9% – «Лікери».

На підприємстві впроваджено та сертифіковано систему управління якістю продукції на відповідність міжнародному стандарту ISO9001-2000 (№ QSP-0129/07) та на відповідність ДСТУ ISO9001-2001.

Завод проводить активну маркетингову збутову політику. Воно зарекомендувало себе на ринку надійним партнером, створивши широко розгалужену мережу дистриб'юторської та фірмової торгівлі. У структурі збуту продукції ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» 62% припадає на оптову, 28% – на фірмову, 10% – на дрібнооптову торгівлю.

Витрати на маркетингової комунікації ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» у 2011 р. становили 78,4 тис. грн. У 2012 р. відбулося їх скорочення – на 34% (на 26,5 тис. грн), а у 2013 р. – збільшення на 9,0 тис. грн. Найбільш широкий набір комунікаційних заходів був застосований у 2011 р. Понад 45,3% загальних витрат на комунікаційні заходи у цьому році припадало на комерційну пропаганду підприємства. Впродовж досліджуваного періоду зменшувались витрати підприємства на рекламу: з 23,6 тис. грн (2011 р.) до 19,8 тис. грн (2013 р.). Серед засобів реклами від 22% до 38% витрат припадає на друковану та телерекламу.

Залучення ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» до ефективної і системної маркетингової діяльності можливе шляхом розширення служби маркетингу, докорінного оновлення і розширення її функцій та підбору фахівців маркетологів, здатних сприймати і втілювати управлінські новації у практику діяльності підприємства. З метою адаптації системи управління до нестабільних умов господарювання, підвищення ефективності інформаційної підтримки прийняття управлінських маркетингових рішень доцільно впровадити систему контролінгу на підприємстві.

Детермінантами стратегічного розвитку ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» є якість продукції, індивідуалізація способів задоволення потреб споживачів, інноваційна компонента на всіх стадіях процесу розробки, виробництва, доведення до споживача товару і комунікацію з ним, створення колективної конкурентної переваги. Зазначені детермінанти сприятимуть підвищенню швидкості сприйняття ринкових сигналів, їх скоординованого поширення у межах підрозділів підприємства або у системі взаємодіючих підприємств.

У контексті стратегії диференціації особливу увагу слід приділити оптимізації асортиментної політика ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод». Удосконалення продуктового асортименту, маркетингове цінове регулювання забезпечить збільшення обсягу реалізації продукції у грошовому вираженні на 20%. При цьому доходи підприємства зростатимуть більшою мірою, ніж витрати. В результаті чистий прибуток підприємства зросте майже у 2 рази.

З метою удосконалення управління маркетинговою діяльністю ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод» необхідно:

- підвищити комплексність і збалансованість маркетингової діяльності;
- удосконалювати асортиментну політику підприємства;
- впровадити маркетинговий контролінг у діяльність підприємства як інтегровану інформаційно-функціональну систему обґрунтування управлінських рішень в сфері маркетингової діяльності; ,
- розширити кадровий склад служби маркетингу підприємства;
- розробити і впровадити маркетингову програму підприємства на короткостроковий період;

- сформувати систему стратегічного маркетингу, засновану на таких детермінантах як: індивідуалізація, інноваційна компонента на всіх стадіях процесу розробки, виробництва, доведення до споживача товару і комунікацію з ним, створення колективної конкурентної переваги підприємства.

Висновки та пропозиції. Узагальнюючи наведене вище, можна зробити такі висновки. Незважаючи на певну результативність маркетингової діяльності ДП «Житомирський лікеро-горілчаний завод», керівництво недостатньо уваги приділяє використанню механізмів маркетингового управління підприємством. Особливо актуальною для досліджуваного підприємства є розробка цілісної управлінської концепції маркетингово-орієнтованого підходу та пропозиції цільовим сегментам. З цією метою необхідна побудова концептуальних моделей (стратегій) з застосуванням (поєднанням) системного, стратегічного і ситуаційного підходів, прийомів та методик управління каналами збуту, ціноутворенням, організацією просування та удосконаленням продуктового асортименту.

Список використаної літератури:

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч.-метод., посібник для самост. вивч. дисц. / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2014. – 16 с.

2. Грищенко В. Ф. Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу малих підприємств України у сучасних умовах господарювання / Ф. Грищенко, М. С. Чернова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. с.196-197.

3. Організація і планування на підприємстві: Навч. Посіб./ [Семенов Г.А., Станчевський В.К., Панкова М.О., Семенов А.Г.,Гребінець К.М.] – К: Центр навчальної літератури, 2012. – 78 с.

4. Павленко А. Ф. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2013. – 67 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ "БАРВИ ПОЛІССЯ")

Ю.Ю. Куніцька,магістрант
науковий керівник:
О.М. Овдіюк., к.е.н. доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах соціально-орієнтованої ринкової системи господарювання проблема мотивації праці набуває важливого значення. Відсутність належних стимулів до праці, неможливість досягнути поставлених цілей законними методами, нереалізовані мрії про підвищення рівня життя зумовлюють виникнення незадоволення людини своєю роботою та своїм становищем у суспільстві. Нехтування мотиваційним фактором у сфері праці призводить до зниження показників продуктивності праці, якості продукції, трудової дисципліни на кожному конкретному підприємстві і до кризи в господарській системі в цілому.

Розробка і запровадження ефективних мотиваційних механізмів сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. Також, це дозволяє вийти підприємству на економічно новий рівень розвитку і відкриває можливості реалізувати свої можливості на світовому рівні. Та найголовніше, використання ефективного мотиваційного механізму на підприємстві свідчить про уважне і дбайливе ставлення керівництва до власних працівників, а отже, і про піклування про їх матеріальне і соціальне становище.

Проблема мотивації найманих працівників знайшла своє відображення в працях науковців минулого та сучасності. Серед зарубіжних слід відзначити таких дослідників, як М. Альберт, К. Альдерфер, М. Вебер, А. Маслоу. Суттєвий внесок в розробку проблем мотивації трудової діяльності внесли такі вітчизняні вчені: С. Бандур, Д. Богиня, Е. Грішнова, В. Данюк, Е. Лібанова, О. Онікієнко та інші. Однак наразі особливо актуальним залишається питання розробки та впровадження на виробничих підприємствах організаційно-економічного механізму удосконалення мотивації праці..

Метою даного дослідження є визначення основних напрямів покращення трудової мотивації працівників в умовах підприємств, що здійснюють господарську діяльність в аграрному секторі економіки. Об’єктом дослідження виступали соціально-трудові відносини, що впливають на формування ставлення працівників підприємств до праці на підприємствах аграрного сектора України.

Основний матеріал. За результатами дослідження більшість науковців прийшли до спільного висновку про те, що найбільшого розповсюдження та функціонування мають три основні моделі мотивації праці: матеріальна (заробітна плата; доплати; премії; дивіденди), соціально-психологічна (соціальна допомога; путівки; професійне зростання; самореалізації) та комплексна (матеріальне стимулювання; соціально-психологічне стимулювання).

Для покращення регулювання і виплати соціальних норм і гарантій ми пропонуємо запровадити соціальний пакет для працівників підприємства та розробити Положення про соціальний пакет. Це дасть змогу роботодавцю поліпшити умови праці, матеріально-побутове, медичне обслуговування працівників; виділяти більше коштів на додаткові порівняно із законодавством трудові і соціально-побутові пільги для працівників підприємства. До складу соціального пакета включають як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою. Структура соціального пакету представлена на рисунку 1.

Рис. 1. Структура соціального пакету, що пропонується до використання у ТОВ «Барви Полісся»

На початковому етапі вдосконалення соціального захисту в умовах ТОВ «Барви Полісся» доцільним є запровадження Компенсаційного пакету, який охоплює відшкодування особистих витрат, пов'язаних з роботою (на мобільний зв'язок, транспорт, оренду чи придбання житла в іншому місті та ін.). Це інструмент мотивації працівників підприємства, який включає набір компенсацій підприємством витрачених працівником особистих зусиль та винагород, які надаються з метою задоволення працівниками якості трудового життя та підвищення в результаті цього ефективності трудової діяльності .

Забезпечення ефективності внаслідок вдосконалення мотивації праці має гарантуватися наявністю дуалістичної природи цього процесу. Адже цілком логічним є те, що система цінностей і мотивів для кожної людини є різною, тому з метою забезпечення ефективності розроблених заходів і скорочення витрат на проведення процесу вдосконалення мотивації праці доцільним є дотримання індивідуального підходу в процесі розробки мотиваційних механізмів для кожного окремого працівника, реалізація чого передбачає формування таких передумов:

Розробка механізмів удосконалення мотивації праці, з однієї сторони, процес потребує пошуку фінансових джерел, резервів та формалізації організаційно-економічного інструментарію з метою забезпечення його ресурсної підтримки, що носить суто економічний характер, а з іншої – забезпечення ефективності розроблених заходів передбачає своєчасну ідентифікую інтересів і стимулів персоналу, що надає процесу вдосконалення мотивації праці чітко вираженого психологічного характеру.

Висновки та пропозиції. Розробка механізмів удосконалення мотивації праці, з однієї сторони, потребує пошуку фінансових джерел, резервів та формалізації

організаційно-економічного інструментарію з метою забезпечення його ресурсної підтримки, що носить суто економічний характер, а з іншої – забезпечення ефективності розроблених заходів передбачає своєчасну ідентифікую інтересів і стимулів персоналу, що надає процесу вдосконалення мотивації праці чітко вираженого психологічного характеру. За результатами аналізу системи мотивації праці ТОВ «Барви Полісся» було проведено розробку та обґрунтування організаційно-економічного механізму її удосконалення, що представляє собою сукупність принципів, методів, інструментів управління, які використовуються суб'єктами мотивації з метою покращення системи мотивації праці на підприємстві та досягнення індивідуальних і колективних цілей його діяльності.

Отже, шлях до ефективного управління персоналом лежить через розуміння його мотивації. Тільки знаючи що рухає людиною, що спонукає його до дій, які мотиви лежать в основі його поведінки, можна спробувати розробити ефективну систему форм і методів управління людиною. Для цього необхідно знати, як виникають ті чи інші мотиви, як і якими способами мотиви можуть бути приведені в дію, як здійснюється мотивування людей. Крім того, необхідно враховувати, що основними складовими ефективного стимулювання праці є стимулювання працівника. На підприємствах, де люди тісно взаємодіють один з одним, при використанні стимулів повинні враховуватися потреби та їх задоволення, підприємливість та інтереси особистості, характер та спосіб життя. Лише за таких умов стимулювання буде по-справжньому дієвим і особистісно значущим.

Список використаної літератури:

1. Газдюк Н. Мотивація персоналу : теорія, втілена у практику // Бізнес компаньйон. – 2004. – № 4. – с. 18–20;

2. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебн. для вузов / А. П. Егоршин. – [4-е изд., испр.]. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.;

3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підруч. / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.

4. Колот А. М. Оплата праці на підприємстві: організація та удосконалення / А. М. Колот. – К.: Наукова думка, 2007. – 200 с.

5. Самоукина Н. Мотивация персонала как проблема // Управление персоналом. – 2004. – № 7. – с. 62–68.

ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ю. Ю. Фещенко, магістрант
науковий керівник:
І.І. Кравчук, д.е.н, доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах формування сучасного, інтегрованого у світове виробництво, здатного до саморозвитку аграрного сектору України важливим аспектом вбачається ефективне використання інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств. До основних проблем інноваційного розвитку вітчизняних сільськогосподарських підприємств відносяться: нестача фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності, низький рівень інституціонального забезпечення трансферу інновацій і аграрний сектор, відсутність досвіду у керівників із впровадження та координації інновацій у господарську діяльність.

Проблемам управління розвитком підприємств на засадах використання інноваційного потенціалу присвячені дослідження вітчизняних й зарубіжних науковцівІ. Балабанової, Г. Гольдштейна, А.Гринькова, В. Громеки, О. Гудзя, М. Данько, С. Ілляшенко, В. Калишенко, Л. Колосова, О. Красноруцького, О. Кузьміна,Ю. Лупенка, Л. Мартюшева, А. Ніколаєва, А.Олексюк, Е. Пенроуз, М. Портера, А. Перлакі, А. Пригожина, А. Савченко, А. Савчук, Б. Санто, В. Семиноженка, О. Ульянченка, Л. Федулової, О. Шубравської, Й.Шумпетера, І. Яціва. Ними розроблено та обґрунтовано різні механізми інноваційного розвитку підприємств та управління ним, методики оцінки інноваційної діяльності з використанням сучасного програмного інструментарію. *Мета дослідження:* запропонувати та обґрунтувати перспективи формування інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Основний матеріал. Вчені-аналітики намагалися узагальнити точки зору науковців, що розглядаютьінноваційний потенціал як сукупність ресурсів, виділивши три умовні підходи довизначення інноваційного потенціалу:1) ресурсний, відповідно до якого він трактується як сукупність ресурсів(фінансових, матеріально-технічних, трудових, інформаційних інших), необхідних дляздійснення інноваційної діяльності;2) результативний, що асоціює інноваційний потенціал з можливістю ресурсівпідготовлювати і здійснювати в широких масштабах ефективні нововведення в ключовихсферах;3) діагностичний, що позиціонує інноваційний потенціал як міру готовності ресурсів виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої мети, тобто готовність ресурсів до здійснення інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал – це сукупність елементів, необхідних для вирішення певних виробничих проблем, і готовності суб'єкта господарювання до їх вирішення [2, с. 47].

Інноваційна діяльність сільськогосподарських підприємств в основному пов'язана із завершальним етапом інноваційного процесу – освоєнням інновацій. Це передбачає як визначення джерел фінансування освоєння інновацій, так і формування відповідного організаційно-економічного механізму впровадження інновацій товаровиробником. Впровадження розробок у виробництво, або перетворення новацій в інновації,здійснюється за ініціативою суб'єктів підприємницької діяльності з метою досягнення комерційних вигод. Умовою отримання прибутку є конкурентна перевага, а для інноваційного підприємства – монополія новатора.

В Україні значні вкладення в науково-дослідні розробки і модернізацію капіталу в сільському господарстві здійснюються лише обмеженою кількістю великих підприємств. Крім того, поступово знижується рівень впровадження наукових розробок і втрачається потенціал вітчизняної науки у сфері генетичних (насіннєвих і племінних) ресурсів.

Наявний стан інноваційної діяльності в аграрній сфері відображає одночасно декілька проблем: неефективне використання інноваційного потенціалу; відсутність інституційних передумов комерціалізації новацій; нерозробленість організаційних механізмів підтримки державою інноваційної діяльності [1, с. 69; 3, с. 29].

Неефективними є також інструменти фіскальної політики. За допомогою податкових важелів стимулюються перші етапи інноваційного циклу (фундаментальні дослідження, дослідно-конструкторські роботи), а завершальні етапи (що спрямовані саме на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок) залишаються без державної підтримки. За такого підходу зберігається існуючий розрив між наукою і виробництвом, втрачаються державні кошти, пов'язані із субсидуванням НДДКР, оскільки аграрний сектор не отримує очікуваного приросту ефективності.

Не забезпечує коопераційні зв'язки між науковими організаціями, установами освіти і підприємствами чинна в країні система державних наукових і науково-технічних програм, недостатньо залучається галузева наука й агропромислові підприємства. Не знайшли необхідного розвитку мережеві організаційно-економічні структури (кластери, промислово-фінансові групи, холдинги тощо), які сприяли б взаємодії технологічно пов'язаних підприємств, наукових установ, фінансових інститутів на регіональному рівні [3, с. 33].

Розвиток інноваційної інфраструктури обмежується створенням окремих технопарків, інноваційних центрів і бізнес-інкубаторів, які ще вкрай недостатньо сприяють взаємозв'язку науки і малого та середнього підприємництва. Значною проблемою аграрної сфери є відсутність механізмів трансферту інноваційного продукту у виробництво. Кількість інститутів інноваційної інфраструктури в Україні все ще незначна, і більшість з них не здійснює істотного впливу на розвиток інноваційних процесів. Так, платоспроможний попит на послуги інноваційних центрів доволі низький, більшість діючих інноваційних центрів не володіють коштами для фінансової підтримки компаній, які розпочинають свою діяльність, обмежують свою участь у їхньому становленні лише навчально-консультаційними послугами, наявний низький

внутрішній попит на технологічні інновації.

Отже, однією з головних причин низької інноваційної активності вітчизняних аграрних підприємств можна визнати брак фінансових ресурсів. Разом з тим, навіть наявні ресурси у прибуткових підприємств використовуються не завжди ефективно та не спрямовуються в інноваційну діяльність. Останнє можна пов'язати з недостатнім рівнем інвестиційного попиту на інновації у підприємств. Відсутність попиту на інноваційні стратегії означає не що інше, як відсутність мотивації до інновацій з боку власника. Інновації для власника підприємства пов'язані з певними витратами та ризиком і є привабливими тільки тоді, коли сприяють зростанню доходу.

До основних перспектив формування інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств віднесено:

– організаційні (розробка аграрних інноваційних проектів, організація та освоєння
– інвестицій у різні галузі аграрної сфери);
– економічні (інвестування та забезпечення ресурсами аграрного виробництва та допоміжних сфер діяльності);
– інвестиційні (техніко-технологічне забезпечення та дотримання технологічних вимог у аграрній сфері);
– біологічні (покращення якості інвестицій, біологізація процесів їх освоєння);
– соціальні (забезпечення сільськогосподарських підприємств кваліфікованими кадрами);
– наукові (підвищення конкурентоспроможності за умов налагодження співпраці із представниками галузевої науки).

Висновки та пропозиції.

1 Основними проблемами інноваційного розвитку вітчизняних сільськогосподарських є нестача фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності, низький рівень інституціонального забезпечення трансферу інновацій і аграрний сектор, відсутність досвіду у керівників із впровадження та координації інновацій у господарську діяльність.

2 Інноваційна діяльність сільськогосподарських підприємств пов'язана із завершальним етапом інноваційного процесу – освоєнням інновацій, що передбачає визначення джерел фінансування освоєння інновацій та формування відповідного організаційно-економічного механізму їх впровадження інновацій товаровиробником.

3 До основних перспектив формування інноваційного потенціалу сільськогосподарських підприємств віднесено: формування ефективних механізхмів інвестування та забезпечення ресурсами аграрного виробництва та допоміжних сфер діяльності; техніко-технологічне забезпечення та дотримання технологічних вимог у сільськогосподарському виробництві; покращення якості інвестицій; біологізація процесів їх освоєння; забезпечення сільськогосподарських підприємств кваліфікованими кадрами; підвищення конкурентоспроможності за умов налагодження співпраці із представниками галузевої науки.

Список використаної літератури:

1 Дацій О. І. Фінансове забезпечення інновацій в агропромисловому комплексі України / О. І. Дацій // Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку.– 2011.– №1. – С. 65–76.

2 Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч.посібник / Н.В.Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.

3 Шубравська О. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: теоретико-методологічний аспект / О. Шубравська // Економіка України.– 2012.– №1. – С. 27–35.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

А. Ю. Невмержицький, магістрант
науковий керівник:
В. В. Зіновчук, д.е.н., професор
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз основних досліджень.Україна пройшла тяжкий шлях в ході формування своєї економічної системи. На даний момент ми перейшли до ринкової економіки. А як відомо ринкова економіка передбачає собою приділення великої уваги управлінню персоналом.

Ефективне функціонування підприємства в умовах розвитку в Україні ринкової економіки перебуває у прямій залежності від забезпечення високої якості його кадрового потенціалу, відповідності роботи з персоналом сучасним вимогам, постановки цієї діяльності на міцний науковий фундамент з урахуванням тих тенденцій, які сьогодні існують у даній сфері. Управління персоналом – одна з головних функцій будь-якої організації, воно може виявитися тим критичним фактором, що визначає успіх або невдачу організації, професіонал у сфері управління персоналом може стати дійсно лідером майбутнього.

Останнім часом значна увага приділяється управлінню персоналом у реаліях вітчизняної економіки, проте і на сьогодні не сформований загальний підхід до розуміння сутності та природи такого суспільного феномену як управління персоналом. При цьому одні дослідники акцентують свою увагу на організаційній природі управління, а інші за основу своїх суджень беруть змістовну частину, що відображає функціональну сторону управління. Професор М.О. Меньшикова з методичної точки зору розглядає управління персоналом як сукупність механізмів, принципів, форм і методів взаємодії при формуванні, розвитку та діяльності персоналу організації, що реалізується як ряд взаємопов’язаних напрямків та видів діяльності [5]. У цьому відношенні М.О. Меньшикова розглядає управління персоналом як цілісну систему та як процес забезпечення організації необхідними співробітниками певної компетентності, їх мотивації та ефективності як в економічному, так і в соціальному значенні. Із цього слідує, що професор розглядає управління персоналом одночасно як цілісну систему організації, як процес і як структуру. Науковці, зокрема С.В. Бєляєва, О.М. Шкапова, М.Д. Виноградський, сприймають управління персоналом як соціально-економічну систему в організації, основними комплексними завданнями та функціями якої є планування, прогнозування, маркетинг персоналу, його розвиток, аналіз засобів мотивації, створення оптимальних умов праці, розробка організаційної структури управління, регулювання трудових відносин, облік персоналу, надання юридичних послуг та розвиток соціальної інфраструктури [7, с. 129].

Даний науковий погляд на систему управління поділяють О.В. Крушельницька та Д.П. Мельничук, але розглядають управління персоналом як багаторівневу структуру підсистем, що, по суті, відповідають основним комплексним завданням та функціям М.Д. Виноградського. Олена Єфімова у статті «Системний підхід – основа управління діяльністю підприємств» досліджує елементи системності в контексті різних підходів до управління, а саме: логічного, комплексного, функціонального, структурного, директивного та ситуаційного. Науковець зазначає, що системний підхід слід застосовувати на всіх рівнях управління: чим оптимальніше підібрані елементи системи та скоординовані дії, тим ефективніше управління [2, ст. 158].

Основний матеріал. Управління персоналом визнається однією з найбільш важливих сфер життя підприємства, здатної багаторазово підвищити її ефективність, а

саме поняття «управління персоналом» розглядається в достатньо широкому діапазоні: від економіко-статистичного до філософсько-психологічного. Система управління персоналом забезпечує безперервне вдосконалення методів роботи з кадрами й використанням досягнень вітчизняної й закордонної науки, найкращого виробничого досвіду. Сутність управління персоналом, включаючи найманих робітників, роботодавців і інших власників підприємства полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи й форми впливу на інтереси, поведінку й діяльність працівників з метою максимального використання їх.

Тривалий час саме поняття «управління персоналом» у вітчизняній управлінській практиці було відсутнім, хоча в системі управління кожної організації існувала підсистема управління кадрами та соціального розвитку колективу. Однак роль їх у системі управління персоналом була і залишається поки ще незначною, діяльність їх має здебільшого формальний характер. Основну частину роботи щодо управління персоналом виконують переважно лінійні керівники, які досить часто недостатньо підготовлені до цієї діяльності і не отримують при цьому необхідної консультативної та методичної допомоги. Нерозвиненість кадрових служб, непідготовленість керівників до управлінням персоналом не може не маги негативних наслідків для діяльності кожної організації, гальмує процес їх подальшого розвитку. Варто зазначити, що управління персоналом є елементом соціального управління, під яким традиційно розуміється управління людьми та їх колективами [3, с. 25-26]. У найбільш загальному вигляді управління в науці державного управління визначається як діяльність суб’єкта, що виражається в цілеспрямованому, організуючому впливі на об’єкт управління, який здійснюється з метою приведення останнього в бажаний для суб’єкта стан [2, с.10].

У загальному вигляді управління персоналом становить комплексну прикладну науку і сферу практичної діяльності щодо розробки і впровадження організаційно-економічних, адміністративно-управлінських, правових і особистісних факторів, способів, методів впливу на персонал підприємств дляпідвищення ефективності діяльності останніх. Поняття «управління персоналом підприємства» охоплює всю сукупність організаційних заходів, спрямованих на оптимальне кількісне та якісне формування персоналу та повне використання його можливостей у процесі діяльності цих товариств (політика відбору та прийому працівників, розвиток кар’єри, мотивація, звільнення, вихід на пенсію, лідерство у колективі, підготовка та перепідготовка працівників, управління конфліктами і т. ін.)[1, ст.89].

Головна мета системи управління персоналом – забезпечення кадрами, організація їх ефективного використання, професійного та соціального розвитку, а також досягнення раціонального ступеня мобільності персоналу. Наведене формулювання мети управління персоналом відображає переважно позиції адміністрації щодо діяльності в цьому напрямку. Управління персоналом сучасних підприємств можна визначити як сукупність заходів, спрямованих на оптимальне кількісне і якісне формування їх кадрового складу, організацію його професійного і соціального розвитку, досягнення раціонального ступеня мобільності та повне й ефективне використання його можливостей у процесі діяльності цих підприємств. Процес управління завжди передбачає наявність об’єкта та суб’єкта управління. Об’єктом управління персоналом є колектив у цілому, всі категорії працюючих, окремі групи і структури; предмет – основні закономірності й рушійні сили, що визначають поведінку персоналу в умовах спільної трудової діяльності. Суб’єктами ж є керівники всіх рівнів та кадрові служби.

Управління персоналом має базуватися на таких принципах [4, с. 131]:

– людина – основа корпоративної культури. Успішні підприємства приділяють велику увагу персоналу; коли людей ставлять на вершину змін, вони стають рушійною силою цих змін;

– менеджмент для всіх. Управління має здійснюватися на трьох рівнях: вище керівництво, середнє керівництво («команда») і нижня ланка («співробітники»);

– ефективність як критерій успіху організації, що полягає у досягненні мети з оптимальним використанням ресурсів і максималізації прибутку;

– взаємини як критерій успіху організації;

– якість як критерій ефективності. Необхідно працювати з п'ятьма взаємозалежними підсистемами якості: особиста якість; якість команди; якість продукції; якість сервісу і якість організації;

– команда як критерій успіху організації. Всі команди й окремі співробітники, які входять у команду, роблять внесок як в успіх, так і в провали організації;

Висновки та пропозиції. Отже, управління персоналом – це специфічна функція управлінської діяльності, головним об'єктом якої є людина, що входить у певні соціальні групи. Сучасні концепції управління персоналом базуються, з одного боку, на принципах адміністративного управління, а з іншого – на концепції всебічного розвитку особи і теорії людських відносин. Управління персоналом багато в чому визначається кадровою політикою підприємства – діяльністю, пов'язаною з відносинами між суб'єктами організації.

На сьогоднішній день основним фактором конкурентоздатності підприємницької структури, її життєздатності і процвітання є якість персоналу і його ставлення до праці, тобто рівень професіоналізму і творчості працівників. Саме персонал відіграє вирішальну роль у процвітанні, коли матеріальні ресурси достатні і загальнодоступні, а технологія і методи управління ними не становлять особливо складної системи. Вирішальне значення персонал має і в ситуації нестабільності, кризових явищ. Професіоналізм, прогностичні якості, інтуїція працівника в умовах хиткого зовнішнього середовища визначають цінність і результативність прийнятих рішень. У той же час освічений персонал, творча особистість володіє, як правило, високим рівнем самооцінки, вимагає від керівників шанобливого ставлення до себе, не допускає дискримінації, почуває себе з керівництвом відносно «на рівних». Керувати такими працівниками старими методами, бачачи в людях тільки виконавців керівної волі, а не з огляду на їх унікальність, вже неможливо.

Список використаної літератури:

1. Державне управління в Україні : навч. посіб. / за заг. ред. В. Б. Авер'янова. – К. : Ін-т держ. і права ім. В. М. Корецького, 2011. – 266 с.

2. Єфімова О. Системний підхід – основа управління діяльністю підприємства / О. Єфімова // Персонал. – 2007. – № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.personal.in.ua/article.php?ida=450

3.Гавкалова Н.Л. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / Н.Л. Гавкалова. – Х.: Ін-жек, 2014. – 276 с.

4. Крушельницька О. В. Управління персоналом: [навч. посібн.] / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К : Кондор, 2013. – 296 с.

5. Меньшикова М. О. К вопросу об управлении персоналом как системе и интегррованной подсистеме оргаизации / М. О. Меньшикова – Курськ : Курський держ. ун-т, 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru

6. Проблеми сільського господарства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agpr.info

7. Управління персоналом: [навч. посіб] / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська, О. М. Шкапова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 504 с.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

А.О. Рибчинська, магістрант
науковий керівник:
І.І. Кравчук, д.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. На сучасному етапі розвитку економіки України все більше значення у свідомості споживачів набуває наявність можливості вибору потрібного товару із запропонованого асортименту. Формування різноманітного складу та структури асортименту і номенклатури продукції є одним із головніших напрямків діяльності кожного підприємства. У сучасних умовах конкуренції ринок визначає необхідний йому асортимент, тому завданням підприємства є формування ефективної асортиментної товарної політики. Проблеми формування товарного асортименту та його принципи досліджувалися зарубіжними та вітчизняними науковцями: М. Коуплендом, Л. Бакліном, Г. Армстроном, Ф. Котлером, Дж. Сондерсом, В. Вонгом, М. Леві, А. Вовчаком, А. Павленко, С. Гаркавенко, В. Кардашем, В. Липчуком та іншими. В їхніх працях ґрунтовно висвітлена характеристика, класифікація, структура, критерії оцінки товарного асортименту. Водночас, при наявності великої кількості теоретичних і практичних розробок необхідно акцентувати увагу на особливостях управління товарним асортиментом аграрних підприємств та молокопереробних підприємств – зокрема. *Мета дослідження* – розробка й пропозиція напрямів удосконалення управління товарним асортиментом в умовах ПАТ «Житомирський маслозавод».

Основний матеріал.Під товарним асортиментом здебільшого розуміють набір (підбір) однойменної продукції (послуг), конкретизований назвами, видами, ґатунками, розмірами, артикулами. Така група товарів тісно пов’язана подібністю функціонально-корисних властивостей, особливостей виготовлення, обороту і споживання в рамках однакового діапазону цін. [1, с. 121]. Розширення товарного асортименту відбувається внаслідок вдосконалення існуючих товарів, за рахунок покращення їх якості та експлуатаційних характеристик, і впровадження на ринок нових товарів. Існують такі причини насичення товарної маси:

1. намагання досягти додаткового прибутку;
2. спроба задовольнити дилерів, якщо асортимент вузький;
3. намагання задіяти невикористані виробничі потужності;
4. спроба стати ведучою фірмою, лідером з достатньо широким асортиментом;
5. спроба не допустити конкурентів [2, с. 18].

В результаті аналіз сучасного стану управління товарним асортиментом на ПАТЖитомирький маслозавод» виявлено дуальну структуру координації його формування та реалізації (рис. 1).

Управління товарним асортиментом підприємства, з позиції системного підходу, є процесом координації виробництва та реалізації товарів. З огляду на використання маркетингової концепції в управління підприємством – воно вбачається цілісним комплексом маркетингових функцій, які мають прояв при формуванні й реалізації маркетингового комплексу підприємства.

У процесі формування товарних груп, підгруп, товарних ліній превалюють такі детермінанти, як особливості попиту на товар (частота, структура купівель розміри, купівельна спроможність, культура споживання тощо), можливості та ресурси підприємств (матеріальні, сировинні, фінансові, кадрові), мета та особливості діяльності підприємства (розвиток, вдосконалення, оптимізація товарного асортименту).

Рис. 1. Система управління товарним асортиментом ПАТ «Житомирський маслозавод»

Джерело: власна розробка автора.

Наведена на рис. 1 схема вказує, що для ефективної координації товарного асортименту на підприємстві сформована управлінська система, в якій основними суб'єктами координації є начальники цехів та начальник відділу маркетингу. Фізичний обсяг асортименту забезпечується на рівні цехів згідно стандартів ДСТУ 4161-(ISO 22000), що дає змогу формувати асортиментний портфель. Рекламна підтримка просування товарного асортименту забезпечується спеціалістами відділу маркетингу у процесі здійснення загальної рекламної кампанії. Отже, слід вважати, що на ПАТ «Житомирський маслозавод» виконується класична схема управління товарним асортиментом».

З метою удосконалення управління товарним асортиментом та закріплення позицій підприємства на ринку пропонується розширити товарний асортимент виробництвом екологічно чистої продукції. Для цього у підприємства існує вагома передумова –

наявність сертифікатів ISO 9001:2001 (управління якістю), ISO (14000:2004) управління якістю, ISO 9001:2001(менеджмент безпеки харчових продуктів). Одним з перспективних напрямів розширення товарного асортименту органічної продукції є перехід на виробництво власного органічного молока. Це вимагає значних інвестицій, проте є дуже перспективним напрямом на сучасному етапі розвитку. Коли органічна продукція у нашій країні стає все більше популярною не хочеться залежати від виробника органічного молока, який рано чи пізно може відмовитися від його постачання.

Пропонується проект придбання землі для будівництва ферми та облаштунку пасовищ для корів. Розрахунки засвідчують, що загальний економічний ефект від впровадження проекту складе: в перший рік – 9572,8 тис. грн; в другий рік – 46279,2 тис. грн; в третій рік – 103335,6 тис. грн; в четвертий рік – 160392 тис. грн. та в п'ятий рік – 217448,4 тис. грн. Одночасно потрібно здійснювати рекламну підтримку бренду нової асортиментної групи – «органічна молочна продукція» й поступово включати «екологічні, органічні» сленги у процес підтримки інфраструктури реалізації усієї продукції підприємства. Це забезпечить поступову переорієнтацію споживача на органічну продукцію підприємства у всьому асортиментному портфелі.

Висновки та пропозиції.

1. України наявність можливості вибору потрібного товару із запропонованого асортименту. Формування різноманітного складу та структури асортименту і номенклатури продукції є одним із головніших напрямків діяльності кожного підприємств та набуває все більше значення у свідомості споживачів.

2. Товарним асортиментом вбачається набір (підбір) однойменної продукції (послуг), конкретизований назвами, видами, ґатунками, розмірами, артикулами, яка тісно пов'язана подібністю функціонально-корисних властивостей, особливостей виготовлення, обороту і споживання в рамках однакового діапазону цін. [

3. В результаті аналіз сучасного стану управління товарним асортиментом на ПАТ Житомирький маслозавод» виявлено дуальну структуру координації його формування та реалізації; воно вбачається цілісним комплексом маркетингових функцій, які мають прояв при формуванні й реалізації маркетингового комплексу підприємства.

4. Пропонується проект придбання землі для будівництва ферми та облаштунку пасовищ для корів, здійснення рекламної підтримки бренду нової асортиментної групи – «органічна молочна продукція» й поступово включати «екологічні, органічні» сленги у процес підтримки інфраструктури реалізації усієї продукції підприємства.

Список використаної літератури:

1. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / Кардаш В.Я. – К.: КНЕУ, 2003. –250 с.

2. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Л. : «Магнолія 2006», 2012. – 456с.

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

О.Л. Карплюк , магістрант
науковий керівник:
А.М. Зелінська, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми і аналіз останніх досліджень. Ефективність економіки України безпосередньопов'язана з управлінням стратегічним розвитком підприємств. Турбулентність економічних процесів, що виникають у внутрішньому і зовнішньому середовищі, ускладнюють діяльність вітчизняних підприємств і знижують її результативність. Загострення проблем, пов'язаних із формуванням стратегій розвитку підприємств та управління цим процесом, підтверджують значущість окреслених питань для економіки України.

Теоретичним і практичним питанням стратегічного менеджменту та управління стратегічним розвитком підприємств присвячено роботи відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: Р. Акофф, І. Ансофф, О. Бутнік-Сіверський, А. Воронкова, О. Віханський, В. Герасимчук, О. Гончар, П. Друкер, Ю. Іванов, Д. Крисанов, Е. Коротков, Н. Кирич, Б. Карлоф, А. Міщенко, Г. Мінцберг, Т. Мостенська, І. Отенко, В. Пономаренко, М. Портер, А. Слаттер, І. Смоліна, А. Томпсон, А. Стрікленд, Н. Скопенко, Р. Фатхутдінов, А. Чандлер, З. Шершньова та ін. Водночас складність управління стратегічним розвитком підприємств зумовлює існування невирішених питань щодо єдиного розуміння сутності процесів розвитку підприємств, удосконалення методичних підходів до формування стратегії та управління стратегічним розвитком підприємств. Необхідність вирішення зазначених питань зумовили вибір теми й актуальність даного дослідження.

Основні результати дослідження. Вибір стратегії розвитку має базуватись на результатах аналізу ключових факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, в ході якого виявляються головні протиріччя, причини їх виникнення, напрями та ступінь необхідних змін, а також доцільність та наслідки реалізації обраних заходів. З метою визначення доцільного напрямку стратегічного розвитку підприємств запропоновано синтезовану матрицю, що базується на поєднанні матриць попередньої оцінки стратегічної позиції підприємства та відповідних напрямів стратегічного розвитку кожному виду стратегії відповідають різні як об'єкти, так індикатори та показники розвитку. Результатом планування розвитку підприємства виступає розроблення і оцінка альтернативних стратегій розвитку, які дають можливість розширювати, збільшувати, скорочувати або ліквідувати певні складові загального процесу діяльності суб'єкта господарювання, а саме: окремі види діяльності, сегменти ринку, методи просування товару, управління ресурсами та ін.

Варто зазначити, що методи обгрунтування рішень, як правило, використовуються комплексно. Це визначається наявністю формальних і неформальних факторів, що формують ситуацію, і які необхідно враховувати при остаточному виборі рішення.

Реалізація стратегії розвитку підприємства має також супроводжуватись ефективним виконанням контрольної функції управління. Оцінка стратегії повинна відбуватись шляхом порівняння результатів діяльності із поставленими цілями і забезпечувати зворотний зв'язок для коригування стратегії.

Ефективне і своєчасне виконання функцій стратегічного контролю пов'язане із необхідністю вирішення проблеми оперативності реагування менеджменту на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища, в тому числі на кризові прояви. Реалізація стратегічних альтернатив має враховувати тривалість зовнішнього і внутрішнього лагів в

управлінні, а також забезпечення використання відповідних економічних механізмів для зниження їх тривалості при прийнятті управлінських рішень. В результаті опрацювання теорій прийняття управлінських рішень нами обґрунтовано послідовність етапів прийняття відповідних управлінських рішень щодо стратегічного розвитку підприємства (рис. 1).

Рис. 1. Послідовність та взаємозв'язок етапів прийняття управлінських рішень щодо стратегічного розвитку підприємства

Висновки. На сучасному етапі ринково-інституціональних перетворень економіки України ефективне управління стратегічним розвитком підприємств набуває першорядного значення.

Запорукою успішного управління стратегічним розвитком підприємств хлібопекарської галузі є формування ефективної системи стратегічного контролю на підприємстві, яка повинна передбачати як оцінку обраної стратегії, так і можливості її оперативного коригування. Вибір критеріїв оцінки залежить від виду обраної стратегії; стратегічної позиції підприємства на ринку; мети та типу контролю; можливості отримання адекватної інформації про динаміку оточення тощо. Стратегія, яка характеризується мінімальним ризиком за умов досягнення стратегічних цілей, вважається оптимальною.

Список використаної літератури:

1.Гончар О. І. Розробка стратегії розвитку потенціалу підприємства за умов глобалізації та євроінтеграції / О. І. Гончар // Економіст. — 2015. — № 1. — С. 49—50.

2. Ставицький О. В. Методологія прийняття управлінських рішень в стратегічному управлінні підприємством / О. В. Ставицький // тези. доп. Міжнар. наук.-практ. конф., [«Ціннісні орієнтації та світоглядні позиції людини у контексті сьогодення. VIII Шинкаруківські читання»], Київ : Університет сучасних знань. — К. : 2013. — С. 285—287. (0,14 д.а.).

3. Ставицький О. В. Методологія прийняття управлінського рішення щодо вибору стратегічного напряму / О. В. Ставицький // Агросвіт. — 2015. — №3—4. — С. 59—65.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

В.Д. Семотюк , магістрант
науковий керівник:
А.М. Зелінська, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Розбудова соціальної, правової, демократичноїдержави в умовах децентралізації та проведення конституційної реформи в Україні зумовлює відповідні процеси розбудови інституту місцевого самоврядування, первинним суб'єктом якого виступає територіальна громада. Природно, що територіальна громада відіграє провідну роль у системі життєзабезпечення людини і суспільства в цілому.

Підтримка місцевого самоврядування з боку держави і створення умов для стійкого та самостійного розвитку територіальних громад в Україні є одним із найголовніших завдань сьогодення, яке набуває подвійної актуальності під час реформування системи публічної влади в цілому. В останні роками держава прагне спрямовувати свою політику на посилення дієздатності територіальних громад, що підтверджує процес добровільного об'єднання територіальних громад, який розпочався у 2015 р. Разом з тим, як показує перший досвід функціонування об'єднаних громад, із 159 громад, які на нових засадах сформували місцеві бюджети на 2017 р., у 125 з них бюджети залишилися дотаційними, що може свідчити про недосконалість механізмів державної політики розвитку територіальних громад.

В науковій літературі дослідженню проблем місцевого самоврядування, у тому числі з'ясуванню ролі держави у сфері місцевого розвитку, присвячено праці М. Баймуратова, О. Батанова, В. Бесчастного, В. Борденюка, І. Бутка, П. Ворони, П. Гураль, С. Газарян, Є. Глухачова, Р. Давидова, І. Дегтярьової, І. Дробота, І. Дробуш, В. Кампо, Н. Камінської, А. Коваленка, М. Корнієнка, В. Кравченка, В. Куйбіди, Ю. Куца,Лопушинського та інших дослідників.

Незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених дослідженню питань місцевого самоврядування, належного наукового розроблення не отримали питання впливу, форм та механізмів забезпечення розвитку територіальних громад в Україні. Усе це й зумовило актуальність даного дослідження.

Основні результати дослідження. Ефективність здійснення місцевого самоврядування в Україні сьогодні певною мірою зумовлена належним здійсненням процесу децентралізації влади, підвищенням активності територіальних громад у його здійсненні, збільшенням довіри населення до органів влади та місцевого самоврядування, а також створенням спроможних громад. Сьогодні посилюється значущість ролі саме територіальної громади, тому визначаючи співвідношення понять «держава», «місцеве самоврядування» та «територіальна громада», необхідно зазначити, що останню слід розглядати не тільки як первинний суб'єкт у системі місцевого самоврядування, але й як об'єкт державної політики, розвитку якого держава має всіляко сприяти, що у свою чергу, має привести до розвитку місцевої демократії та становлення дієздатних і самодостатніх територіальних громад. Такий підхід є надзвичайно важливим, оскільки дозволяє з'ясувати, коли місцеве самоврядування реально функціонує, а коли воно залишається лише декларованим – його правова модель не втілюється на практиці.

Територіальна громада в сучасних умовах виступає однією із форм соціальної організації суспільства, своєрідним соціальним інститутом, який забезпечує реалізацію на певній території інтеграційної політики щодо спільних інтересів місцевих жителів. Публічна форма функціонування територіальної громади дозволяє розглядати її як представницьке об'єднання, що репрезентує демографічні, земляцькі, правові, політичні,

майнові (економічні), професійні, мовні, релігійні (соціально-культурні) зв'язки тощо. Ми дотримуємось думки багатьох учених стосовно того, що територіальну громаду можна розглядати і як складну «кумулятивну» форму суспільної організації, сукупністю місцевих жителів, асоційованих на публічних засадах у межах певної території та об'єднаних ознаками системного характеру. Це об'єднання не виключає право людини на індивідуальність, окреме житло та дозвілля й консолідує зусилля багатьох для досягнення бажаного всіма результату, що передбачає реалізацію приватних цілей у публічно-правовій формі. Проте тут варто і зауважити, що територіальна громада виступає складовою системи багаторівневого управління, органічно поєднуючи питання місцевого і державного значення, представляючи місцеві, регіональні і загальнодержавні інтереси.

Хоча розвиток територіальних громад, як і відповідна державна політика, є, безумовно, практичною діяльністю, проте ця діяльність повинна мати певне теоретичне підґрунтя, оскільки в цьому разі теорії допомагають зрозуміти поведінку людей і той контекст, у якому відбувається розвиток. Теоретичне підґрунтя також абсолютно необхідне, щоб розробляти стратегії розвитку та визначити інструменти для їхньої ефективної практичної реалізації.

Крім того, теоретичні підходи дозволяють враховувати і використовувати ті ключові аспекти, що пов'язані із забезпеченням розвитку територіальних громад. Узагальнення літературних джерел з даної проблематики дозволило визначити кілька ключових аспектів, що стосуються забезпечення розвитку територіальних громад, незалежно від визначення цього поняття, і що мають враховуватись у відповідній державній політиці: 1) спільне бачення (солідарність), 2) можливості, 3) відносини, 4) структура, 5) комунікації, 6) мотивація для прийняття рішень, 7) інтеграція різнорідних підходів.Ці сім проблемних аспектів створюють основи для загального теоретичного підґрунтя розвитку територіальної громади.

На даний час розвиток громад перетворився на окрему визнану наукову дисципліну і набір відповідних практик, що узагальнюють дослідження широкого спектра галузей науки, включаючи публічне управління, соціологію, економіку, політологію, планування, географію та багато інших. Якщо узагальнити погляди різних авторів, то можна зазначити, що розвиток громади слід розглядати і як процес, і як кінцевий результат. Отже, розвиток громади – це, водночас, процес підвищення здатності діяти колективно і результат колективних дій, виражений у покращанні умов існування громади (економічних, соціальних, політичних, фізичних, культурних, екологічних та інші.

У контексті розвитку громади важливість соціальних відносин має вирішальне значення для мобілізації жителів і часто є критично важливим компонентом для успіху різноманітних програм і проектів розвитку. Тому головним чинником, що сприяє розвитку громади, слід вважати соціальний капітал, котрий визначає можливості жителів організувати і мобілізувати свої ресурси для досягнення певних погоджених цілей та уособлений ресурсами, упровадженими в соціальні відносини між людьми й організаціями, які полегшують співробітництво та взаємодію у громадах. Важко уявити собі громаду, що здійснює певний прогрес без соціального капіталу. Чим більше соціальний капітал громади, тим імовірніше вона може адаптуватися і працювати у складних умовах, використовуючи ефективно інші види капіталу громади. Виходячи з цього, головним завданням державної політики розвитку територіальних громад є сприяння розвитку їхнього соціального капіталу. Це завдання також випливає з мети державної політики в галузі місцевого самоврядування та розвитку територіальних громад – створення оптимальних умов для становлення, підтримки і розвитку територіальних громад як необхідних умов становлення економічно і соціально розвиненої демократичної держави.

Існує два базових підходи до розвитку територіальних громад, що можуть бути покладені в основу відповідної державної політики. Звичайний, або традиційний, підхід полягає у визначенні питань, проблем і потреб громад (needs-based community development). Але зосередження уваги на проблемах призводить до концентрації тільки на

тому, чого не вистачає громаді. Альтернативний підхід полягає в розвитку територіальної громади на основі активів (asset-based community development); головна ідея полягає у збільшенні потенціалу громади для створення і зміцнення її активів, і, на відміну від концентрації уваги на проблемах і потребах, цей альтернативний підхід зосереджено на сильних сторонах і активах громади.

З урахуванням підходів до вивчення державної політики, визначення термінів «державна політика», «розвиток», поглядів щодо розуміння державної політики у сфері місцевого самоврядування, надаючи визначального значення ключовим ознакам «територіальної громади», під державною політикоюрозвитку територіальних громад нами пропонується розглядати систему організаційно-правових заходів, що визначають та забезпечують стабільну та ефективну діяльність суспільних та політичних інститутів, спрямовану на задоволення спільних та індивідуальних інтересів-потреб жителів відповідної громади, забезпечення самодостатності та сталого розвитку відповідної території.

На підставі узагальнення наукових оглядів, а також проведеного аналізу організаційних та правових засад розвитку місцевого самоврядування нами виокремлено етапи розвитку територіальних громад у незалежній Україні, здійснено його періодизацію за семи етапами: 1) 1990–1993 рр. – випробовування різних моделей державної політики щодо місцевого самоврядування та територіальної організації публічної влади у зв'язку з появою нових суб'єктів впливу на упровадження державної політики на місцевому рівні; 2) 1994– 1995 рр. – докорінна зміна цілей та завдань державної політики щодо місцевого самоврядування, яка полягала у відмові від двоїстої природи рад; 3) 1996– 1999 рр. – конституційне закріплення засад сучасного місцевого самоврядування та запровадження засад адміністративної реформи; 4) 2000– 2005 рр. – визначення напрямів і пріоритетів державної політики щодо реформування політичної системи, системи місцевого самоврядування й адміністративно-територіального устрою; 5) 2006–2010 рр. – координація організаційної діяльності щодо проведення муніципальної та адміністративної реформ; 6) 2011–2013 рр. – спроби оптимізації системи регіонального управління шляхом трансформації співвідношення між виконавчою владою та місцевим самоврядуванням у напрямі підсилення виконавчої влади; 7) 2016 р. – по теперішній час – децентралізація влади та створення передумов формування спроможних територіальних громад.

Висновки. Таким чином, процеси з децентралізації мають завершитись визначенням нового формату територіальної організації державної влади на місцях, чітким розмежуванням повноважень між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, запровадженням законодавчих основ для дієвої місцевої демократії, створенням дієвих механізмів для активної громадської участі у вирішенні питань місцевого значення, запровадженням інститутів політичної відповідальності як на місцевому, так і на загальнодержавному рівні.

Список використаних джерел:

1. Барановська Т. М. Конституційно-правові засади формування та реалізації державної політики розвитку територіальної громади в Україні / Т. М. Барановська, О. Г. Остапенко // Інвестиції: практика та досвід. – К., 2015.– № 22. – С. 153–158.

2. Безуглий С. Розвиток / С. Безуглий // Енциклопедичний словник з державного управління / [уклад. : Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.] ; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна. – К. : НАДУ, 2010. – 820 с.

3. Бюджетна децентралізація об’єднаних територіальних громад. Презентаційні матеріали Мінрегіонбуду. – Режим доступу : http://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/06/KMU_08-06-2017.pdf.

4. Місцеве самоврядування в Україні: євроінтеграційний шлях : колект. моногр. / за заг. ред. Р.М. Плюща. – К. : РІДНА МОВА, 2017. – 808 с.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

Ю.І. Ориховска, магістрант
науковий керівник:
А.М.Зелінська, к. е. н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. У більшості країн світу мале аграрне підприємництво забезпечує продовольчу безпеку країни, сталий розвиток сільських територій та сприяє збереженню земельних ресурсів. Проте в Україні суб'єкти малого аграрного бізнесу мають нестачу фінансових, технічних і матеріальних ресурсів для свого розвитку. Така несприятлива ситуація, що склалась в аграрному секторі національної економіки, вимагає розроблення якісно нової моделі державного регулювання та створення ефективної системи державної підтримки малого аграрного бізнесу.

Виникнення і розвиток малих підприємств у сільському господарстві стали предметом дослідження сучасних вітчизняних науковців – С. Антонця, В. Горьового, Т. Гром'як, Б. Данилишина, В. Збараського, І. Кириленка, В. Липчука, Ю. Лупенка, Є. Майовця, М. Маліка, П. Саблука, В. Скоцика, Г. Черевка Водночас на сьогодні залишились невирішеними проблеми формування ефективної системи державного регулювання розвитку малого аграрного бізнесу в Україні.

Основні результати дослідження. Одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки, згідно зі Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020» та Єдиною комплексною стратегією розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 рр., є розвиток малого та середнього підприємництва, яке покликане вивести українське село з руйнівного стану та сприяти сталому сільському розвитку завдяки підприємницькій ініціативі сільських жителів. Однак на сьогодні мале аграрне підприємництво в Україні перебуває в кризовому стані, подолання якого вимагає реформування системи державного регулювання аграрного сектору.

За період 2008-2016 рр. кількість сільських населених пунктів в Україні зменшилась на 116 одиниць, а чисельність їх жителів – на 9,5 % або 1,4 млн осіб. Тобто за 6 років, в кожному сільському населеному пункті, середня чисельність наявних жителів зменшилася на 49 осіб. За таких умов виникає потреба зміни системи управління сільським господарством та сільськими територіями, яка зупинить еміграцію сільського населення, сприятиме його працевлаштуванню та розвитку.

У провідних країнах світу розвиток сільської економіки, а відтак – і сільських територій, здійснюється за рахунок малого аграрного бізнесу, яке забезпечує продовольчу безпеку, виконує екологозберігаючу та соціальну функції.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин аграрний сектор України представлений різними формами господарювання, серед яких найпоширенішою формою приватного підприємництва є фермерські господарства.

Фермерські господарства становлять основну частку малого аграрного бізнесу в Україні. Малі фермерські господарства посідають вагоме місце у валовому виробництві сільськогосподарської продукції та продовольчому забезпеченні країни. Проте складні умови господарювання, вихід на ринок великих вертикально інтегрованих структур, так званих агрохолдингів, та відсутність державної підтримки зумовлюють спадну динаміку чисельності малих фермерських господарств в Україні [2].

На наш погляд, окрім фермерських господарств, перспективною організаційно-правовою формою малого аграрного бізнесу в Україні є сільськогосподарські кооперативи, які займають невелику частку в землекористуванні серед усіх форм

господарювання, проте становлять вагоме підґрунтя для розвитку інших організаційно-правових форм господарювання і сільських територій загалом

Наявність спадної динаміки показників показує занепад малого підприємництва у сільській місцевості як сільськогосподарського, так і несільськогосподарського. Вважаємо, що існує низка внутрішніх і зовнішніх причин, які перешкоджають розвитку малого підприємництва в селі. Одними із них є відсутність стимулів працевлаштування у сільській місцевості та підтримки підприємницьких ініціатив, низька обізнаність щодо виду діяльності й можливості започаткування; ментально-психологічні особливості українців; побоювання оподаткування; низький рівень інфраструктури; вплив виховання; масове поширення пільгового, пенсійного забезпечення тощо. Це спричиняє масові міграційні процеси працездатного населення, особливо молоді. Важливим кроком для вирішення цих проблем має стати, передусім, представлення їх у Єдиній комплексній стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 рр..

Висновки. Оскільки метою державного регулювання розвитку малого аграрного бізнесу є збалансування інтересів підприємств, споживачів та держави, тому новий механізм державної підтримки має забезпечувати рентабельність виробництва на рівні, що сприятиме розширеному відтворенню сільськогосподарського виробництва з найменшою шкодою для навколишнього середовища і створення належних соціальних умов для проживання сільських жителів [4].

Перспективи розвитку малого аграрного бізнесу значною мірою залежать від взаємодії інститутів права, власності, громадянського суспільства та міжнародних відносин щодо вирішення земельних питань, фінансового забезпечення, впровадження міжнародних стандартів безпечності та якості продукції, каналів її реалізації та формування сільськогосподарської кооперації.

Список використаної літератури:

1. Вініченко І. І. Фермерським господарствам – державна підтримка [Електронний ресурс] : / І. І. Вініченко, Л. І. Рева // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 12. – Режим доступу до журн. : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2606

2. Гнатишин Л. Фермерські господарства в організаційній системі сільськогосподарського виробництва / Л. Гнатишин // Аграрна економіка. – 2012. – Т. 5, № 1–2. – С. 26–31.

3. Губені Ю. Е. Державне регулювання підприємництва у сільському господарстві: організаційно-правові аспекти / Ю. Е. Губені // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ґжицького. – 2014. – Т. 16, № 1(1). – С. 129–133.

4. Дієсперов В. С. Соціальні аспекти організації сільськогосподарських підприємств / В. С. Дієсперов // Економіка АПК. – 2014. – № 1. – С. 45–52

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

В.В. Забродін, магістрант
науковий керівник:
А.М. Зелінська, к.е.н., доцент
ЖНАЕУ

Постановка проблеми та аналіз досліджень. Останніми роками аграрний сектор виступає локомотивом економічного зростання національної економіки. Тенденції післякризового відновлення світової економіки змушують по-новому поглянути не стільки на місце, скільки на якість цієї традиційної для нас сфери господарства.

Проваджувана державна аграрна політика періоду незалежності має результатом формування дуальної організаційної структури аграрного сектора – потужних корпоративних структур та дрібнотоварних господарств. Гіпертрофізація значення великотоварного виробництва зумовила сировинний характер аграрного експорту, звузила можливості для розвитку малих і середніх сільгоспвиробників. Разом із тим понад 60 % працемісткої сільськогосподарської продукції повсякденного споживання виробляється в особистих селянських і фермерських господарствах та фізичними особами – виробниками сільськогосподарської продукції. В умовах посилення ролі внутрішнього ринку як чинника економічної динаміки об’єктивно назріла необхідність наповнення кооперативного руху новим економічним та соціальним змістом, що за нинішніх умов вимагає активної ролі держави у врегулюванні зазначених процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що в сучасних умовах досить гостро стоїть питання щодо відродження сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. Зокрема цій темі присвятили свої праці вчені-аграрники: В.В. Гончаренко, В.В. Зіновчук, Л.В. Молдаван, А.О. Пантелеймоненко та інші [1, 2, 3, 4]. Однак цілий ряд питань, пов'язаних з функціонуванням кооперативів та правовим забезпеченням становлення кооперації залишається невирішеним.

Виклад основного матеріалу. Відродження кооператив них відносин в аграрному секторі України було розпочато з прийняттям Верховною радою України у 1997 р. Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію», який визначив основні засади подальшого розвитку кооперативного руху та відкрив широкі можливості для сільськогосподарських товаровиробників у створенні кооперативів. Закон визначає поняття «сільськогосподарський обслуговуючий кооператив» як підприємство, що створюється для надання послуг переважно членам кооперативу та іншим особам з метою провадження ними сільськогосподарської діяльності. Залежно від виду діяльності, ці кооперативи поділяються на переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та ін. Основним обов’язком сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів є надання комплексу послуг, пов’язаних з виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісництва, й рибальства, тобто через це підприємство аграрні товаровиробники можуть отримувати надійний і досить дешевий доступ до засобів виробництва (сільськогосподарської техніки та обладнання до неї тощо).

Відмінність сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів від інших підприємств полягає в тому, що вони, здійснюючи обслуговування членів кооперативу, не ставлять за мету отримання прибутку.

Діяльність сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу не пов’язана з сільськогосподарським виробництво, а його мета є надання послуг членам кооперативу, кожен з яких – це сільськогосподарський товаровиробник, який працює у своєму господарстві й отримує від цього підприємства послуги. Поряд з цим вони мають право надавати послуги іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального

обороту кооперативу. З вище зазначеного видно, що сільськогосподарські кооперативи – це неприбуткові організації, які створюються сільськогосподарськими виробниками й управляються ними на демократичних засадах, забезпечують своїх членів послугами, необхідними їм для ведення своїх власних господарств.

Відповідно до листа Державної податкової адміністрації України від 12.03.2004р., сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи не можуть бути включені до Реєстру неприбуткових організацій, оскільки при створенні обслуговуючого кооперативу обов'язково має формуватися пайовий фонд, який за своєю сутністю є аналогом статутного фонду комерційного підприємства, та у випадку ліквідації майно кооперативу розподіляється між співвласниками відповідно від вартості їх паю, а не передається до неприбуткових організацій відповідного виду чи бюджету, як це передбачено для громадських організацій. Таким чином, ніяких податкових пільг для сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів законодавством не передбачено, незалежно від того, чи надав такий кооператив послуги тільки членам кооперативу або іншим особам.

Отже, держава не може залишатись осторонь розвитку кооперації і всіляко має сприяє цьому процесу. Серед заходів державної підтримки розвитку кооперації, на нашу думку, можна назвати декілька першочергових: – внести зміни до Господарського кодексу України про визнання правового статусу сільськогосподарської обслуговуючої кооперації; – необхідно створити систему накопичення, узагальнення статистичної інформації про обсяги діяльності та спеціалізацію обслуговуючих кооперативі, їх товарообіг та фінансові результати господарської діяльності; – посилити роль кооперативного розвитку як напрямок в державній політиці; – покращити загальноекономічну ситуацію для сільськогосподарських виробників, включно з обслуговуючими кооперативами; – сприяти психологічній підготовці сільських жителів до кооперування; – інтенсивно формувати ринкову інфраструктуру для малих товаровиробників, в тому числі і обслуговуючих кооперативів; – сформувати систему підготовки кадрів для обслуговуючих кооперативі; – досягати комплексності в формуванні кооперативного руху організацій; – удосконалювати управління кооперативними процесами в умовах інтеграції; – надавати фінансову підтримку кооперативам, що створюються та їх учасникам; – бюджетні кошти повинні спрямовуватися на конкурсних засадах на фінансову підтримку таких кооперативів, членами яких є виключно особисті селянські, фермерські господарства та фізичні особи – сільськогосподарські товаровиробники, для придбання сільськогосподарської техніки; – створити службу контролю використання фінансових ресурсів, наданих державою в межах цільових концепцій, програм, планів розвитку кооперативного руху в Україні.

Висновки. Подальший розвиток та ефективне функціонування обслуговуючих кооперативів потребує посилення їх інституціонального забезпечення, та відповідної державної підтримки, оскільки розвиток вітчизняної сільськогосподарської обслуговуючої кооперації сприятиме створенню якісно нових відносин між сільськогосподарськими товаровиробниками, об'єднанню їх зусиль для вирішення економічних проблем, покращенню добробуту селян.

Список використаної літератури:

1. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 17.07.1997р. № 469/97-ВР // Відом. Верхов. Ради України. – 1997. – №39. – С. 261.

2. Про кооперацію: Закон України від 10.07.2003р. №1087-VI // Офіц. вісн. України. – 2003. – №33. – С. 1774.

3. Зіновчук В.В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В.В. Зіновчук. – К.: Логос, 2001. – 380 с.

4. Федорович В. Правові основи створення та діяльності сільськогосподарських кооперативів в Україні / В. Федорович. – Львів, 1998. – С.3.

5. Електронний ресурс. – Режим доступу: www.heifer.org.ua.