



**ХЕРСОНСЬКИЙ  
ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

***IV ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВО – ПРАКТИЧНА  
ІНТЕРНЕТ – КОНФЕРЕНЦІЯ***

***«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»***

***м. ХЕРСОН***





Міністерство освіти і науки України  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»  
кафедра менеджменту організацій  
Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки  
ДВНЗ «ХДАУ»  
УНБДР Український проект  
бізнес-розвитку плодоовочівництва  
Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної  
держадміністрації  
Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ  
НААН  
Полтавська державна аграрна академія

## **МАТЕРІАЛИ**



**4-ої Всеукраїнської науково –  
практичної Інтернет – конференції**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

**21 травня 2019 року**

**м. Херсон**

### Оргкомітет конференції

**Кирилов Ю.Є.** – д.е.н., професор, ректор ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Яремко Ю.І.** - д.е.н., доцент, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Аверчев О.В.** - д.с.-г.н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», заслужений діяч науки і техніки України;

**Грановська В.Г.** - к.е.н., доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Жосан Г.В.** - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, помічник декана економічного факультету з наукової та міжнародної діяльності ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Кириченко Н.В.** - к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Морозов Р.В.** - д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Степанова М.М.** – к.е.н., заступник директора Департаменту агропромислового розвитку ХОДА, начальник Управління інвестиційного забезпечення та переробної промисловості;

**Самойлик Ю.В.** - к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, докторант, Полтавська державна аграрна академія;

**Шабля О.С.** – к.е.н., заступник директора Південної державної сільськогосподарської дослідної станції ІВПМ НААН;

**Федорова Т.В.** - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, начальник навчально-методичного відділу ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Боліла С.Ю.** — к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

**Шепель Т.С.** – асистент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет».

УДК 005 (049)

*Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку:* матеріали 4-ої Всеукраїнської наук.-практ. конф. / упоряд. Боліла С.Ю., Шепель Т.С. Херсон, ДВНЗ «ХДАУ». 21.05.2019: тези доповідей. 2019. 291 с.

В матеріалах конференції висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, що отримані у галузі сучасного менеджменту. Конференція покликана стимулювати обмін ідеями та тематичною інформацією між українськими вченими, представниками наукового та виробничого середовищ, слугувати джерелом інформації про сучасний рівень наукової роботи для здобувачів вищої освіти.

Для здобувачів вищої освіти, науковців та фахівців.

*Матеріали збірника подаються в авторській редакції  
та друкуються мовою оригіналу*

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат та інших відомостей несуть автори публікацій. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Відповідальний за випуск – в.о. завідувача кафедри менеджменту організацій, к.е.н., доцент Кириченко Н.В.

Технічний редактор: асистент кафедри менеджменту організацій Шепель Т.С.

## ЗМІСТ

### 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.

<b>Аверчева Н.О.</b> Особливості розвитку зернової галузі в Херсонській області	12
<b>Фуклєва І.Е., Аверчева Н.О.</b> Економічна оцінка виробництва харчових яєць в Україні	16
<b>Самайчук С.І.</b> Комплексне оцінювання фінансового стану підприємства	20
<b>Друшляк І.М.</b> Конкурентоспроможність продукції в маркетинговій діяльності підприємства	23
<b>Федіна А.А.</b> Організація та критерії планування в зерновиробництві	25
<b>Пономарьова М.С.</b> Система управління маркетингу в насінництві в комплексі зростанні конкурентоспроможності продукції	28
<b>Захаров І.К.</b> Ресурсо- і енергозберігаючі технології та їх вплив на економічну ефективність сільськогосподарських підприємств	31
<b>Рибак Владислава, Ковальов В.В.</b> Діяльність комерційних банків на фондовому ринку	34
<b>Осадчий О.Д.</b> Забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах глобалізації	37
<b>Шовкун Л.В., Новіков А.О.</b> Концепція та загальна характеристика організаційного проектування підприємства	40
<b>Скляренко А.О.</b> Актуальні питання економічного зростання економіки України	43
<b>Теленік Вікторія, Ковальов В.В.</b> Сутність банківських платіжних карток	46
<b>Грицина В.В.</b> Сутність капіталу підприємства	49
<b>Krymtseva T.</b> Conditions of risk risk in providing the food security of the country	52
<b>Сорокіна А.М., Ушкаренко Ю.В.</b> Сучасний стан та розвиток	55

кондитерської галузі в Україні

- Сисоєнко І.А., Ющенко Т.Ю.** Податкові перевірки як основна форма податкового контролю 58
- Виноградова Т.І., Довгопол А.В.** Роль мотивації та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством
- Самойлик Ю.В.** Передумови та тенденції розвитку кредитної кооперації в аграрному секторі економіки 64
- Воляк О.О.** Про один підхід до реструктуризації промислової бізнес-системи 67
- Головань Д.В.** Дослідження функціонування грошей у часі для підприємств кондитерської галузі 70
- Курносів О.В.** Сучасні аспекти вирішення проблеми подвійного оподаткування 73
- Лобода О.М., Дяченко Т.А.** Експертні системи підприємницької діяльності 76
- Черненко К.В., Аругюнова О. А.** Актуальність автоматизації обліку дебіторської заборгованості 79
- Булах І.І., Шиманська О.В.** Актуальні проблеми фінансової політики як складової державного регулювання економіки 82
- Карлюка Д.О., Балакірева Є.В.** Транспортна система України 85
- Кубецька О.М., Кайдаш О.В.** Управління власним капіталом кредитної спілки 87
- Кубецька О.М., Трикоз А., Карась Ю.** Напрями забезпечення платоспроможності та ліквідності підприємства 90
- Кубецька О.М., Горбонос Н. П.** Управління капіталом підприємства: теоретичний аспект 93
- Остапенко Т. М.** Облік виробництва продукції молочного скотарства 96
- Канцедал Н. А., Самбурська К. С., Годзенко В. В., Кравчина І. В.** Економіко-екологічна сутність побічної продукції соняшнику як об'єкта обліку 99

## 2. ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СВІТЛІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.

<b>Макуха О.В.</b> Аналіз ринку фенхелю звичайного в контексті компонентного складу ефірної олії	103
<b>Боліла С.Ю., Кістін Н.В.</b> Сучасні засоби мотивації офісного персоналу на підприємстві	106
<b>Кривошея Є.В.</b> Взаємозв'язок термінів «підприємництво» та «менеджмент»	109
<b>Лігоненко Лариса</b> Систематизація інструментарію розробки інновацій	112
<b>Виноградова Т.І., Кольцова А.О.</b> Інноваційні підходи мотивації працівників	115
<b>Лобода О.М., Кириченко Ю.О.</b> Застосування баз даних при прийнятті управлінських рішень в економіці	118
<b>Захаркевич Н. П., Дорох А. І., Гаврилюк Н. О.</b> Сучасні підходи до мотивації праці персоналу організації	122
<b>Наталія Захаркевич,</b> Передумови становлення та сутність віртуальних організацій	125

## 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ, ФІНАНСОВОМУ, ІНФРАСТРУКТУРНОМУ, СЕРВІСНОМУ ТА ІНШИХ СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ.

<b>Шульга М.О.</b> Особливості планування інновацій у системі менеджменту сучасних підприємств	129
<b>Боліла С.Ю., Іванов І.В.</b> Овочівницька галузь в умовах інтенсифікації виробництва: прогресивні технології	131
<b>Подаков Є.С.</b> Актуальні питання застосування стратегічного управління аграрними підприємствами	135
<b>Виноградова Т.І.</b> Педагогічний клімат як умова подолання конфліктності в колективі вищого навчального закладу	138
<b>Лобода О.М., Матейченко К.Ю.</b> Моделювання процесів управлінської діяльності	141

<b>Поправко О.В.</b> Event-технології в організації корпоративних заходів	144
<b>Бучковська Я.Г., Радецька Д.О., Віхтюк А.Д.</b> Сучасні проблеми фінансового менеджменту на вітчизняних підприємствах	147
<b>Сєрова А. М., Скачков О.М.</b> Напрями досягнення стратегічних цілей менеджменту аграрного сектору	150

#### **4. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН В ЕКОНОМІЦІ.**

<b>Карпюк С.І., Клименко Т.А.</b> Проблеми розвитку теплоенергетичних компаній в умовах турбулентності економіки	154
<b>Лобода О.М., Дідик О.О.</b> Штучний інтелект ведення агробізнесу	156
<b>Морозова О.С., Морозов О.В., Шапоринська Н.М.</b> Роль аграрного підприємництва в розвитку сільських територій в умовах євроінтеграційних процесів	159
<b>Величко Т.О., Лазоренко Т.В.</b> Особливості менеджменту франчайзингової організації	162
<b>Жмуцький В.В., Арзянцева Д.А.</b> Напрями удосконалення системи управління поточними зобов'язаннями підприємства (на матеріалах ДП «Хмельницький облавтодор» ват дак «Автомобільні дороги України»)	164

#### **5. НОВІ ВИКЛИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ: СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА ІННОВАЦІЯМИ, СТРАТЕГІЧНЕ ТА АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ, ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МОДЕЛЮВАННЯ, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ, ВІРУСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ.**

<b>Чмут А.В.</b> Розвиток аутсорсингу в країнах Європи	168
<b>Головіна С., Федорчук О. М.</b> Стратегії конкурентоспроможного розвитку підприємства	170
<b>Миколайчук І.П., Гаврилюк С.А.</b> Особливості прояву мобінгу та булінгу в управлінні поведінкою персоналу	173
<b>Інна Лупеха</b> Сутність антикризового управління в АПК	177



<b>Євдокимова К.А., Ровенець Т.О.</b> Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств: сучасний стан та перспективи розвитку	180
<b>Фолькіна О.М.</b> Стратегічні завдання сталого розвитку України у сфері екологічно збалансованого розвитку економіки	183
<b>Ковальчук В.Г.</b> Регулювання трансформаційних процесів на засадах синергії розвитку банків	186
<b>Лобода О.М., Стаднік А.В.</b> Прогнозування економічних процесів	189
<b>Сергієнко Т.І.</b> Стратегічні зміни в процесі стратегічного управління підприємством	192
<b>Гельман А. Ю., Лазоренко Т.В.</b> Перспективи впровадження екологічного менеджменту в Україні	195
<b>Тетяна Вонберг</b> Дослідження переваг соціально відповідального ведення бізнесу в Україні	198
<b>Крупа А.Г.</b> Особливості стратегічного управління на підприємстві в умовах ринку	200
<b>Солод Н.О.</b> Інформаційні джерела пошуку даних для аналізу бізнес середовища	202

## **6. ДЕРЖАВНЕ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ, СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.**

<b>Рудік Н.М.</b> Роль державного регулювання в формуванні аграрних відносин	205
<b>Бондар А.В., Ровенець Т.О.</b> Розвиток громад в умовах децентралізації влади в Україні	209
<b>Білан А.О.</b> Державне регулювання регіонального розвитку як фактор впливу на міграційний рух	212
<b>Білорусов С.Г.</b> Формування бачення соціально-економічного розвитку Херсонської області	216
<b>Лебедева Н. А.</b> Коммуникативний метод в процесі підготовки кадрів державного управління	219
<b>Одейчук І.Ю., Ровенець Т. О.</b> Досвід європейських країн з реформування	222

державного управління

- Підгрушний В.А., Ровенець Т.О.** Електронні послуги як інструмент електронного врядування 225
- Оксана Савастєєва** Індекс соціального розвитку України в умовах фінансової децентралізації 228
- Соколова Л.В.** Стандартизація як засіб державного регулювання якості в туризмі 231
- Волошин Д.О., Остапенко А.С.** Інвестиційна привабливість туристичної сфери Херсонської області 234

**7. ДОСЯГНЕННЯ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ: МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, РЕСУРСНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТА ПИТАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.**

- Аверчева Н.О., Павленко Г.** Особливості управління виробничими витратами у вівчарстві 237
- Морозов Р.В.** Еколого-економічні аспекти вирощування рису в Україні 241
- Боліла С.Ю., Кривонос С.О.** Маркетингові аспекти для зміцнення позицій власного бренду на ринку аксесуарів ручної роботи 246
- Боліла С.Ю., Вальтер Р.В.** Мерчандайзинг як інструмент підтримки торгової марки продукції м'ясопереробки 248
- Боліла С.Ю., Прищепа А.В.** Особливості застосування маркетингових інструментів на підприємствах плодоовочевого підкомплексу 251
- Теплюк М. А.** Сучасні тренди інноваційного розвитку підприємства 254

**8. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ: ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ Й НАВЧАННЯ, НОВІТНІ СВІТОВІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ.**

- Степаненко Н.В.** Інноваційні методи викладання у висшій школі 258

<b>Захарчук І.О., Ніколайчук Н.Л., Захаркевич Н.П.</b> Процес мотивації як соціально-економічна основа кадрового менеджменту організації	262
<b>Дашевська Л.М.</b> Educational management	265
<b>Макухіна С. В.</b> Інноваційні методи викладання іноземної мови для підготовки фахівців економічного сектору	268
<b>Тарас Вайда,</b> Деякі умови удосконалення кадрового менеджменту в галузі правоохоронної діяльності: врахування вікових особливостей дорослої людини та дотримання принципів організації навчання слухачів курсів первинної професійної підготовки поліцейських	271
<b>Федорова Т.В.</b> Розвиток фрілансу в умовах інформаційного суспільства	279
<b>Осадчук І.В.</b> Аспекти соціальної відповідальності в суспільному розвитку	282
<b>Кириченко Н.В., Грудко О.В.</b> Інноваційні методи управління в аграрному бізнесі	285

# **1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.**

**Аверчева Н.О.**, к. е. н, доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Херсонська область – регіон з високорозвинутим агропромисловим комплексом, розвиненою інфраструктурою сільськогосподарського ринку та багатогалузевою харчовою промисловістю. Спеціалізацією рослинництва є зерново-олійний напрям у поєднанні з баштанництвом, виноградарством, садівництвом. Аграрний комплекс області є основою стабільного розвитку економіки Херсонської області, який забезпечує не тільки постійний приріст обсягів виробництва, а й розвиток сільських територій, зайнятість працівників, і, як наслідок, підвищення рівня життя населення. Херсонщина є екологічно-чистою, інвестиційно-привабливою та відкритою до співпраці зі значним ресурсним і трудовим потенціалом.

Загалом природнокліматичні особливості регіону сприятливі для виробництва таких сільськогосподарських культур, як зернові, технічні, баштанні. Після жнив зернових і ранніх ярих до перших осінніх заморозків накопичується 1500-2000<sup>o</sup>C позитивних температур, що дозволяє в зоні зрошення широко впроваджувати повторні посіви зернових і кормових культур.

Всього на Херсонщині 2846,1 тис. га землі, в тому числі під сільськогосподарськими угіддями – 1965,5 тис. га, з них ріллі – 1770,8 тис. га. Розораність складає близько 90 %. В Херсонській області проживає 2,5 % населення країни, її частка у створенні валового продукту 1,6 %. Валова продукція сільського господарства сягає 4,5 % у загальнореспубліканських показниках, з якої рослинництво займає 5,1 %, тваринництво - 3,0 % (табл. 1).

## Питома вага Херсонської області в Україні, %

Показники	Роки									
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Сільське господарство (всі категорії господарств)										
Валова продукція сільського господарства	3,7	3,6	4,2	4,3	3,7	3,9	4,1	4,5	4,4	4,5
продукція рослинництва	4,1	4,1	5,1	5,0	4,3	4,3	4,3	5,1	4,9	5,1
продукція тваринництва	3,1	2,8	2,6	2,6	2,7	3,0	3,5	3,3	3,0	3,0
Виробництво основних сільськогосподарських культур										
зернові культури	4,8	4,0	3,8	4,4	2,3	2,7	3,4	4,4	3,4	4,1
соняшник	4,5	6,1	5,3	4,8	3,5	3,2	2,7	4,4	4,5	4,1
овочі	7,2	7,2	10,4	11,4	12,9	11,8	13,3	13,6	13,6	13,7
плоди та ягоди	4,5	3,5	3,4	4,6	4,0	3,6	3,8	3,0	2,8	3,2
виноград	5,1	8,2	7,2	9,8	8,7	10,9	12,4	9,6	13,1	10,0

Зерновиробництво є важливою складовою економіки аграрного сектору Херсонської області. У 2017 р. в області вироблено 4,1 % від загального по країні виробництва зерна, за рейтингом область посіла 15 місце. Питома вага галузі в структурі валової продукції сільського господарства у 2017 р. становить 23,7 %, а в рослинництві в цілому вироблено 81,5 %. Обсяги виробництва зерна за досліджуваний період зросли вдвічі - від 1166,3 до 2267,7 тис. т.

Зернова галузь складна за структурою культур, які до неї входять. Їх поділяють на дві групи - озимі і ярі. Озимі культури мають перевагу перед яровими - їх обсяги виробництва у 2018 р. 1693,3 тис. т, а ярових 574,4 тис. т. До групи ярових культур, крім традиційних пшениці, жита, ячменю, входять кукурудза на зерно, круп'яні культури (гречка, просо, рис, овес) і зернобобові. Виробництво озимих культур зросло у 2,3 рази - від 738,5 тис. т у 2000 р. до 1693,3 тис. т у 2018 р. Група ярих культур забезпечила прирости лише 34,3 % - від 427,7 до 574,4 тис. т.



Зернові культури в основному вирощують у сільськогосподарських підприємствах - у 2018 р. вони виробили 1434,7 тис. т зерна, що більше 2000 р. на 45,7 %. Але їх частка зменшується - від 84,5 у 2000 р. до 63,3 % у 2018 р. Відповідно зростає частка господарств населення - від 25,5 до 36,7 % і обсяги виробництва зросли від 181,3 до 833,0 тис. т, або у 4,6 рази. Слід відзначити приріст виробництва у фермерських господарствах - якщо у 2000 р. вони виробляли лише 95,1 тис. т, то у 2018 р. - 367,9, що більше на 286,9 %. Можливості для забезпечення приростів отримали і господарства населення і фермерські господарства на основі розширення площ землекористування за рахунок оренди земельних паїв населення. Організаційно-економічні, техніко-технологічні та інші заходи забезпечать одержання більше 2 млн тон зерна (табл. 2).

Таблиця 2

## Виробництво зернових культур за категоріями господарств, тис. т

Категорії господарств	Роки								2018 р. у % до 2000 р.
	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	
Всі категорії господарств	1166,3	1539,3	1514,8	2156,2	2621,9	2262,4	2545,4	2267,7	194,4
Сільськогосподарські підприємства	985,0	903,2	922,8	1169,1	1574,0	1390,7	1524,9	1434,7	145,7
у тому числі фермерські господарства	95,1	130,9	166,9	248,9	372,2	320,5	364,2	367,9	386,9
Питома вага сільськогосподарських підприємств, %	84,5	58,7	60,9	54,2	60,0	61,5	59,9	63,3	-21,2 в. п.
Господарства населення	181,3	636,1	592,0	987,1	1047,9	871,7	1020,5	833,0	459,5

У розрахунку на одну особу у 2018 р. в області вироблено 2176 кг зерна, це більше у 2,2 рази, порівняно з 2000 р. Даний показник по області перевищує середні показники по країні - у 2018 р. в області вироблено на 519 кг зерна більше, ніж по країні (1657 кг)

Такий приріст рівня виробництва зерна в Херсонській області обумовлений двома факторами:

- по-перше, це зростання врожайності і посівних площ зернових культур, за рахунок яких зростають обсяги виробництва зерна;

- по-друге, це скорочення чисельності населення в області від 1189,7 до 1047,0 осіб у 2000-2018 рр.

Для досягнення більш високих результатів у зерновій галузі необхідно здійснити ряд заходів по підвищенню ефективності зернового виробництва:

- збільшити обсяги виробництва і поліпшити якість зерна;
  - забезпечити розширене відтворення зернового господарства;
  - підвищити ефективність використання виробничих ресурсів на основі інтенсифікації виробництва зерна, раціональної хімізації, поліпшення якості земельних ресурсів;
    - впроваджувати в галузь прогресивні системи землеробства, науково обґрунтовані сівозміни і сучасні ресурсоощадні технології виробництва;
    - використовувати кращі сорти і гібриди зернових і зернобобових культур, дотримуватися агротехнічних вимог;
    - удосконалювати галузеву структуру зерновиробництва, впроваджувати нішеві культури, органічне виробництво з метою задоволення ринкового попиту;
    - раціоналізувати ринкову інфраструктуру галузі, систему логістики, канали збуту;
    - розвивати внутрішню переробку зерна з метою збільшення доданої вартості та створення додаткової зайнятості населення.

### **Література:**

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). (дата звернення 20.05.2019).
2. Рослинництво України 2018. Статистичний збірник. К.: Державна служба статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). (дата звернення 20.05.2019).

**Фуклєва І.Е.**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

**Аверчева Н.О.**, к. е. н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ЯЄЦЬ В УКРАЇНІ**

Птахівництво інтенсивно розвивається на всій території України. На його розміщення впливають, насамперед, близькість та концентрація міського населення. Галузь розвивається по шляху створення великих промислових комплексів навколо великих міст і промислових центрів.

Економічні переваги ефективного розвитку птахівництва в країні обумовлені:

- можливостями відтворення поголів'я через інкубацію яєць та імпорт високопродуктивних кросів;
- швидкою енергією росту і розвитку птиці, яка забезпечує короткий термін обороту коштів – 3-4 місяці;
- безперебійним постачанням на ринок продукції на основі правильного обороту стада і ритмічного постачання кормів, що створює для спеціалізованих підприємств позитивний імідж надійного партнера у бізнес-середовищі;
- особливостями технологічного процесу виробництва і переробки яєць і м'яса птиці, який ґрунтується на впровадженні сучасних високоінтенсивних ресурсозберігаючих технологій і сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції;
- якісними властивостями продукції птахівництва, яка є продуктом кінцевого споживання, може бути реалізованою без додаткової переробки, є незамінною у білковому раціоні, висококалорійною і доступною за ціною;

- створенням ефективних інтеграційних структур, які забезпечують виробництво і реалізацію продукції не тільки в межах країни, а й на світовому ринку.

За 2000-2017 рр. виробництво курячих харчових яєць виросло на 76,1 % (8,8 млрд. шт. - 15,5 млрд. шт.) (табл. 1).

Таблиця 1

## Виробництво харчових яєць в Україні

Показники	Роки							2017 р. у % до 2000 р.
	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	
Виробництво яєць, всього млн шт.	8808,6	13045,9	17052,3	19587,3	16782,9	15100,4	15505,8	176,1
з них у с.-г. підприємствах	2977,3	6458,1	10249,6	12536,2	9762,2	8067,6	8365,3	281,0
у господарствах населення	5831,3	6587,8	6802,7	7051,1	7020,7	7032,8	7140,5	122,5
Питома вага сільськогосподарських підприємств	33,8	49,5	60,1	64,0	58,2	53,4	53,9	+20,1 в. п.
У розрахунку на одну особу	179	277	372	456	392	354	365	203,9

Приватні інвестиції і державна підтримка галузі сприяли значному росту обсягів виробництва продукції птахівництва на великих промислових птахопідприємствах.

Вирішення проблеми підвищення ефективності виробництва харчових яєць необхідне, по-перше, для забезпечення попиту населення України продуктами харчування тваринного походження, по-друге, для збільшення обсягів експорту яєць та продуктів їх переробки на світовий ринок. Аналіз результатів діяльності птахівничих підприємств України показав, що за період 2000-2017 рр. значна частина економічного потенціалу відновлена в сільськогосподарських підприємствах, виробництво яєць птиці всіх видів у сільгосппідприємствах у 2017 р. складало 8365,3 млн штук, що у 2,8 рази більше за рівень 2000 р., їх питома вага зросла від 33,8 до 53,9 %. У цілому варто зазначити, що існуюча в Україні система господарювання в галузі яєчного птахівництва сьогодні ще не в повній мірі забезпечує

високоєфективне використання виробничого потенціалу, особливо на рівні малих і середніх виробників. У зв'язку з цим необхідно створити такі економічні умови, за яких виробництво яєць буде прибутковим на рівні невеликих підприємств.

Рівень рентабельності виробництва харчових яєць у сільськогосподарських підприємствах значно зменшився - від 52,6 % у 2012 р. до -9,0 % у 2017 р.

Таблиця 2

Рівень рентабельності продукції птахівництва  
в сільськогосподарських підприємствах, (відсотків)

Види продукції	Роки						Відхилення 2017 р. до 2012 р.
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Птиця на м'ясо	-2,4	-5,9	-12,6	-5,4	3,4	7,0	+9,4 в. п.
Яйця курячі	52,6	47,6	58,8	60,9	0,5	-9,0	-61,6 в. п.

Аналіз тенденцій основних показників, які характеризують економічну ефективність виробництва яєць в Україні за період 2000-2017 рр. свідчить, що вони знаходяться під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

У середньому по Україні протягом 2000-2017 рр. мала місце чітка тенденція до зниження рівня рентабельності виробництва курячих яєць, порівняно з 2012 р. цей показник залишається значно нижчим. Так, у 2017 р. рівень рентабельності курячих яєць по Україні складав -9,0 %, що на 61,6 процентних пункти менше, ніж у 2012 р., і на 9,5 в. п. менше за рівень 2016 р. Не зважаючи на те, що виробництво яєць протягом останніх трьох років було прибутковим, рівень збитковості 2017 р. свідчить про наявність проблем розвитку галузі, вирішення яких є нагальною проблемою аграрної політики і окремих підприємств.

Значна частина яєць виробляється на птахофабриках і в спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах з повним або закінченим технологічним циклом виробництва і неповним циклом, якщо



окремі птахівницькі господарства спеціалізуються на виконанні окремих виробничих процесів. Останнє характерне для невеликих птахофабрик, деяких спеціалізованих птахівницьких підприємств, а також окремих ферм господарств. Ці підприємства не мають батьківського стада птиці і не займаються інкубацією яєць, забоєм та переробкою вибракуваної птиці.

Характеризуючи виробництво продукції птахівництва за категоріями господарств, необхідно відзначити, що в сільськогосподарських підприємствах, де зосереджено 53,9 % виробництва яєць в країні, збитковість у 2017 р. виробництва і реалізації спонукає до пошуку нових ефективних напрямів розвитку галузі.

В останні роки відбувається активний ріст експорту. Якщо в період з 2000 по 2007 р. експорт був практично відсутній, то вже у 2017 р. рівень експорту становив 155 тис. т, що вдвічі більше порівняно з 2010 р. та на 38,4% - порівняно з 2016 р. За даними Державної митної служби України вітчизняна яєчна продукція експортується у приблизно 40 країн світу. Більша частина експорту припадає на такі країни як Ірак, ОАЕ, Молдова, Ліберія, Туреччина, Ангола, Оман, Республіка Конго, Вірменія, Лівія та інші [24]. У 2013 р. Україна отримала дозвіл на імпорт до ЄС продукції птахівництва.

Імпорт порівняно з експортом є незначним і за своєю структурою в ньому переважають яйцепродукти та інкубаційні яйця. У 2017 р. обсяги імпорту були на рівні 2010 р. і становили 7 тис. т, що на 36,4 % менше порівняно з 2015 р.

### **Література:**

1. Тваринництво України: стат. збірник / За ред. Ю.М. Остапчука. – К.: Держкомстат, 2018. – 201 с.
2. Дичаковська В. Ринок птиці та яйця: стабільне зростання. Аграрна Еліта України 2014. № 1. URL: <http://www.agrotimes.net/journals/article/rinok-ptici-ta-uajcsya-stabilne-zrostannya/>. (дата звернення 05.04. 2019).

3. Маслак О. М. Тенденції ринку продукції птахівництва. URL: <http://www.agro-business.com.ua/2010-06-11-07-43-47/1951-2014-01-08-11-18-46.html>.

4. Конюхова Н. В. Стан та перспективи розвитку птахівничих підприємств в Україні. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки, 2013. т. № 8. С.227-235.

**Самайчук С.І.**, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової економіки обґрунтованість та дієвість управлінських рішень на мікро- та макrorівнях значною мірою залежить від результатів оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання, зміст якої виходить за межі обчислення окремих коефіцієнтів і передбачає вивчення комплексу показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства. У такій ситуації постає питання щодо узагальнення результатів дослідження окремих фінансових аспектів операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства з метою формування єдиного (інтегрального) показника як індикатора ефективності фінансового менеджменту на підприємстві, що є об'єктом дослідження.

Виступаючи формою організації фінансового аналізу, комплексний фінансовий аналіз частково використовує спільні принципи та методи, однак характеризується реалізацією суттєво іншої функціонально-організаційної структури моделі дослідження фінансів підприємства. Тому доцільно зупинитися на вивченні структури моделі комплексного фінансового аналізу більш докладно. Системоутворюючим елементом моделі комплексного фінансового аналізу є мета організації та проведення аналізу, від чіткості

формулювання якої залежить як ефективність усієї моделі аналізу, так і достовірність результатів дослідження.

Практичне забезпечення такої потреби здійснюється проведенням зведеного дослідження фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання – комплексного фінансового аналізу. Завдання комплексного фінансового аналізу можуть бути виражені через сукупність проблемних питань фінансового менеджменту, підтримка й прийняття управлінських рішень щодо яких покладено на комплексне фінансове дослідження господарської діяльності суб'єкта господарювання. Наприклад, власники покладають на комплексний фінансовий аналіз завдання з обґрунтування фінансових та інвестиційних рішень як у коротко- так і в довгостроковому періоді, менеджери підприємства – вирішення проблеми інформаційного забезпечення, потреб оперативного та стратегічного фінансового планування та в разі потреби методологічного забезпечення окремих функцій антикризового фінансового управління та/або провадження справи про банкрутство[1;2].

Основним завдання комплексного фінансового аналізу діяльності підприємства є забезпечення кількісної оцінки фінансово-економічного потенціалу суб'єкта господарювання, що досліджується. Формування інформаційної бази обґрунтування та реалізації моделі комплексного фінансового аналізу має здійснюватися із дотриманням таких критеріїв та вимог:

- проведення комплексного аналізу здійснюється на основі системи цільових фінансових показників та коефіцієнтів відповідно до обраної методики оцінки фінансового стану об'єкта дослідження;

- вхідна інформація щодо фінансово-господарської діяльності підприємства – об'єкта дослідження, що надається для подальшої її обробки, має бути повною, достовірною та поданою у вигляді, прийнятному для обробки;

- забезпечення зі ставності фінансової інформації за відповідними напрямками її формування – цільові показники обраної методики, вхідна фінансова інформація мають бути приведені до зіставних одиниць виміру, подані за аналогічні часові періоди, що повинно забезпечити можливість їх адекватної математичної обробки;

- кожен із сукупності фінансових показників та коефіцієнтів, яка закладається в інформаційну основу моделювання цільового фінансового показника, має бути максимально інформативним, запобігати дублюванню та перекриттю показників;

- подання результатів комплексного фінансового аналізу у простій та доступній для однозначної інтерпретації формі – результати дослідження являють собою, як правило, кількісну величину, яка визначає індекс, ранг, рейтинг об'єкта дослідження відповідно до встановленої шкали.

Потреба комплексного фінансового аналізу викликана переважно потребами інформаційного, методологічного й організаційного забезпечення обґрунтування та прийняття управлінських фінансових рішень щодо фінансування різних видів діяльності суб'єкта господарювання у коротко- та довгостроковій перспективі. Тому очевидним є твердження, що об'єктом комплексного фінансового аналізу є сукупність фінансових відносин, що виникають при реалізації операційної, інвестиційної та фінансової діяльності структурного підрозділу підприємства, суб'єкта господарювання в цілому або їх групи (сукупності) [3].

Результатом такого аналізу буде вираження спроможності об'єкта дослідження забезпечити стабільність фінансово-господарської діяльності, приріст ринкової вартості підприємства та забезпечення доходу його власників у коротко- та довгостроковій перспективах. Іншими словами, комплексний фінансовий аналіз дає змогу кількісно оцінити рівень економічного потенціалу підприємства.

### Література:

1. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. / К.: ЦУЛ, 2011. 328 с.
2. Сіменко І.В., Колосова Т.Д. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко. К. : "Центр учбової літератури", 2013. 384 с.
3. Фінансовий аналіз навчальний посібник. / за заг. ред. Школьник І.О. К : «Центр учбової літератури», 2016. 368 с.

**Друшляк І.М.**, здобувач наукового ступеня доктора філософії  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

За останнє десятиріччя здійснено технічні, організаційно-економічні та правові заходи, які спрямовані на технічне переоснащення, зміну структури та вдосконалення управління підприємствами, а також створення конкурентного середовища в галузі, однак існуючі темпи розвитку не задовольняють попиту споживачів на послуги зв'язку, галузь значно відстає від рівня розвинутих країн. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є систематичним і неупередженим аналізом багатьох факторів, що формують конкурентні переваги підприємства [1]. Обумовлений розвитком технологій розширюється спектр послуг зв'язку й область їхнього застосування. Стабільна система забезпечення продовольчої безпеки населення, розвиток агропромислового комплексу [2] є важливими факторами підвищення економічного добробуту країни, а й забезпечення конкурентоспроможності продукції.



Вона полягає в поглибленому аналізі очікуваних і реалізованих досягнень, вивченні ланцюжка результатів процесів, зовнішніх чинників і причинно-наслідкового зв'язку, що дозволяє визначити характер досягнень або їх відсутність. Її мета полягає в створенні системи, що дозволяє визначати стан та взаємодію ресурсів, які обумовлюють конкурентні переваги, їх ефективне використання та перспективи розвитку. Оцінка конкурентоспроможності вносить важливий внесок до розширення знань і в процес стратегічного управління. Оцінка грає надзвичайно значущу і авторитетну роль в сприянні організаційних перетворень.

Таким чином, оцінка сприяє виробленню адекватної конкурентної стратегії підприємства, підвищенню ефективності діяльності в області розвитку і результативності роботи організації. Результатом оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні бути дані, засновані на фактичній інформації, які були б достовірними, надійними і корисними, що дозволяло б своєчасно враховувати результати, рекомендації в процесі ухвалення управлінських рішень.

В частині оцінки стратегічної конкурентоспроможності і конкурентостійкості підприємства запропоновано використовувати метод на основі нечіткої логіки і нейронних мереж, який дозволяє формувати модель оцінки не тільки з можливістю налагодження її на кількісні і якісні показники конкретного підприємства, але й з урахуванням специфіки країни, галузі, періоду часу.

Якщо товар виробника не має кращих властивостей порівняно з ідентичним товаром конкурентів, у цьому разі боротьба за ринок збуту зосереджується на ціні. Підприємство-виробник може знизити її рівень порівняно з конкурентною ціною і завдяки цьому, як нам уже відомо, досягти переваг над своїми конкурентами. Конкурентоспроможність підприємства має визначатися конкурентоспроможністю окремих видів продукції, яку воно випускає. Слід відзначити, що конкурентоспроможна продукція є лише

окремою частиною в комплексі цілей підприємства разом з його власними можливостями і ринковою активністю .

### **Література:**

1. Рябуха І. С. Розробка комплексу маркетингу та поліпшення маркетингової діяльності на базі товариства з обмеженою відповідальністю "Новоалександрівське" Вовчанського району Харківської області / І. С. Рябуха // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В.Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 6. - С. 196-203. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau\\_ekon\\_2013\\_6\\_312](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_312)

2. Dolzhykova I., Irtysheva I., Ponomarova M. Conceptual fundamentals of development of the food security system. Baltic Journal of Economic Studies, Volume 5 Number 2. Riga: Publishing House "Baltija Publishing", 2019, 262 p.

**Федіна А.А.**, здобувач бакалаврського ступеня освіти  
Харківський національний університет ім. В.В. Докучаєва

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КРИТЕРІЇ ПЛАНУВАННЯ В ЗЕРНОВИРОБНИЦТВІ**

Ефективність діяльності підприємства є найважливішою узагальнюючою характеристикою результативності діяльності, яка розраховується як відношення величини створених товарів і наданих послуг до сукупних затрат підприємства [1]. Зернове виробництво України традиційно є основою всього продовольчого комплексу і найбільшою галуззю сільського господарства. Майже 40% агропромислового виробництва безпосередньо пов'язане із зерновими ресурсами, під посівами зернових культур зайнято понад половину ріллі, на частку зерна припадає понад однієї третини вартості валової продукції рослинництва і майже

третина всіх кормів у тваринництві. За займаною площею ріллі, розмірами залучених в нього трудових, матеріальних і фінансових ресурсів зернове виробництво перевершує будь-яку іншу галузь рослинництва. Актуальність даного питання полягає в тому, що зниження темпів розвитку економіки України в сучасних умовах та різке зростання цін на оборотні матеріальні ресурси негативно впливає на ефективність виробництва сільськогосподарської продукції в цілому та на виробництво й реалізацію насіння зокрема [2.3]. Сільське господарство України є однією з найважливіших галузей економіки. Воно забезпечує 8,2 % валової доданої вартості [4]. Така економічна ситуація вимагає пошуку шляхів підвищення прибутковості та рентабельності виробництва насіння, що будуть сприяти більш раціональному розрахунку потреби вартості насіння. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень і численні публікації, недостатньо вивченими залишаються проблеми планування потреби і вартості насіння

Потребу в насінні планують, виходячи з посівних площ і вагових норм його висіву. Ці норми враховують кількість зерен на 1 га, які забезпечують оптимальну густоту рослин, що залежить від сорту, строків і способу посіву, якості насіння, ґрунту, попередників, забезпеченості поживними речовинами тощо.

У плані передбачають створення в необхідних розмірах відновлювального страхового фонду насіння в розмірі 10—15% загальної потреби насіння ярих культур.

Потребу в насінні для посівів під урожай планового року, як правило, задовольняє продукція, вироблена в передплановому році, а потребу в насінні для посіву озимих культур покривають продукцією планового року. Крім того, передбачають придбання насіння для сортозаміни й сортооновлення. У статтю бізнес-плану «Насіння та посадковий матеріал» включають вартість насіння та посадкового матеріалу власного виробництва і придбаного, які будуть використовуватися для посіву (посадки) відповідних

сільськогосподарських культур і насаджень, крім молодих багаторічних насаджень, закладка яких проводиться за рахунок капітальних вкладень. Слід врахувати: у вартість насіння і садивного матеріалу включають витрати на його очищення, сортування, зберігання і завезення в господарство; витрати на підготовку насіння до сівби (протруювання, сортування тощо), навантаження та транспортування їх до місця сівби не включаються у вартість насіння, а відносяться на виробництво певної сільськогосподарської культури (групи культур) за відповідними статтями витрат (оплата праці, пальне і т. д.); витрати на насіння озимих на зерно і зелену масу, багаторічних трав, які посіли в передплановому році, включають до складу витрат минулих років, а на посіви під урожай наступного за плановим року - до складу витрат незавершеного виробництва.

У сучасному сільському господарстві лише через насіння та садивний матеріал реалізуються здобутки селекційного прогресу, втілені в нових сортах. На виробництво якісного насінневого матеріалу в значній мірі впливає вибір сприятливих регіонів для виробництва посівного та садивного матеріалу, можливість отримання двох урожаїв посівного матеріалу, дотримання технологій вирощування, наявність кваліфікованих спеціалістів при виробництві насінневого матеріалу.

Отже, головним напрямом для подальших досліджень має стати знаходження шляхів підвищення врожайності зернових культур та оптимізація витрат на насіння та посадковий матеріал. Для цього потрібно, враховуючи потребу в насінні та виходячи з посівних площ і вагових норм його висіву, виведення високопродуктивних і високотехнологічних сортів та гібридів. Існуючі сучасні глобалізаційні процеси вимагають від України якомога швидшого входження в міжнародну систему торгівлі, зокрема через набуття членства у Світовій організації торгівлі та вступ до Європейського Союзу [5].

### Література:

1. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія —Економічні науки». - 2012. - № 5. С. 123 - 129. - 299 с
2. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: Навч. посібник / М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко, В. К. Збарський та ін.; Заред. М. М. Ільчука. —К.: Вища освіта, 2002. — 398 с.: іл.
3. Саблук П. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П.Саблук// Економіка України – 2008. – 12. – С. 4 – 18.
4. Чернега І.І. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / І.І. Чернега, М.С. Пономарьова, Ю.В. Загорська // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6–12. 218 с.
5. Пономарьова М.С. Особливості управління в галузі рослинництва в умовах ринкових перетворень / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практичній конференції фундаментальні та прикладні проблеми підприємницької діяльності в аграрному секторі. -Х.: 23 – 24 квітня 2015 р. С. 65-68. 338 с.

**Пономарьова М.С.**, канд. екон. наук., доцент  
Харківський національний університет ім. В.В. Докучаєва

## **СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГУ В НАСІННИЦТВІ В КОМПЛЕКСІ ЗРОСТАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Для ефективного планування та управління бізнесом у сфері агропродовольчого комплексу в умовах жорсткої конкуренції, особливо з іноземними товаровиробниками, і враховуючи можливі несприятливі погодні умови, сільські товаровиробники змушені впроваджувати елементи маркетингу в господарську діяльність [1,2]. Система агромаркетингу включає



в себе комплекс ринкових відносин і інформаційних потоків для встановлення зв'язків з ринками збуту. В якості керованої системи виступає маркетингова середовище, яке може бути умовно підрозділена на внутрішню і зовнішню. Внутрішня мікросередовище агромаркетингу включає елементи постійної роботи з постачальниками, конкурентами, транспортними та фінансово-кредитними організаціями, яка управляється керівництвом підприємства.

Для реалізації системи маркетингу в насінництві необхідно визначити: особливості маркетингу та бізнес-планування в рослинництві, логістику насіннєвих фондів, суть та значення товарної політики підприємств, етапи сприйняття нового продукту та основні параметри, що характеризують конкурентоспроможність товарів; основні етапи ціноутворення, цінову еластичність товару і головні чинники, що впливають на формування ціни; поняття ринку, типи та види ринків, сегментування ринків, ємність та долю ринку, ринкові ніші; суть і завдання системи просування товару, основні риси каналів розповсюдження товарів ;суть, завдання, принципи та види маркетингового дослідження; форми маркетингових організаційних структур. В зростанні конкурентоспроможності продукції система маркетингу в насінництві дозволяє: збирати та обробляти маркетингову інформацію; проводити сегментування ринку та позиціонування товару; розраховувати і аналізувати економічні показники конкурентоспроможності товару; оцінювати споживчі переваги товарів; розрізняти та класифікувати основні моделі встановлення цін; оформляти звіт за результатами маркетингового дослідження; розробляти комплекс стимулювання збуту; аналізувати та розраховувати основні фінансові показники маркетингового плану; мати уявлення у галузі прийняття рішень щодо: маркетингової діяльності на підприємстві: товарній, ціновій політиці, політиці комунікацій та просування, теоретико-методичних засад маркетингових досліджень ринку; здійснювати прогнози в насінництві, контролювати обіг насіння та насіннєвих фондів.

Для досягнення максимальної економічної ефективності сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах агромаркетингу необхідно делегувати функції ціноутворення, формування товарної політики, управління каналами реалізації продукції, ведення оптової та роздрібною торгівлі, реклами, проведення ринкових досліджень [3].

### **Література:**

1. Пономарьова М.С., Єфремова Н.О., Нагорнюк О.П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”- 2018 - № 1. - С. 247.

2. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності /І.С. Рябуха // Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. – Х., 2014. – С. 81–83.

3. Рябуха І. С. Розробка комплексу маркетингу та поліпшення маркетингової діяльності на базі товариства з обмеженою відповідальністю "Новоалександрівське" Вовчанського району Харківської області / І. С. Рябуха // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В.Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 6. - С. 196-203. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau\\_ekon\\_2013\\_6\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_31)

**Захаров І.К.**, здобувач третього рівня освіти  
Харківський національний університет ім. В.В. Докучаєва

## **РЕСУРСО- І ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Для початку, хочу зазначити, що одним з першочергових завдань кожного підприємства, ціллю якого є ефективна та успішна діяльність – це правильно побудована система менеджменту ресурсного потенціалу. Питання ресурсо- і енергозбереження, на сьогодні, є досить актуальними (тут слід зазначити одну «маленьку» дрібницю, що досить популярними та актуальними вони є закордоном, завдяки державній підтримці та великій кількості інвесторів, які виділяють кошти науковим структурам для проведення досліджень у цьому напрямку) причиною цього є те, що забезпечення процесу виробництва продукції з мінімальними затратами є одним з пріоритетних напрямів збільшення рентабельності підприємства будь-якої направленості. Поглиблені дослідження даного питання, частіше всього, проводилося на рівні промислових підприємств, а господарства аграрної направленості, у свою чергу, займалися дослідженням питань пов'язаних з підвищенням ефективності використання свого ресурсного потенціалу та продуктивності виробництва за рахунок інтенсивних і екстенсивних способів. На сьогодні, враховуючі постійний розвиток техніки та технологій вирощування сільськогосподарської продукції, ці питання є досить актуальними і для аграрного сектору. Насамперед причиною даного дійства, є необхідність зменшення витрат на виробництво, а також покращення показників якості продукції та підвищення продуктивності виробництва в цілому. Гадаю, кожному підприємству ці зміни повинні піти на користь, чи не так?! Саме тому, враховуючі приведені позитивні зміни, а

також підвищення рівня екологічності аграрного виробництва, подібний напрям змін є актуальним для проведення досліджень.

Перейдемо безпосередньо до визначення «ресурсо- і енергозбереження». Під даним процесом слід розуміти – діяльність направлену на зменшення ресурсо- і енергоємності всього диференційованого сільськогосподарського виробництва та забезпечення безвідходного типу функціонування (або зменшення об'єму відходів від свого існування). Згадаємо, що на економічну ефективність будь-якого виробництва (надання послуг) впливає цінова політика на енергію та ресурси, тобто при різкому (у нас в країні по-іншому не буває) збільшенні цін на них, ми отримуємо підвищення затрат на виробництво, що в свою чергу несе за собою зменшення рівня прибутковості самого господарства. Для нівеляції (хоча б незначної) впливу подібних зовнішніх факторів на підприємство, необхідно побудувати раціональну систему використання всіх типів ресурсів, забезпечити використання нетрадиційних і поновлюваних ресурсних джерел. Одним із найбільших споживачів енергії є сільськогосподарські підприємства. На даний момент, ресурсо- і енергозбереження охоплює наступні задачі: надійність енергопостачання та безперебійність отримання ресурсів; політику цін; законодавство та нормативну базу; ефективність використання ресурсів; охорону довкілля. На основі проведених досліджень було сформовано наступні шляхи поліпшення ресурсо- і енергозбереження у сільському господарстві: 1. Впровадження нових конструктивних рішень при проектуванні сільськогосподарської техніки та енергетичного обладнання; 2. Вдосконалення структури МТП та максимізація кількості транспорту працюючого на біопаливі; 3. Повне задоволення потреб сільського господарства сучасними нафтосховищами і пересувними заправними станціями; 4. Поліпшення якісних показників палива, підвищення надійності енергопостачання; 5. Удосконалення мережі автомобільних доріг у сільській місцевості для залучення більш екологічних видів транспорту; 6. Впровадження індустріальних технологій виробництва,

безвідходних технологій та переробки сільськогосподарської продукції; 7. Інтенсифікація процесу фотосинтезу, для зменшення затрат енергії в парниках; використання у сільському господарстві побічних енергетичних ресурсів; 8. Посилення теплозахисних властивостей конструкцій промислових приміщень та житлових будинків; використання нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії.

### **Література:**

1. Білоусько Т.Ю., Захаров І.К. Сутність управління змінами та їх вплив на тенденції розвитку підприємства.: Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання Науково-практична конференція : Національної академії Національної гвардії України 29 листопада 2018 року м. Харків 22-25 с.

2. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія —Економічні науки». - 2012. - № 5. С. 123 - 129. - 299 с

3. Захаров І. Інноваційний та інформаційний ресурси, як окремий елемент формування ресурсного потенціалу аграрного підприємства: матеріали міжнародної науково-практичної конференції: «Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії», 16 листопада 2018 р. м. Бережани, Тернопільська обл., Україна. 2018р.

4. Чернега І.І. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / І.І. Чернега, М.С. Пономарьова, Ю.В.Загорська // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6–12. 218 с.

5. Захаров І.К. Управління ефективним використанням ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства на інноваційній основі.: Актуальні проблеми сучасної економіки, менеджменту, публічного управління та адміністрування, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали студ. наук.-практ.конф., 11-13 грудня 2018р.: Харк.нац.аграр.ун-т. Х., 2018.26 с.

**Рибак Владислава**, студентка I курсу факультету  
економіки та менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доцент **Ковальов В.В.**  
м. Херсон

## **ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ**

В Україні триває складний процес розбудови демократичної, суверенної, правової держави, інтеграції її у світову політичну і економічну системи. Та незалежність будь-якої держави передбачає не тільки політичну, а й економічну самостійність.

Ефективне функціонування сучасної економіки неможливе без розвиненого, стабільно працюючого фондового ринку, на якому відбувається перерозподіл вільних фінансових ресурсів для найкращого задоволення потреб національної економіки в інвестиціях і забезпечення можливості їх одержання за допомогою емісії цінних паперів та їх розміщення на фондовому ринку. Розвиток ринку як механізму накопичення та інвестування капіталів – необхідна умова подолання кризових явищ в економіці України [1].

Найбільш активними учасниками фондового ринку є комерційні банки, які значною мірою впливають на його формування та розвиток.

Діяльність банків на ринку цінних паперів полягає в тому, що вони здійснюють операції на цьому ринку за загальними правилами, що діють для всіх учасників ринку цінних паперів, але при цьому повинні дотримуватися ще й додаткових правил, що встановлюються Національним банком України..

Аналізуючи роль і місце банківської системи на фінансовому ринку, виокремлюємо дві основні взаємопов'язані функції: забезпечення економіки необхідною кількістю засобів платежу за рахунок ефекту мультиплікатора і

трансформації заощаджень в інвестиції [2].

Проте в умовах недостатнього розвитку небанківського фінансового сектору, покликаного забезпечувати економіку країни довгостроковими ресурсами через операції на фондовому ринку, означені функції доводиться брати на себе банківській системі України.

Згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність» [3] банки можуть здійснювати на фондовому ринку такі операції: емісію власних цінних паперів; організацію купівлі-продажу цінних паперів за дорученням клієнтів; операції на фондовому ринку від свого імені; інвестиції у статутні капітали та акції інших юридичних осіб; довірче управління цінними паперами за договорами з юридичними і фізичними особами; депозитарна діяльність із ведення реєстрів власників іменних цінних паперів.

У процесі своєї діяльності на фондовому ринку банки дбають про такі основні цілі: залучення додаткових грошових ресурсів для традиційної кредитної й розрахункової діяльності на основі емісії цінних паперів; отримання прибутку від власних інвестицій у цінні папери за рахунок відсотків і дивідендів, які виплачуються банку, і збільшення курсової вартості цінних паперів; отримання прибутку від надання клієнтам послуг з операцій із цінними паперами; конкурентне розширення сфери впливу банку і залучення нової клієнтури за рахунок участі в капіталах підприємств і організацій, установ підконтрольних фінансових структур; підтримку необхідного запасу ліквідності при забезпеченні дохідності й вкладенні в ліквідні засоби банку; отримання додаткових прибутків від помірної спекуляції цінними паперами і страхування фінансових ризиків клієнтів шляхом операцій з похідними цінними паперами [4].

До основних проблем розвитку інвестиційної діяльності банків на фондовому ринку можна віднести відсутність достатньої законодавчої бази для захисту прав інвесторів та акціонерів [5].

Значною проблемою для діяльності банків на ринку цінних паперів є переважання в Україні неорганізованого ринку цінних паперів. Адже понад

98% операцій ринку, за оцінками ДКЦПФР, здійснюється поза межами бірж і торговельних систем, на так званому телефонному ринку, де домінують «угоди за домовленістю» [5].

Розвиток операцій із цінними паперами може стати одним із провідних елементів забезпечення інтеграції банківської системи України у світовий економічний простір.

Водночас існує ціла низка проблем, які гальмують цей напрям їхньої діяльності. Частка операцій із цінними паперами в активних операціях банківської системи ще невелика. Це пояснюється зваженою політикою керівництва банків щодо вкладень у фондові інструменти, недостатнім розвитком ринку цінних паперів в Україні та браком надійних інструментів для фінансових інвестицій. Також існують певні негативні фактори, які гальмують процес проведення банками операцій із цінними паперами, тому й виникає потреба розроблення шляхів їх подолання. Оскільки головною проблемою є нерозвиненість самого ринку цінних паперів, то необхідно вдосконалювати його інфраструктуру, а також проводити ефективну державну політику щодо оподаткування операцій на ринку цінних паперів.

### **Література:**

1. Миколишин М.М. Аналіз діяльності банків на ринку цінних паперів / М.М. Миколишин // Вісник Університету банківської справи. – 2016. - № 3. – С. 29-35.
2. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23.02.2006 № 3480-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>.
3. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
4. «Діяльність комерційних банків на фондовому ринку: світова й вітчизняна практика» [Електронний ресурс] - <https://buklib.net/books/24613>



5. Питання функціонування та вдосконалення інфраструктури фондового ринку України: інформаційно-аналітичні матеріали ; за ред. О.І. Кіреєва, М.М. Шаповалової, Н.І. Гребеник. – К. : Центр наукових досліджень НБУ, 2005. – 132 с.

**Осадчий О.Д.**, к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

У процесі розвитку ринкових механізмів в економіці важливим завданням науки і практики господарської діяльності підприємств стає забезпечення економічної безпеки. На думку С.Л. Маламедова «Під економічною безпекою підприємницької структури розуміють захищеність її життєво важливих інтересів від внутрішніх та зовнішніх загроз, тобто захист підприємницької структури, її кадрового, інтелектуального потенціалу, інформації, технологій, капіталу та прибутків, які забезпечуються системою дій спеціального, правового, економічного, організаційного, інформаційно-технічного та соціального характеру» [1, с. 36]. А.П. Судоплатов і С.В. Лекареєв вважають, що: «Безпека підприємства – це такий стан його правових, економічних та виробничих відносин, а також матеріальних, інтелектуальних та інформаційних ресурсів, який виражає здатність підприємства до стабільного функціонування» [2, с. 54].

На нашу думку, економічна безпека підприємства – це захищеність діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до зовнішніх умов без негативних наслідків для підприємства. Глобалізаційні процеси, поділ праці й інтеграція до світової

економічної системи, відкритість ринків товарів і послуг ведуть практично до ліквідації традиційних політичних і географічних меж в економіці [3, с. 19]. З огляду на це, питання економічної безпеки стають дедалі актуальнішими і в аспекті національної безпеки.

Економічна безпека підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, найважливішим серед яких вважається рівень економічної безпеки, який визначається станом використання корпоративних ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки підприємства. Цей показник залежить від спроможності керівництва підприємства і спеціалістів ефективно уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Досягнення найбільш високого рівня економічної безпеки підприємство має проводити роботу із забезпечення максимальної безпеки основних функціональних складових своєї роботи [4, с. 27]. Функціональні складові економічної безпеки підприємства – це сукупність основних напрямів його економічної безпеки, що істотно відрізняються один від одного за своїм змістом. Проведене дослідження дозволило виділити складові економічної безпеки підприємства:

- фінансова – до неї входять такі елементи, за якими оцінюється стан загрози: аналіз загрози негативних дій щодо політико-правової складової економічної безпеки; оцінка поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки; оцінка ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій, пов'язаних з антикризовими явищами;

- інтелектуальна і кадрова – програма інтелектуальної та кадрової складових економічної безпеки має охоплювати як взаємопов'язані, так і самостійні напрями діяльності того чи іншого суб'єкта господарювання;

- техніко-технологічна – передбачає аналіз ринку технологій стосовно виробництва продукції аналогічного профілю певного підприємства;

- політико-правова – охоплює такі елементи організаційно-економічного спрямування: аналіз загроз негативних впливів; оцінку

поточного рівня забезпечення; планування комплексних заходів спеціалізованими підрозділами підприємства; здійснення ресурсного планування; планування роботи відповідних функціональних підрозділів підприємства;

- інформаційна – формується таким чином: здійснюється збір всіх видів інформації, яка стосується діяльності суб'єкта господарювання; аналіз отриманої інформації з дотриманням загальноприйнятих принципів;

- екологічна – має гарантувати безпеку суспільству від суб'єктів господарювання, що здійснюють виробничо-комерційну діяльність;

- силова – має забезпечити фізичну і моральну безпеку співробітників; гарантувати безпеку майна та капіталу підприємства; гарантувати безпеку інформаційного середовища підприємства; забезпечити сприятливе зовнішнє середовище бізнесу.

Таким чином, під економічною безпекою підприємства варто розуміти властивість підприємства, яка характеризується його здатністю функціонувати для досягнення своїх цілей за певних зовнішніх умов і їх змін у певних межах. Будь-які загрози економічній безпеці можуть бути відвернені і ліквідована можливість виникнення збитків фінансовому становищу підприємств, якщо наявні корпоративні ресурси будуть спрямовані виключно на забезпечення економічної безпеки.

### **Література:**

1. Меламедов С.Л. Формування стратегії економічної безпеки підприємницьких структур: навч. посібник. К.: Освіта, 2002. 58 с.

2. Судоплатов А.П., Лекарев С.В. Безпека підприємницької діяльності: навч. посібник. Л.: ОЛМА-ПРЕС, 2011. 379 с.

3. Шевченко І.В. Особливості формування економічної безпеки підприємства. Наука молода. 2012. №10. С. 18-23.

4. Штамбург Н.В. Складові економічної безпеки підприємства. Наука молода. 2011. №1(4). С. 26-29.

**Шовкун Л.В.**, к.е.н., доцент,

**Новіков А.О.**, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії  
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

## **КОНЦЕПЦІЯ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі становлення і розвитку ринкової економіки в Україні особливої важливості набувають питання організаційного проектування українських підприємств. Даний процес необхідно розглядати як розробку проектної, конструкторської, кошторисної й іншої технологічної документації, призначеної для здійснення капітального будівництва підприємства, для створення нових видів і зразків продукції [1, С. 6].

Організаційна проектна діяльність пронизує сьогодні всі сфери функціонування традиційного підприємства: у маркетингу – це організаційні проекти маркетингових досліджень, рекламних акцій, виведення на ринок нових продуктів, завоювання нових ринків збуту; у дослідно-конструкторських підрозділах – це організаційні проекти розробки нових продуктів, технологій; у виробництві – організаційні проекти освоєння випуску нової продукції, технічного переозброєння, впровадження нових технологій; у збуті – організаційні проекти побудови торговельно-збутової мережі. Це і визначає актуальність вибору такого напрямку дослідження, як організаційне проектування підприємства.

Теоретико-методологічні засади організаційного проектування підприємства є предметом дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема: Г.Монастирського, А.Радутіна, Дж.Гелбрейта, Б.Мільнера, Л.Пузиревського, В.Кукоби, КГ.Грундіга, Л.Комарова, Л.Корміної та ін. [2, С. 1].

На думку А. Радутіна, організаційне проектування – це процес знаходження відповідності між ключовими елементами організації

(структура, люди, завдання, системи рішень та заохочень, а також неформальна організація і культура) та її стратегією, який приводить до успіху. Організаційне проектування – це процес, який має дискретний характер і безліч альтернативних напрямів розвитку.

В.М. Гриньова [3, С. 256] вважає, що організаційне проектування підприємства пов'язане з виконанням комплексу робіт зі створення підприємства, формування його структури і системи менеджменту, забезпечення його діяльності всім необхідним. Метою такого проектування є забезпечення високого рівня організованості діяльності підприємства. Для цього необхідно, щоб діяльність підприємства проектувалася, регламентувалася, мала цілеспрямований характер, була нормована та забезпечена необхідними інструкціями, інформацією і ресурсами, здійснювалася за раціональною для певних умов технологією.

Концепція (система поглядів) створення нової або перебудови існуючої організації у своїй основі має ідею про принципову можливість поліпшити діяльність підприємства.

Проектування підприємства пов'язано з прийняттям рішень, що стосуються таких елементів:

- 1) поділ праці та спеціалізація; 2) департаменталізація та кооперація;
- 3) зв'язок між відділами та координація; 4) норма керованості та контролю; 5) ієрархія організації та її ланцюговість; 6) розподіл прав і відповідальності; 7) централізація та децентралізація; 8) диференціація та інтеграція.

Розрізняють два підходи до проектування підприємства: бюрократичний (механістичний) та біхевіористичний (органічний).

Ці підходи займають важливе місце не тільки в теорії та практиці управління, але і в теорії організації. Вже самі назви – механістичний та органічний – відображають основні риси цих підходів. Застосування терміна "механістичний" до організації використовується для того, щоб показати, що система спроектована на зразок машинного механізму, призначеного для

продуктивних операцій. Термін "органічний" надає організації властивості живого організму, вільного від недоліків механістичної структури. [4, С. 28]

Безпосереднім механізмом реалізації проекту організаційної системи є організування, що передбачає формування структури підприємства.

Підприємства України потребують масового удосконалення своєї організаційної структури. Це має здійснюватися на основі застосування методів та підходів організаційного проектування. В результаті проектування встановлюються: ієрархія підприємства; розподіл повноважень і відповідальності; централізація і децентралізація в управлінні підприємством; диференціація та інтеграція елементів структури і функцій[5, С.231].

### **Література:**

1. Комарова Л.Ф. Основи проектування підприємств, устаткування і споруд для захисту біосфери : навч. посіб. / Л.Ф. Комарова, Л.А. Кормина. – Барнаул, 2001. – 160 с.
2. Сисоєнко І.А. Еволюція поглядів на етапи здійснення організаційного проектування на підприємстві: наукова стаття / Сисоєнко І.А. – Х. : Вісник ЖДТУ. 2013. № 3 (65) – 7 с.
3. Гриньова В.М. Організація виробництва : підручник / В.М. Гриньова, М.М. Салун. – К. : Знання, 2009. – 582 с.
4. Грундіг К.Г. Проектування промислових підприємств. Принципи. Методи. Практика / К.-Г. Грундіг. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2007. – 340 с.
5. Пономарьова М.С. Шовкун Л.В., Савельєва О.М. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2015. № 1. С. 227–236.

**Скляренко А.О.**, старший викладач кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Економічне зростання є необхідною умовою вирішення більшості соціально-економічних проблем. На сучасному етапі економічному зростанню в Україні заважає наявність проблем та труднощів, які мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. До них можна віднести: залежність економічного зростання від експорту сировини; неефективна структура економіки країни; політична нестабільність; необхідність визначення обмеженого кола важливіших пріоритетів економічного та соціального розвитку; вимушена реалізація політики енергозбереження тощо. Останні два роки світова фінансова криза загострила внутрішні економічні проблеми країни.

В умовах обмежених обсягів бюджетних коштів, що характерно для країн в умовах сучасної фінансової кризи, вирішити всі проблеми, наявні в економіці, сфері соціального забезпечення та досягти розвитку практично неможливо. Саме тому нашій державі необхідно визначитися з обмеженим колом пріоритетів економічного та соціального розвитку. Незважаючи на те, що це питання достатньо часто підіймається і серед економістів, і серед політиків, кількість таких пріоритетів сягає десятків, самі пріоритети постійно змінюються залежно від того чи іншого уряду, тієї чи іншої політичної ситуації. У результаті сьогодні існує понад 400 державних цільових програм, які мають приблизно однаковий рівень пріоритетності. Фінансування цих програм здійснюється у неповному обсягу, що не дозволяє досягти поставлених завдань[2].

Отже, слід здійснювати вибір пріоритетних завдань, які вимагають першочергової уваги, а також чітко сформулювати цілі та механізми реалізації, критерії досягнення результатів, принципи фінансового забезпечення.

Пріоритетним напрямком розвитку економіки України, на думку значної кількості економістів, є формування та ефективне функціонування в Україні інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання. Ця модель надасть можливість забезпечити стійке економічне зростання, збільшення експорту обробних галузей промисловості, переходу до технологій працевбереження та енергозбереження, розвитку інтелектуального потенціалу країни. Тільки в цьому випадку економічне зростання буде мати якісно новий довгостроковий характер, націлений на підвищення рівня та якості життя населення. Але цей процес зіштовхується з низкою проблем, більшість яких є підпорядкованими до загальних проблем економічного зростання. Мова йде про відсутність достатніх власних коштів, недостатнє державне фінансування інноваційно інвестиційних проектів, нерозвиненість інноваційної інфраструктури, проблеми законодавчого регулювання [3].

Для досягнення стійкого економічного зростання в Україні потрібно поєднати інвестиційну та інноваційну діяльність, оскільки інвестиційна діяльність не завжди передбачає інноваційну, а для стійкого інноваційного розвитку обов'язково потрібні інвестиції. У сфері інвестиційної політики треба зосередитись на забезпеченні інвестиційної активності національних суб'єктів у середині держави за рахунок внутрішніх джерел інвестування, створенні сприятливого інвестиційного клімату для іноземного капіталу, поклавши на державу функції гаранта стабільності інвестиційного клімату, а також запровадженні ефективного використання інвестиційних ресурсів. У сфері інноваційної політики державі необхідно запровадити сприятливу систему фінансово-кредитних і податкових інструментів для збільшення фінансування та розвитку науково-технічної сфери, інтелектуального



потенціалу та розвитку підприємництва як одного з елементів національної інноваційної системи; прискорити розвиток і покращити функціонування інноваційної інфраструктури, розробити ефективну систему страхування інноваційних ризиків, створити заходи для вдосконалення захисту та використання інтелектуальної власності [1].

Необхідними є пришвидшена розбудова національної інноваційної системи на основі довгострокових технологічних прогнозів, посилення ролі держави в комерціалізації базисних інновацій, державне стимулювання інноваційної активності бізнесу, створення в країні першокласних університетів світового рівня тощо. Щоб реалізувати ці напрями інноваційного розвитку, необхідно за активної підтримки держави провести суттєві зміни господарського механізму національної економічної системи в цілому, у тому числі: модернізувати матеріально-технічну базу виробництва, здійснити прогресивну структурну перебудову національної економіки з пріоритетом на створення і розбудову п'ятого і шостого технологічних укладів, забезпечити розвиток людського капіталу, створити потужну систему фінансування інноваційної діяльності.

### **Література:**

1. Давидов М. В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 4. С. 130-134.
2. Станьковська І.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах економічного розвитку України. Управління розвитком. 2007. № 8. С. 77-78.
3. Іваноньків О. О. Зарубіжний досвід розвитку економічних систем на інноваційній основі. Актуальні проблеми економіки. 2007. № 12. С. 23-29.

**Теленік Вікторія**, студентка I курсу факультету  
економіки та менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доцент **Ковальов В.В.**  
м. Херсон

## **СУТНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК**

Сьогодні банківські картки є ключовим елементом електронних банківських систем та все активніше витісняють звичні чекові книжки та готівку. Операції з банківськими платіжними картками, з одного боку, розширюють спектр послуг банку, а з іншого – є потужним джерелом ресурсів як в іноземній, так і в національній валютах.

Власник банківської платіжної картки має цілу низку переваг: надійність збереження власних коштів навіть у разі втрати платіжної картки (досить тільки повідомити банк про втрату картки); зручність під час розрахунку за певні товари чи послуги як у нашій країні, так і за кордоном, оскільки автоматична конвертація здійснюється за більш вигідним курсом, ніж в обмінних пунктах, і можна проконтролювати свої витрати. Також у власників платіжних карток з'явилася ще одна можливість оплачувати рахунки, не виходячи з оселі [1].

Платіжні картки є одним з найпопулярніших платіжних засобів у світі. Їх розвиток із XIX ст. пояснюється об'єктивними еволюційними факторами, а саме:

- 1) набагато зручніше носити із собою одну картку, аніж великі обсяги готівки;
- 2) розвиток банківської системи сприяв розвитку безготівкових розрахунків;
- 3) держави Європи та Північної Америки, зацікавлені у контролі за розрахунками, сприяли розвитку карткових платіжних систем.

В Україні банківські картки почали використовувати не так давно, проте досвід попередніх років показав позитивні тенденції щодо перспектив розвитку безготівкових розрахунків в Україні. Однією з причин не досить масового поширення безготівкових розрахунків серед населення є те, що в Україні не розвинена мережа розрахунків платіжними картками. Мало обізнане про безготівкові розрахунки сільське населення та люди похилого віку. Вдосконалення механізму безготівкових розрахунків завжди залишається актуальним питанням [3].

Законом України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» введений термін електронного платіжного засобу, який визначається як платіжний інструмент, що дає його держателю можливість за допомогою платіжного пристрою отримати інформацію про належні держателю кошти та ініціювати їх переказ [4].

Сутність «платіжних карток» різними авторами розглядається за допомогою таких категорій: пластикова картка, інструмент, документ, засіб. Але, незважаючи на різноманіття визначень поняття «платіжна картка», деякі з них все ж таки мало чим відрізняються одне від одного за своєю сутністю.

Отже, банківська платіжна картка – це ідентифікаційний засіб, за допомогою якого держателю картки дається можливість здійснення операцій по своєму рахунку. Основна функція платіжної картки – забезпечення ідентифікації особи, що її використовує, як суб'єкта платіжної системи. Платіжна картка є пластиною стандартних розмірів, виготовленою зі спеціальної, стійкої до будь-яких пошкоджень пластмаси. Для цього на картку наносяться логотипи банку-емітента і платіжної системи, що обслуговує картку, ім'я власника картки, номер його рахунку, строк дії картки. Крім цього, на картці можуть бути присутні фотокартка власника і його підпис.

Розрізняють індивідуальні та корпоративні картки. Індивідуальна картка видається окремим клієнтам банку (емітовані на фізичну особу) і може бути звичайною, тобто розрахованою на масовий ринок, або елітною,

тобто розрахованою на громадян з великими доходами і високим кредитним рейтингом. Елітні (привілейовані) картки призначені для осіб з високою кредитоспроможністю і передбачають для їх власників багато додаткових послуг та пільг [5].

Корпоративна картка видається організації, яка на основі такої картки може видати індивідуальні картки вибраним особам (керівникам або просто цінним співробітникам). Їм відкриваються персональні рахунки, «прив'язані» до корпоративного карткового рахунку. Відповідальність перед банком за корпоративним рахунком несе організація, а не власники індивідуальних корпоративних карток.

Сьогодні кредитні картки стали невід'ємною частиною системи платежів і вийшли далеко за рамки своєї традиційної кредитної ролі [6].

Здійснення банками операцій з платіжними картками є справою важливою і актуальною та сприятиме створенню необхідних умов для поліпшення структури грошового обігу в Україні за рахунок розвитку масових безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток і скорочення частки готівкових розрахунків

### **Література:**

1. Катюха К.О., Успенко В.І. Аналіз стану та розвиток ринку платіжних карток економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2012, № 2(18) – С. 34-42.
2. Чесноков А.В. Банковская карточка – национальные особенности / А.В. Чесноков // КартБланш. – 2001. – № 12. – С. 4–9.
3. Смолень Р.П., Українець І.М Розвиток безготівкових розрахунків в Україні / Наука й економіка / 2012, № 2 (26) – С. 53-57
4. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2346-III, редакція від 6 листопада 2016 р. [Електронний ресурс].
5. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.:

Книжный мир, 2009. – 860 с.

6. Ільницька Н.В. Аналіз світового ринку електронних грошей / Н.В. Ільницька // Вісник НБУ . – 2010. – № 5. – С. 31–36.

**Грицина В.В.**, асистент кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **СУТНІСТЬ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасний стан розвитку економіки України вимагає від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції, дієвих форм господарювання і управління виробництвом, ініціативи і виконавчої дисципліни на кожному робочому місці. Проблема стратегії управління капіталом підприємства займає одне з важливих місць в його діяльності.

Економічна сутність поняття «капітал» досліджується науковцями протягом багатьох століть. Провідна роль категорії «капітал» підкреслюється самим змістовим значенням цього поняття, що походить від латинського слова «capitalis» і означає головний, основний, ґрунтовний, дуже важливий [1].

В історичному ракурсі економічної теорії науковці розглядали поняття капітал, який належав землевласникам, власникам засобів та предметів праці, тобто наявність залученого капіталу не передбачалось і таким чином капітал ототожнювався з власним капіталом [2].

Погляди сучасних економістів відносно сутності поняття «капітал» є більш глибокими, оскільки його трактування здійснюється вже в контексті «капітал, як господарюючий суб'єкт», та поділяють на «власний» та «залучений».

Так, на думку Коваленко Л.О. та Ремньової Л.М., «капітал –

матеріальні засоби і грошові кошти, вкладені в підприємство з метою здійснення підприємницької діяльності» [3, с. 248].

Біла О.Г. вважає, що «капітал підприємства – сукупні грошові ресурси, що використовуються на підприємстві, або це авансований у господарську діяльність капітал власний, позичений і залучений у сукупності» [4, с. 113].

Кудряшов В.П. стверджує, що «капіталом підприємства – є вартість матеріальних цінностей, фінансових вкладень і грошових коштів, необхідних для забезпечення господарської діяльності підприємства» [5].

Одне із найпростіших визначень капіталу сформулював Опарін В.М.: «Фінансові ресурси (капітал) – це сума коштів, спрямованих в основні засоби та обігові кошти підприємства» [6].

Відповідно до Економічної енциклопедії капітал – сукупність виробничих відносин капіталістичного способу виробництва, за яких засоби праці, певні матеріальні блага, гроші, об'єкти інтелектуальної власності та різні види цінних паперів тощо є знаряддям експлуатації, привласнення частини чужої неоплаченої праці. З точки зору підприємства або власника капітал характеризує загальну вартість у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування активів підприємства [7, с. 9].

Капітал як економічна категорія – є теоретичним вираженням виробничих відносин між власниками засобів виробництва і власниками робочої сили. Тобто – це історично обумовлене, суспільно – виробниче відношення між підприємцями, що володіють засобами виробництва, і людьми найманої праці (робітниками), які позбавлені будь – яких засобів виробництва [8].

З позиції фінансового менеджменту капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів. Тому буде

доцільно, результати систематизації можливих видів капіталу за основними класифікаційними ознаками.

Ефективність діяльності підприємства значною мірою залежить від рівня розвитку та вдосконалення системи управління структурою капіталу, оскільки необхідний обсяг фінансових ресурсів є важливою умовою сталого економічного зростання.

Враховуючи це, під час розроблення загальної системи управління підприємством необхідно вибрати таку структуру капіталу, яка дасть змогу знизити до мінімуму середньозважену вартість капіталу, забезпечуючи при цьому достатній рівень ділової активності підприємства.

### **Література:**

1. Черемісова Т. А. Подальше дослідження економічної сутності капіталу, його видів та функціональної ролі у діяльності підприємства URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/znpchdtu/2008\\_21\\_1/articles/pitanya\\_econom/32\\_cheremisova.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2008_21_1/articles/pitanya_econom/32_cheremisova.pdf)
2. Воськало Н. М. Історичний, економічний та обліковий аспекти тлумачення визначення «власний капітал». Наукові записки. 2015. 1 (34). С. 103-108.
3. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2005. 485 с.
4. Біла О. Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. Фінанси України. 2007. № 4. С.112-119.
5. Кудряшов В.П. Фінанси: навч. посібник . Херсон: олдді-плюс, 2002. 352 с.
6. Опарін В. М. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення. Вісник НБУ. 2000. №5. С. 11.
7. Сук Л. К. Фінансовий облік: навч. посіб. К.: Знання, 2012. 647 с.
8. Боднарчук А. В. Економічна сутність капіталу. «Молодий вчений». 2015. №6. С. 37-44.

**Krymtseva T.**, postgraduate student of the  
department of economics and  
International Economic Relations  
Kherson State University

Scientific supervisor: doctor of economic sciences, professor Ushkarenko Y.

## **CONDITIONS OF RISK RISK IN PROVIDING THE FOOD SECURITY OF THE COUNTRY**

Food security is always at the forefront of the security of each country, as it is a prerequisite for social and economic stability of the state. Food security of the country is defined as the level of food supply of the population, which guarantees socio-economic and political stability in society, stable and qualitative development of the nation and sustainable development of the state [1]. The importance of addressing the food supply of the country led to the development and adoption of the Law of Ukraine "On Food Safety of Ukraine". In line with this project, food security is defined as the socio-economic and environmental situation in which the population is provided with safe and high-quality basic food products that are essential for a healthy diet.

There are certain threats that affect the country's food security. The threat is the degree of the possibility of realizing the danger for the object under consideration. The Law of Ukraine "On Food Security of Ukraine" states that: the threat of food security is a combination of conditions and factors of various sources that endanger the vital interests of economic, political and social actors, violate the process of reproduction, undermine the standard of living of the population, cause increased social tension in society and have a negative impact on the world's image of the country [3]. They arise out of contradictions in the economic interests of various elements that interact both in the middle and externally of the socio-economic system, and determine the content and directions of security activities. The overcoming of food security threats is related to the overall economic growth of the country, the improvement of its international image, and the strengthening of



its role in solving general state problems [2]. The mechanism of manifestation of external and internal threats to the economic security of the agro-industrial sector reflects the source of the origin of the threats. Investigation of actual and potential risks of ensuring food security of Ukraine allowed to isolate in total threats to the functioning of the domestic agro-industrial complex six main areas of their formation:

1) Risks in the economic sphere: - inaccessibility of long-term credit resources; - inflation growth; - slowing down of payment transactions; - imperfect mechanisms of state support of the industry; - degree of dependence of processing enterprises on external sources of financing; - irrational use of agricultural products. the land; - low level of resource availability; - trade balance deficit; - Ineffective policy for the formation and placement of financial flows: low investment activity.

2) Risks in the marketing sector: - decrease of solvent demand of the population; - underdevelopment of market infrastructure; - deterioration of market conditions; - narrowing the capacity of the European market; - low level of activation of marketing research and advertising; - inefficient pricing policy; - increase in the volume of food imports; - low competitiveness of products.

3) Risks in the social sphere: - reduction of the number of able-bodied population; - low income of the population; - lowering the welfare of the population;  
- shortage of skilled workers; - low level of personnel qualification and personnel motivation; - absence of programs of professional and social development;.

4) Risks in the environmental sphere: - occurrence of man-made and natural emergencies; - anthropogenic congestion of territories; - use of GMOs and production of food products with their use; - presence of anthropogenic violations; - low level of control over hazardous substances, technologies and GMOs; - ecological consequences of the Chernobyl accident.

5) Risks in industrial and technical-technological spheres: - slower pace of technical and technological modernization, the complexity of the process of

technology transfer; - dominance of OSG in the structure of sources of raw materials supply, low quality of raw materials; - low level of innovation activity of enterprises; - depreciation of the material and technical base; - seasonality of supply of raw materials.

6) Risks in the institutional sphere: - low level of legal protection of economic entities; - high degree of shadow economy; - low level of information, personnel and consulting support; - inconsistency of quality standards; - irrational organizational structure; - lack of planning and forecasting activities.

External threats at the macro level are associated with the deepening of globalization processes in the world. Internal threats are manifested in the inability of the state to provide its population with products under all conditions. If internal threats determine the effectiveness of implementing the strategy and policy of agricultural enterprises and can be timely detected and localized, the nature of external threats requires the establishment of an effective system for their detection, limitation and leveling on the part of enterprise management. This objectively predetermines the need for a comprehensive system, food safety management mechanism, and the search for clear tools and methods for providing it.

### **Literature:**

1. Goychuk O.I. Food Safety: Monograph / O.I. Goychuk - Zhytomyr: Polissya, 2004. - 348 p.

2. Paliga N. B. Ways of preventing external and internal threats to the economic safety of an industrial enterprise / NB Paliga, Yu.V. Svetlichnaya // Economy of industry: Electronic resource. - Mode of access: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/soc\\_gum/eprom/2011\\_53/st\\_53\\_30.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/eprom/2011_53/st_53_30.pdf)

3. About food safety of Ukraine from 22.12.2011. No. 8370-1: Law of Ukraine [Electronic resource]. - Access mode: - [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JF8S200A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF8S200A.html).

**Сорокіна А.М.**, аспірантка кафедри економіки та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., професор **Ушкаренко Ю.В.**

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Однією з найрозвинутіших в харчовій промисловості України є кондитерська галузь, виробу якої займають особливе місце в структурі харчової індустрії України. Ця галузь досить динамічно розвивається, показуючи порівняно високі темпи росту, які, нажаль, в останні роки дещо зменшилися. Проте, стабільно високий попит на цю продукцію та достатня забезпеченість власними сировинними ресурсами сприяють розвитку кондитерської галузі як в Україні взагалі, так і по регіонах зокрема.

Незважаючи на те, що кондитерська галузь є однією з найперспективніших галузей, держава не приділяє значної уваги для її розвитку. Країна намагається за рахунок кондитерської галузі покращити стан цукрової галузі, яка зараз опинилася в дуже скрутному становищі. Тому ця, та багато інших проблем заважають подальшому розвитку кондитерської промисловості, та ставлять під загрозу її функціонування навіть на рівні самофінансування. Тому особливо актуальним в наш час для розвитку України є якомога швидше збільшити зростання ефективності функціонування підприємств кондитерської галузі [1].

Ринок кондитерської галузі України є одним з найрозвиненіших у вітчизняній харчовій промисловості. Він характеризується широким асортиментом товарів (рис.1). Слід зазначити, що кондитерська галузь є однією з найбільш потенційно ефективних серед харчових. Це зумовлено, насамперед, особливостями продукції, яка виготовляється, а саме великим та постійно оновлюваним асортиментом, відсутністю державного регулювання ціноутворення, що визначає відносно великий рівень рентабельності

продукції, значний термін придатності продукції робить національний ринок майже необмеженим. Також слід зазначити, значний експортний потенціал кондитерської галузі.

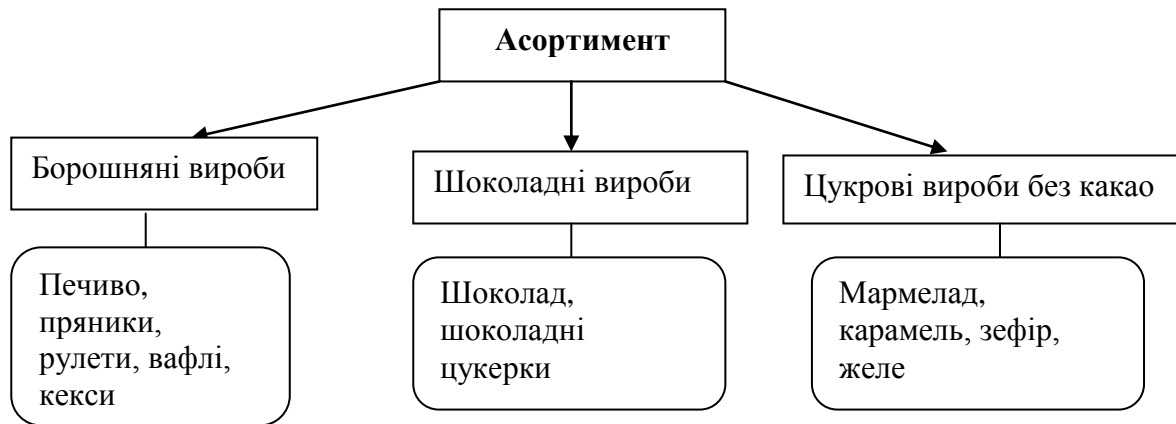


Рис.1. Асортимент товарів кондитерської галузі

Актуальні проблеми кондитерської галузі на сьогоднішній день можна поділити на певні групи (табл. 1).

Таблиця 1

#### Основні проблеми кондитерської галузі

Проблеми	Зміст проблеми
Фінансові проблеми	недостатня залученість інвесторів
Недосконала внутрішня політика держави	зростання ціни на цукор, та як наслідок держави допомогти цукровій промисловості вийти з кризового стану
Проблеми, які пов'язані з російським ринком збуту	збільшення відсотку ввізного мита та введення ПДВ 20% на українську продукцію кондитерської галузі
Пакування продукції	недостатність устаткування та робочої сили

Відповідно до виділених груп проблем, можна запропонувати шляхи їх вирішення: це залучення інвесторів, адже кондитерська галузь є досить перспективною, а тому й інвестиційно привабливою; втілення ефективної політики з підтримки виробників за рахунок держави.

За 2014-2016 роки виявлено наступні проблеми, що гальмують розвиток підприємств кондитерської галузі:

- урядові обмеження на експорт продукції до Російської федерації – спричинили зменшення обсягів виробництва та вимагають пошуку нових ринків збуту;

- нові технології та запуск високоякісних кондитерських виробів здійснюють лише лідери кондитерського ринку, що забезпечені обладнанням для моніторингу контролю якості продукції;

- високий рівень залежності від експорту – запровадження торговельних обмежень негативно впливає на динаміку розвитку кондитерської галузі та зумовлює пошук нових ринків. [2].

Для вирішення цих проблем потрібно змінити напрямок дій з боку українського уряду, а саме відмовитися від тих заходів, які можуть спричинити тривалу кризу виробництва в кондитерській галузі і призвести до того, що українська продукція буде неконкурентоспроможною на світовому ринку. Отже, для подальшого розвитку кондитерської галузі необхідно зробити державою рішучі кроки, адже саме від правильно здійсненої державної політики залежить майбутнє кондитерської галузі України.

### **Література:**

1. Волков В.П. Оцінка рівня монополізму в кондитерській галузі України / В.П. Волков, Л.А. Горошкова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – Вип. №4(8). – С. 181-188.

2. 1. Демяненко К.А Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / К.А. Демяненко // Молодий вчений. – 2016. – № 9 (36). – С. 45-50.

**Сисоєнко І.А.**, к.е.н, доцент

**Ющенко Т.Ю.**, здобувач вищої освіти другого рівня групи 5ФАМ  
Херсонський національний технічний університет

## **ПОДАТКОВІ ПЕРЕВІРКИ ЯК ОСНОВНА ФОРМА ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ**

Відповідно до Податкового кодексу України, контролюючі органи мають право проводити камеральні, документальні (планові або позапланові; виїзні або невиїзні) та фактичні перевірки [1].

Камеральною вважається перевірка, яка проводиться у приміщенні контролюючого органу виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків та даних системи електронного адміністрування податку на додану вартість, а також даних Єдиного реєстру акцизних накладних та даних системи електронного адміністрування реалізації пального.

Документальною перевіркою вважається перевірка, предметом якої є своєчасність, достовірність, повнота нарахування та сплати усіх податків та зборів, а також дотримання валютного та іншого законодавства, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин з працівниками (найманими особами) та яка проводиться на підставі податкових декларацій (розрахунків), фінансової, статистичної та іншої звітності, реєстрів податкового та бухгалтерського обліку, ведення яких передбачено законом, первинних документів, які використовуються в бухгалтерському та податковому обліку і пов'язані з нарахуванням і сплатою податків та зборів, виконанням вимог іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, а також отриманих в установленому законодавством порядку контролюючим органом документів та податкової інформації, у тому числі за результатами перевірок інших платників податків.

Фактичною вважається перевірка, що здійснюється за місцем фактичного провадження платником податків діяльності, розташування господарських або інших об'єктів права власності такого платника. Така перевірка здійснюється контролюючим органом щодо дотримання норм законодавства з питань регулювання обігу готівки, порядку здійснення платниками податків розрахункових операцій, ведення касових операцій, наявності ліцензій, свідоцтв, у тому числі про виробництво та обіг підакцизних товарів, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин з працівниками (найманими особами) [1].

Наведемо деякі статистичні дані. Так, у 2018 році, за результатами контрольно-перевірочної роботи підрозділами аудиту донараховано до бюджету 34,4 млрд. грн., з яких узгоджено 13,4 млрд. грн. У 2018 році підрозділами аудиту було проведено 5,3 тис. планових перевірок платників податків, 15,7 тис. позапланових перевірок та 6,4 тис. зустрічних звірок. Акценти у плановій роботі 2018 року було зроблено на великих платників (перевірено 14%.) із середніх лише 2,5%, а малих тільки 0,3%.

Якість виявлення ризиків несплати податків у 100% запланованих платників підтверджено документально та проведено донарахування. У плановому порядку охоплено найбільші ризики у діяльності 4,3 тис. платників податків із сумарним обсягом доходів 1 257,8 млрд. грн., за галузевим принципом. Так, зі сфери нафтогазової галузі перевірено 140 суб'єктів господарювання з доходами за 2017 рік понад 200 млрд. грн., донараховано 5,8 млрд. грн.; у будівельній галузі - 372 підприємства з доходами понад 33 млрд. грн., донараховано 850 млн. грн.; у переробці та оптовій торгівлі металобрухтом - 21 суб'єкт господарювання з доходами понад 70 млрд. грн., донараховано 570 млн. грн.; у лісозаготівельній галузі - 108 суб'єктів господарювання з доходами понад 12 млрд. грн., донараховано 175 млн. грн., енергетичній - 22 суб'єкта господарювання з доходами понад 47 млрд. грн., донараховано 123 млн. грн. Левову частку у загальній сумі

недоплат, виявлених плановими перевірками, становлять податок на додану вартість, податок на прибуток підприємств, акцизний та земельний податки. Найчастіше при планових заходах виявлялися: заниження доходів в наслідок не оприбуткування активів (природного газу, об'єктів закінченого будівництва тощо); завищення витрат, заниження земельного податку через невірне застосування коефіцієнту функціонального використання землі.

Найбільша увага при проведенні позапланового контролю приділялась відпрацюванню учасників схем ухилення від оподаткування з податку на додану вартість. Так, у межах комплексного контролю податкових ризиків охоплено 2,9 тис. вигодонабувачів та 5,5 млрд. грн. Податку на додану вартість, донараховано грошових зобов'язань, зменшено від'ємне значення об'єкта оподаткування та бюджетне відшкодування податку на додану вартість на 3,3 млрд. грн, встановлено нереальність операцій з продажу на 1,4 млрд. грн.

За судовими рішеннями проведено 461 перевірку, донараховано 3,2 млрд. грн.. Крім того, на виконання доручень щодо проведення перевірок платників, що надавалися під час розслідування кримінальних проваджень, проведено 377 перевірок, донараховано 0,5 млрд. грн. Перевірками у зв'язку з ліквідацією у 2018 році охоплено 6,8 тис. платників, донараховано 1,2 млрд. грн.. Щодо 11,7 тис. платників, які ліквідуються, керівниками територіальних органів Державної фіскальної служби України прийнято рішення про зняття з обліку без проведення перевірки [2].

### **Література:**

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010р. № 2755-VI. Дата оновлення: 23.11.20018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення: 13.05.2019).
2. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 13.05.2019).



**Виногорова Т.І.**, старший викладач кафедри  
загальноекономічних дисциплін,  
**Довгопол А.В.**, здобувач вищої освіти другого  
(магістерського) рівня першого року навчання  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ЕФЕКТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

У останні часи відбулися великі зміни в управлінні бізнесом. Для досягання довгострокового успіху організації неабияке значення має якісна праця персоналу. Успіх підприємства залежить від якості кожного співробітника, тому керівники зацікавлені у створенні гарних робочих умов та заохочення спеціалістів. Вітчизняна економічна наука пропонує поділяти методи управління персоналом на економічні, адміністративні та соціально-психологічні.

Адміністративні методи ґрунтуються на владі, дисципліні та покаранні, базуються на ієрархії управління, на праві керівництва вимагати від підлеглих дотримання правил трудової діяльності та виконання вимог організації.

Економічні методи базуються на використанні економічних (матеріальних) стимулів. Найпоширеніші з них: грошові виплати за досягнення цілей, виконання зазначених компанією критерій; індивідуальні доплати; спеціальні винагороди; надбавка за реформування та розвиток системи організації праці та управління[1].

Соціально-психологічні методи засновані на використанні моральних стимулів до праці і впливають на персонал за допомогою психологічних механізмів з метою переведення адміністративного завдання в усвідомлений обов'язок, внутрішню потребу людини. Типовими соціально-психологічними стимулами при цьому є: формування колективу, створення психологічного

клімату й творчої атмосфери; особистий приклад; відношення керівництва, усна подяка в присутності колег; задоволення потреб працівників; встановлення соціальних норм поведінки і стимулювання розвитку колективу; соціальний захист; встановлення моральних санкцій і заохочення [1].

Сучасні ефективні власники та керівники повинні бути лідерами і розуміти, що примушення та загрози можуть дати короткостроковий ефект. Але усі вище перелічені соціально-психологічні методи, достатньо розповсюджені у вітчизняній економічній практиці, скоріше містять риси маніпуляції, аніж мотивації. Різниця полягає в тому, що маніпулювати людьми означає вимагати від них результат, тому що керівник так хоче, а мотивувати означає добиватися, щоб співробітники зробили щось, тому що самі цього хочуть.

Так Ястремська О.М. зазначає: «...теорія «якості трудового життя» відноситься до теорій трудової мотивації інноваційного типу, що набувають усе більшого поширення та базуються на концепції людського капіталу. Головна відмінність теорії «якості трудового життя» від попередніх «теорій людських відносин» полягає у спрямованості на реалізацію творчого та освітнього потенціалу працівників, наданні можливостей щодо більшої автономії в праці, прийнятті участі в управлінні виробництвом, стимулюванні творчості в праці, забезпеченні підвищення її конкурентоспроможності [2].

Вміння стимулювати співробітників – найважливіший навик управлінця. Керівники-лідери мають створювати конкурентне оточення, до якого працівники будуть активно залучені. Це потребує від керівників інноваційних способів мотивації, таких як [4]: забезпечення значущої та перспективної роботи; встановлення чітких цілей, очікувань і вимірювання продуктивності; надання постійного зворотного зв'язку; дозвіл та наявність вибору працівниками шляхів виконання роботи.

Сутність управління поведінкою персоналу – це системний, планомірний організований вплив за допомогою взаємозалежних організаційно-економічних і соціальних заходів на процес формування, розподілу, перерозподілу робочої сили на рівні підприємства, на створення умов для використання трудових якостей працівника (робочої сили) з метою забезпечення ефективного функціонування підприємства і всебічного розвитку зайнятих на ньому працівників [4]. Цілями управління поведінкою персоналу підприємства є: підвищення конкурентоспроможності підприємства; зростання ефективності виробництва й праці; ефективне використання потенціалу працівника та колективу в цілому; збалансування інтересів підприємства та працівників, економічної та соціальної ефективності; досягнення цілей управління. Ефективність управління поведінкою персоналу і реалізація поставлених цілей залежать від вибору варіантів побудови самої системи управління поведінкою персоналу підприємства, інноваційності механізму його функціонування, вибору оптимальних технологій і методів роботи з людьми. Результативність інноваційних перетворень залежить від методів їхнього проведення.

З вищевикладеного слідує, що мотивація є динамічним процесом. Сьогодні, в умовах обмеженості фінансових ресурсів, особливу увагу можна направляти саме на нестандартні методи стимулювання праці, використовуючи при цьому гнучку систему мотивування для персоналу, ефективно поєднуючи нестандартні та стандартні мотиваційні заходи. Тому необхідно розглядати інвестиції в мотивацію як новий напрям інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств.

### **Література:**

1. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К.: “Кондор”, 2003. – 296 с.

2. Ястремська О. М. Визначення основних факторів впливу та показників оцінювання якості трудового життя працівників / О. М. Ястремська, О. В. Стаматін // Проблеми економіки – № 4, – 2012 – С 49-55.
3. Денни Р. Партнери, а не подчиненные: как правильно мотивировать сотрудников [Електронний ресурс] / Р. Денни // Forbes. – 2015. – № 7 (июль). – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1397316-partneri-a-ne-pidlegli-yak-pravilno-motivuvati-spivrobitnikiv>
4. Федоряк Р.М. Методи визначення віддачі від витрат на найм персоналу / Федоряк Р.М. // Економіка та держава : [наук. журнал]. – 2012, № 2, С. 95-98

**Самойлик Ю.В.**, д.е.н, доцент  
Полтавська державна аграрна академія

## **ПЕРЕДУМОВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток агропродовольчого ринку нині характеризується динамізмом, що насамперед пов'язано із необхідністю пристосування до нових умов господарювання, а саме євроінтеграції, необхідності підвищення рівня конкурентоспроможності, провадження інновацій тощо. На фоні позитивних тенденцій, які свідчать про поступовий вихід галузі із затяжної кризи, пов'язаної із реформуванням та реструктуризацією аграрної сфери за період незалежності України, можна простежити низку стримуючих чинників, серед яких – чимала потреба у зовнішніх джерелах фінансування, зокрема кредитних ресурсах. Питання кредитування аграрної сфери є досить актуальним і проблематичним. Кон'юнктура ринку банківських послуг з кредитування аграрної галузі є неврівноваженою, що пов'язано із незбіганням потреб суб'єктів господарювання та пропозицією кредитних установ. Останніми роками на національному аграрному ринку з'являється все більша кількість кредитних установ, які прагнуть співпрацювати з цією сферою. Здебільшого це провідні банки з іноземним капіталом.

У той же час в Україні починає розвиватися кредитна кооперація, однак частка таких установ, які функціонують в аграрній сфері, мінімальна, хоча цей напрям функціонування сільськогосподарської обслуговуючої кооперації є досить перспективним, насамперед, з огляду на позитивну динаміку створення багатофункціональних обслуговуючих кооперативів останніми роками в Україні на тлі державної підтримки та позитивних світових тенденцій.

Питання залучення кредитних ресурсів в аграрну сферу привертають увагу низки науковців, у тому числі проблеми та перспективи розвитку кредитної кооперації знайшли своє відображення у працях [2,4]. Науковці доходять до висновку, що існуючий механізм кредитування агроформувань є недосконалим. Поряд з налагодженням співпраці з банківськими установами, доцільною є диверсифікація зовнішніх джерел формування капіталу, зокрема створення кредитних спілок у формі сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Система їх функціонування та організаційно-правовий режим господарювання нині є недосконалим, а рівень конкурентоспроможності – низьким порівняно із банківськими структурами.

У середньому в агропромислових підприємствах у структурі активів частка позикового капіталу становить близько 70 % у 2016 р., для порівняння у 2006 р. цей показник становив лише 30 % [1]. Щодо структури кредитів за термінами, то найбільше видано середньострокових кредитів (1-5 років) – 36 % від загальної суми заборгованості за кредитними договорами, 34 % – це заборгованість за короткостроковими кредитами, решта 30 % складає заборгованість за довгостроковими кредитами понад 5 років.

Лідерами серед банків, які кредитують аграрний сектор, є Приватбанк, Райфайзенбанк Аваль, КредіАгріколь, Прокредитбанк, ОТП-банк, Ощадбанк, Укрсоцбанк, ПУМБ. У цілому агрокредити в комерційних банках надають позики за високими відсотками, крім того, передбачають заставу та складну процедуру прийняття рішень.

Перспективною формою розвитку кредитних відносин у сільському господарстві є створення кредитних спілок у формі обслуговуючих кооперативів. Останніми роками відбувається зменшення кількості кредитних спілок та зниження їх активності. Крім того, варто зауважити, що в аграрній сфері кредитна кооперація взагалі є мало розвинутою.

Кількість кредитних спілок в Державному реєстрі фінансових установ України [3] за станом на “30 вересня 2017 р. скоротилася на 124 установи (23,8 %), або в порівнянні з аналогічною датою 2016 р. – до 397, повідомляється на сайті Нацкомісії, що здійснює держрегулювання в сфері ринку фінансових послуг (Нацкомфінпослуг), за даними регулятора, найбільша кількість кредитних спілок знаходиться в Києві та Київській області (43, або 10,8 % від загальної кількості), Луганській (37, або 9,3 %), Донецькій (30, або 7,6 %) і Харківській (24, або 6 %) областях. Кількість учасників кредитних спілок знизилася на 15 % – до 576300, кількість учасників з діючими кредитними договорами – на 8 %, до 141000, а кількість членів із внесками на депозитних рахунках зросла на 10,6 % – до 22000. За кількістю учасників кредитних спілок лідирують Львівська область (75700), Київ і Київська область (52800), Івано-Франківська (60200) та Закарпатська (46900) області, при цьому, як і раніше, більшість кредитних спілок (171, або 57,8 %) об’єднує незначна кількість учасників – до 1000, а більш ніж третина кредитних спілок (113, або 38,2 %) об’єднує від 1000 до 10000 учасників” [3].

Розвиток кредитної кооперації нині супроводжується низкою проблем, які пов’язані з правовим режимом функціонування кредитних спілок, недосконалою системою підтримки розвитку даного напрямку кооперації, недовірою населення до кредитної кооперації. Розвиток сільськогосподарської кредитної кооперації забезпечить насамперед доступ до фінансових ресурсів для малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників, що є основою формування середнього класу в національній економіці.

### Література:

1. Бюлетені Національного Банку України. веб-сайт. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 12.02.2018).
2. Зінченко Т.В. Формування фінансових ресурсів як джерело підвищення конкурентноздатності сільськогосподарського виробництва. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2012. Вип. 4 (52). С. 76–82.
3. Кількість кредитних спілок в Україні. веб-сайт. URL: <https://mind.ua/news/20179304-kilkist-kreditnih-spilok-v-ukrayini-skorotilasyna-238-nascomfinposlug> (дата звернення: 12.03.2018).
4. Масін В.М. Правове забезпечення розвитку кредитних кооперативів у формі сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (СГОК). Вісник Одеського національного університету. 2009. Вип. 9. Том. 14. С. 103–108.

**Воляк О.О.**, канд. техн. наук, доцент  
Національний аерокосмічний університет ім. Н.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

## ПРО ОДИН ПІДХІД ДО РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ БІЗНЕС-СИСТЕМИ

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин підприємствам для забезпечення позитивної динаміки своїх ключових показників результативності необхідно постійно вносити зміни у власну господарську діяльність. Якщо розглядати підприємство як відкриту систему, то воно повинно слідувати змін у навколишньому середовищі. Для того, щоб бути адаптованою і ефективно функціонуючою, промислова бізнес-система повинна постійно встановлювати певний ступінь відповідності своєї структури (за допомогою якої реалізуються функції) із зовнішнім середовищем. Якщо такого процесу довгий час не відбувалося, то для встановлення відповідності потрібні докорінні і значні зміни в структурі

підприємства, тобто реструктуризація. Це результат накопиченого потенціалу змін. Таким чином, найбільш оптимальним способом зміни підприємства є реструктуризація.

У доповіді розглянута методика одного з можливих підходів до реструктуризації підприємств з точки зору вартісного менеджменту на основі функціонально-вартісного аналізу (ФВА).

Для його реалізації розглянуті основні принципи, стосовно реструктуризації промислових підприємств. До них відносяться наступні принципи:

- 1) існування оптимального розміру і структури підприємства;
- 2) максимізації ефективності і вартості промислового підприємства;
- 3) довгострокової ефективності;
- 4) інтеграції особи, яка приймає рішення, і промислової бізнес-системи;
- 5) імовірного розгляду кризи на промисловому підприємстві;
- 6) ефективного власника.

В даний час в проектах реструктуризації використовується велика кількість відносно нових методологічних підходів, що використовуються на різних етапах і для різних цілей. В рамках проекту реструктуризації кожен з методів також має свою область використання. Методи можна коротко описати таким чином:

– реінжиніринг бізнес-процесів – це метод кардинальної перебудови бізнес-процесів з метою досягнення якісно іншого, більш високого рівня показників виробничо-господарської діяльності підприємства;

– ABC / ABM методологія – сукупність методів вартісного аналізу бізнес-процесів, ланцюжків створення вартості, окремих організаційноструктурних одиниць, а також методів підвищення економічної ефективності процесів управління;

– методи «точно в строк» – сукупність методів підвищення якості робіт та обслуговування, ефективності виробничої діяльності та оптимізації взаємин з постачальниками, підрядниками та замовниками;



– методологія загального управління якістю – сукупність методів управління підприємством, основним важелем яких є якість;

– методи управління знаннями – міждисциплінарний напрямок науки і практики, що реалізуються в конкретних бізнес-додатках, спрямованих на підвищення ефективності процесів придбання і використання знань;

– аутсорсинг – являє собою передачу сторонньому підряднику деяких бізнес-функцій або частин бізнес-процесу компанії.

Розгляду методів реструктуризації присвячені дослідження М.Д. Аїстової, Гусєвої Т. І., Некрасової Н. В., Дж. Ван Хорна, Дж. Ваховича і інших.

Головна мета методу ФВА, який використано в розглянутому дослідженні, полягає в забезпеченні правильного розподілу коштів, що виділяються на виробництво продукції або надання послуг, за прямими і непрямими витратами, що робить можливим найбільш реалістично оцінити витрати компанії.

При проведенні ФСА аналізу з метою підготовки бізнес-системи до реструктуризації і впровадження вартісного управління рекомендовано використовувати наступну послідовність:

1) виділити в системі всі функції (бізнес-процеси), які система повинна виконувати для досягнення мети (цільовий перелік);

2) визначити всі функції, які система реально виконує;

3) визначити необхідність скорочення або доповнення реально виконуваних функцій відповідно до їх цільового переліку;

4) виділити елементи системи (центри відповідальності), які здійснюють виконання функцій;

5) розробити критерії оцінки, за якими можна оцінити всі виділені функції (фінансові, тимчасові, трудові витрати на виконання функцій);

6) провести оцінку всіх функцій і елементів за цими критеріями.

Слід зазначити, що одна функція реально може виконуватися декількома елементами, а один елемент може виконувати кілька функцій,

тому оцінки потрібно проводити по різним аспектам. Фактори вартості, стратегічні цілі і показники, які їх характеризують необхідно розглядати у взаємозв'язку один з одним і досліджувати їх залежності для виділення таких, які найбільш точно відповідають і не суперечать один одному показників для підрозділів компанії.

Мета ФВА полягає в розвитку корисних функцій об'єкта при оптимальному співвідношенні між їх значимістю для споживача й витратами на їх здійснення.

Ціль ФВА в аналітичному вигляді має вигляд:

$$Z / CB \Rightarrow \min \text{ або } CB / Z \Rightarrow \max,$$

де  $Z$  – витрати на досягнення необхідних споживчих властивостей;  
 $CB$  – сукупність споживчих властивостей об'єкта.

Висновки. Методологія ФВА постійно вдосконалюється і в даний час являє собою цілісну систему приватних методик дослідження. ФВА є невід'ємною частиною процесу управління собівартістю на багатьох українських підприємствах.

**Головань Д.В.**, к.т.н., доцент  
 Національний аерокосмічний університет  
 ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», м. Харків

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГРОШЕЙ У ЧАСІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ**

Із вступом нашої держави на шлях ринкових перетворень надзвичайно велике значення має формування та використання фінансових ресурсів. Управління фінансами вимагає від фінансового менеджера глибоких знань особливостей ринку, досвіду ведення фінансових розрахунків, інтуїції щодо прийняття рішень. Такі риси формуються в процесі оволодіння теоретичними основами фінансового аналізу та практичної діяльності.

Концепція зміни вартості грошей у часі відіграє центральну роль в практиці фінансових обчислень і висловлює необхідність врахування фактору часу при здійсненні довгострокових фінансових операцій шляхом оцінки та порівняння вартості грошей на початку фінансування проекту та при їх поверненні у вигляді майбутніх грошових надходжень.

Концепція тимчасової вартості грошей полягає в тому, що вартість грошей з плином часу змінюється з урахуванням норми прибутку на фінансовому ринку, в якості якої зазвичай виступає норма позичкового відсотка. Таким чином, одна і та ж сума грошей в різні періоди часу має різну вартість. При цьому вартість грошей в даний час завжди вище, ніж в будь-якому майбутньому періоді. Ця нерівноцінність визначається дією трьох основних чинників: інфляцією, ризиком неотримання доходу при вкладенні капіталу й особливостями грошей, що розглядаються як один з видів оборотних активів.

Методи оцінки вартості грошей у часі розглянуті у багатьох джерелах, зокрема [1-4], але важливим є дослідження функціонування грошей у часі з метою їх використання для підприємств кондитерської галузі.

Економічне значення кондитерської промисловості визначається важливістю харчової промисловості в цілому – однією з найбільших галузей промисловості, ефективність якої визначає рівень цін на продовольчі товари. Таким чином, актуальним є аналіз методів визначення вартості грошей у часі для підприємств кондитерської галузі.

Грошова одиниця, яка є сьогодні, і грошова одиниця, яка очікується до одержання через деякий час, не є рівноцінними. Є принцип, який діє незалежно від зміни загального рівня цін: мати певну суму грошей сьогодні завжди краще, ніж мати її завтра.

Основними категоріями фінансового аналізу є проценти і процентна ставка. Процентна ставка виконує дві важливі функції:

- з одного боку, процентна ставка – це ціна на гроші (норма позикового, депозитного процента);

- з іншого боку, процентна ставка – це міра, показник ефективності фінансової операції.

Існує два методи визначення вартості грошей у часі:

- за простими відсотками;
- за складними відсотками.

Простий відсоток являє собою суму доходу, що нараховується до основної суми грошового капіталу в кожному інтервалі загального періоду його використання, по якій подальші її перерахунки не здійснюються. Нарахування простого відсотка застосовується, як правило, при короткострокових фінансових операціях. Оцінка вартості грошей за простими відсотками використовує найбільш спрощену систему розрахункових алгоритмів.

Складний відсоток являє собою суму доходу, що нараховується в кожному інтервалі загального періоду його використання, яка не виплачується, а приєднується до основної суми грошового інтервалу і в подальшому платіжному інтервалі сама приносить дохід. Нарахування складного відсотка застосовується, як правило, при довгострокових фінансових операціях (інвестуванні, кредитуванні тощо).

Оцінка вартості грошей за складними відсотками використовує більш широку і більш ускладнену систему розрахункових алгоритмів. При оцінці вартості грошей у часі за складними відсотками необхідно мати на увазі, що на результат оцінки впливає не тільки використовувана ставка відсотка, а й число інтервалів виплат протягом одного і того ж загального розрахункового періоду. Іноді виявляється більш вигідним інвестувати гроші під меншу ставку відсотка, але з великим числом інтервалів протягом передбаченого періоду платежу.

Таким чином, вартість грошей у часі – це концепція, в основі якої лежить твердження, що рівні суми грошей у різний час мають різну вартість. При її практичній реалізації необхідно враховувати чинники інфляції та фінансового ризику для порівняння теперішньої і майбутньої вартості грошових коштів.

Урахування цього фактору у кондитерській галузі сприятиме зростанню продуктивності цієї галузі та всієї харчової промисловості, а отже і підвищенню рівня економічного розвитку країни і рівня життя населення.

### **Література:**

1. Кузьменко, Л. В. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник/ Л. В. Кузьменко, В. В. Кузьмін, В.М. Шаповалова. - Херсон: ОЛДІ-плюс, 2003. - 255 с.
2. Нестеренко, Ж. К. Економічний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства: навчальний посібник /Ж. К. Нестеренко, А. В. Череп. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 122 с.
3. Економічний аналіз: навч. посіб. / Є. П. Кожанова [та ін.]. – Харківський національний економічний ун-т. - 3-є вид., допр. і доп. - Х.: ВД "ІНЖЕК", 2009. - 344 с.
4. Івахненко, В. М. Теорія економічного аналізу: навч. посіб./ В. М. Івахненко. – М-во освіти і науки України. - К.: Слово, 2010. - 352 с.

**Курносів О.В.**, кандидат наук з державного управління  
Харківський навчально-науковий інститут  
ДВНЗ «Університет банківської справи»

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПОДВІЙНОГО ОПОДАТКУВАННЯ**

В умовах глобалізації економічних відносин, збільшення швидкості інтеграційних процесів суб'єкти господарювання України стикаються з рядом правових та фінансових проблем, перш за все, в податковій сфері. Однією з таких безпосередніх сфер застосування податкового планування і, в той же час, податкових колізій є проблема подвійного оподаткування, яка

з'являється не тільки під час здійснення операції на міжнародному рівні, в результаті зіткнення інтересів двох держав, але і в межах однієї держави.

У теорії оподаткування виділяють різні види податкового планування, які класифікуються за низкою критеріїв: внутрішньодержавне, корпоративне, індивідуальне. Під податковим плануванням прийнято розуміти комплекс заходів підприємства, спрямований на максимальне використання всіх нюансів існуючого законодавства з метою законної оптимізації його податкових платежів.

Саме податкове планування є механізмом, за допомогою якого взаємно задовольняються протилежні інтереси держави та підприємства. У результаті податкового планування формується централізований фонд держави, створюються сприятливі умови для управління соціально-економічним розвитком країни та її регіонів.

Основні елементи механізму державної податкової політики в частині розрахунку доходів бюджету – база оподаткування і ставка податку. Рівень обґрунтованості запланованої суми податкових надходжень, які лежать в основі формування дохідної частини бюджету, впливає на ступінь визначеності наведених складових вказаного механізму. Це надає велике значення об'єктивним і суб'єктивним факторам при формуванні бази оподаткування та свідчить про ймовірність, прогнозованість обсягу надходжень податків у певній кількісній формі. Безумовно, базою прогнозування є програми соціально-економічного розвитку окремих територій та країни у цілому.

У сучасних умовах має місце вплив великої кількості різнобічних факторів на процеси планування податкових надходжень, визначаючи результативність їх здійснення. Це вимагає поглиблену класифікацію, оскільки тільки вивчаючи та враховуючи весь комплекс факторів можливо оцінювати питання ефективності розробленого плану. Вказаний процес знаходиться під позитивним впливом таких основних факторів, як модернізація існуючих та затвердження нових методів планування; розробка

і затвердження методологічних рекомендацій із планування податкових надходжень; стабілізація нормативно-правового забезпечення.

Проте існують фактори, що негативно впливають на якість планування податкових надходжень. Так, гальмування цих процесів обумовлено відсутністю належних: методологічних основ планування податкових надходжень, інституційного забезпечення процесу планування, податкової дисципліни платників податків; нестабільністю політичної та соціальної ситуації в державі; недосконалістю податкового законодавства та інформаційно-аналітичної бази для проведення розрахунків показників плану.

Важливе значення в усуненні негативного впливу на процеси планування податкових надходжень в Україні може зіграти оптимізація оподаткування, яка в широкому її розумінні визначається як порівняння різних варіантів ділової активності та використання ресурсів з метою виявлення низького рівня податкових зобов'язань, які виникають при цьому. Оскільки податкова оптимізація ґрунтується на вивченні податкового права, поточного податкового законодавства, то постійні зміни, пов'язані з удосконаленням державної податкової політики спонукають до здійснення конкретних законних кроків для мінімізації податків.

Подвійне оподаткування в міжнародному бізнесі означає багаторазове оподаткування одного і того ж об'єкта оподаткування однотипними податками в різних країнах. Подвійне оподаткування має наслідком погіршення інвестиційного клімату у відповідних країнах, скорочення доходів бюджету і втрату капіталу, тобто, може сприяти великому інтересу платників податків в несплаті податків.

В ході реалізації державної податкової політики запобігання подвійного оподаткування може здійснюватися двома шляхами: в односторонньому і двосторонньому порядку. Так, в односторонньому порядку запобігання подвійного оподаткування здійснюється шляхом зміни національного податкового законодавства. У двосторонньому

(багатосторонньому) – на основі міжнародних угод, шляхом укладення двосторонніх угод про запобігання подвійному оподаткуванню доходів від праці і капіталу і включення таких угод в систему національного законодавства держави.

Найчастіше в міжнародній податковій практиці спостерігається двостороннє запобігання подвійного оподаткування. Так, міжнародне юридичне подвійне оподаткування усувається виключно шляхом укладення між зацікавленими державами відповідних міжнародних податкових угод (конвенцій). Обов'язковою умовою запобігання подвійного оподаткування є міждержавні угоди, які стосуються взаємного узгодження юридичної інтерпретації фіскальних порушень. Кожна держава самостійно обирає шляхи запобігання подвійного оподаткування, при цьому використовуючи систему методів.

У зв'язку з цим посилюється роль і значення державного управління в процесах вдосконалення міжнародних договорів про запобігання подвійному оподаткуванню, що є найбільш ефективним і законним методом правомірного вирішення проблеми, а також надійним засобом підвищення інвестиційної привабливості України в міжнародному економічному просторі.

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент  
**Дяченко Т.А.**, студентка 2 курсу ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЕКСПЕРТНІ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасні підприємства функціонують в умовах глобалізації й нестабільності зовнішнього середовища, їх конкурентоспроможність у значній мірі залежить не тільки від наявних виробничих можливостей, але і від ефективності управління, його здатності адаптуватися до нових умов, що вимагає використання нових підходів до процесів прийняття управлінських



рішень. В процесі управління господарською діяльністю підприємства часто виникає потреба використання експертних методів, наприклад: розробка та оцінка програм розвитку, формування інвестиційного портфелю, розподіл фінансових та інших стратегічно важливих ресурсів.

Експертною системою (ЕС) називають систему підтримки прийняття рішень, яка містить знання з певної вузької предметної області, а також може пропонувати користувачу рішення проблем з цієї галузі і обґрунтовувати їх. Експертна система складається з бази знань, механізму логічного виводу і підсистеми обґрунтувань[1].

Експертні системи призначені для відтворення досвіду, знань професіоналів високого рівня і використання цих знань в процесі управління. Вони розробляються з використанням математичного апарату нечіткої логіки для експлуатації у вузьких областях застосування, оскільки їх використання вимагає великих комп'ютерних ресурсів для обробки і зберігання знань. В основі побудови експертних систем лежить база знань, яка ґрунтується на моделях представлення знань.

Технологію побудови експертних систем називають інженерією знань. Цей процес вимагає специфічної форми взаємодії творця експертної системи, якого називають інженером знань, і одного або кількох експертів в деякій предметній області. Інженер знань "витягує" з експертів процедури, стратегії, емпіричні правила, які вони використовують при вирішенні завдань, і вбудовує ці знання в експертну систему.

Найбільш корисною характеристикою експертної системи є те, що вона застосовує для вирішення проблем високоякісний досвід. Цей досвід може представляти рівень мислення найбільш кваліфікованих експертів у даній області, що веде до рішень творчих, точних і ефективних. Саме високоякісний досвід у поєднанні з умінням його застосовувати робить систему рентабельною, здатної заслужити визнання на ринку. Цьому також сприяє гнучкість системи.

Експертна система може функціонувати в якості моделі вирішення

задачі в заданій області, даючи очікувані відповіді в конкретній ситуації і показуючи, як зміняться ці відповіді в нових ситуаціях. Експертна система може пояснити детально, яким чином нова ситуація привела до змін. Це дозволяє користувачеві оцінити можливий вплив нових фактів або інформації і зрозуміти, як вони пов'язані з рішенням. Аналогічно користувач може оцінити вплив нових стратегій або процедур на рішення, додаючи нові правила або змінюючи вже існуючі.

Найбільш широко і продуктивно ЕС застосовуються в бізнесі, виробництві, медицині, менш – в науці [2]. Завдяки появі спеціальних інструментальних засобів побудови ЕС скоротилися терміни розробки, значно знизилася, трудомісткість. Інструментальні засоби побудови ЕС можна розбити на три основні типи: мови програмування; середовища програмування; порожні ЕС (оболонки).

В основі будь експертної системи лежить принцип накопичення знань фахівців (експертів), які будь-яким чином програмно реалізуються. Потім за допомогою цих знань користувачі ЕС, мають звичайну кваліфікацію, можуть вирішувати свої поточні завдання настільки ж успішно, як це зробити б самі експерти. Такий ефект досягається завдяки тому, що експертна система в своїй роботі відтворює приблизно ту ж схему міркувань, яку зазвичай застосовує людина – експерт при аналізі проблеми. Тим самим ЕС дозволяє копіювати і поширювати знання, робити їх доступними широким колам рядових фахівців.

В даний час технологія експертних систем набула широкого поширення. Так, на американському і західноєвропейському ринках систем штучного інтелекту організаціям, які бажають створити експертну систему, фірми – розробники пропонують сотні інструментальних засобів для їх побудови. Прикладні ЕС, що успішно вирішують завдання з певного вузького класу, налічуються тисячі. Це дозволяє говорити про те, що ЕС зараз становить потужну гілку в індустрії програмування.

В економічних інформаційних системах за допомогою ЕС можливе

вирішення наступних завдань: аналіз фінансового стану підприємства; оцінка кредитоспроможності підприємства; планування фінансових ресурсів підприємства; формування портфеля інвестицій; страхування комерційних кредитів; вибір стратегії виробництва; оцінка конкурентоспроможності продукції; вибір стратегії ціноутворення; вибір постачальника продукції; підбір кадрів.

Отже, експертні системи є сучасним і перспективним інструментом управління в економічних системах і можуть бути рекомендовані в систему державного регулювання економікою на мікро- і макрорівні.

### **Література:**

1. Ситник В.Ф. Системи підтримки прийняття рішень/ В.Ф. Ситник– К.:КНЕУ, 2004. – 614 с.
2. Субботін С.О. Подання й обробка знань у системах штучного інтелекту та підтримки прийняття рішень: навч. посіб/ С.О. Субботін. – Запоріжжя:ЗНТУ, 2008. – 341 с.

**Черненко К.В.**, к.е.н., старший викладач  
**Арутюнова О. А.**, студент III курсу  
факультету обліку та фінансів  
Полтавська державна аграрна академія

## **АКТУАЛЬНІСТЬ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI**

Відповідно до П(С)БО 10, дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованості дебіторів підприємства на певну дату. Дебітори, в свою чергу, – це юридичні та фізичні особи, які за наслідками минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [3].

Існує декілька причин виникнення проблеми неплатежів. До них можна віднести те, що суб'єкти господарювання в першу чергу вирішують проблеми пов'язані із забезпеченням власної діяльності і тільки згодом виконують свої фінансові зобов'язання перед партнерами. Договірні зобов'язання між контрагентами не забезпечуються ніякою майновою відповідальністю, тому вони можуть ухилятися від виконання домовленостей. Вирішення даної проблеми залежить від удосконалення обліку взаєморозрахунків в цілому [1].

За наявності на підприємствах тисяч об'єктів, важко говорити про ефективне розв'язання задач їх обліку та контролю за ручного способу обробки інформації.

Тому в сучасному світі використання комп'ютерних технологій стало невід'ємною частиною успішного функціонування підприємства. Автоматизація бухгалтерського обліку допомагає зменшити трудомісткість роботи облікового персоналу і скорочує кількість помилок [2].

Комп'ютеризація обліку дебіторської заборгованості передбачає збір та обробку інформації про суми, строки та термін погашення поточної заборгованості як кредиторам так і дебіторам [4]. А розподіл функцій між працівниками бухгалтерії та об'єднання автоматизованих робочих місць в єдину комп'ютерну мережу забезпечує контроль за веденням бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості.

Розглянемо можливості, щодо обліку дебіторської заборгованості, найпоширенішої програми «1С: Бухгалтерія». Вона дозволяє:

- ✓ швидше і точніше знайти або створити відповідного контрагента у базі підприємства з усіма його даними та реквізитами;
- ✓ вести облік господарських операцій підприємства по кількох видах розрахунків – готівка, передоплата, бартер, що не потребує додаткової трати часу та створення нових договорів;
- ✓ автоматичну оплату рахунків виставлених контрагенту-платнику;

- ✓ зменшити затрати часу на оформлення і виписку договорів, накладних, рахунків-фактур та інших відповідних документів;
- ✓ автоматично відображати дані господарських операцій протягом відповідного періоду в реєстрі взаєморозрахунків;
- ✓ здійснювати оперативний контроль за станом взаєморозрахунків;
- ✓ для правильної обробки складних операцій призначені відомості взаємних розрахунків з кредиторами та дебіторами, які дають змогу контролювати заборгованість підприємства та вчасно її погашати;
- ✓ за допомогою особового рахунка відповідного контрагента можна одержати необхідний список відповідних документів з мінімальними затратами часу та коштів;
- ✓ автоматично сплачувати заборгованість підприємства з реєстрацією чи без реєстрації документа [1].

Отже, завдяки автоматизації обліку дебіторської заборгованості ми можемо отримувати достовірну і завжди актуальну інформацію про реальність відображених операцій в бухгалтерському обліку; достовірність відображення дебіторської заборгованості у фінансових звітах; цільове використання коштів; достовірність актів звірки; правильність розрахунків з податковими органами і працівниками.

### **Література:**

1. Волинець О. О. Характеристика системи аналітичного обліку зобов'язань та методика її удосконалення в умовах електронної обробки економічної інформації / О. О. Волинець // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* – 2009. – № 5, Т.2. – С. 151–153.
2. Іваськевич М. І. Автоматизація обліку дебіторської заборгованості на підприємстві [Електронний ресурс] / М. І. Іваськевич – Режим доступу до ресурсу:

[http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4306/1/29\\_%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4\\_%D0%BA%D0%BE%D1%84\\_2017\\_124.pdf](http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4306/1/29_%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4_%D0%BA%D0%BE%D1%84_2017_124.pdf).

3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>.

4. Шипунова О. В. Автоматизація управління підприємством: основні принципи, функції та підходи // О. В. Шипунова / [Електронний ресурс.] – Режим доступу : <http://archive.nbu.gov.ua>.

**Булах І.І.**, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист  
**Шиманська О.В.**, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист  
 ВСП Агротехнічний коледж Уманського НУС

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Структурні перетворення фінансової системи, моделей соціально-економічного розвитку, циклічність економічних процесів обумовлюють необхідність адаптації фінансової політики до змін інституційного середовища, посилення дієвості її регуляторного механізму. В умовах рецесії, нестабільності розвитку світової економіки вагомим значення набувають питання активізації ролі системи державного фінансового регулювання у забезпеченні економічного зростання. Для зниження впливу кон'юнктурних факторів, необхідним є реалізація стимулюючих контрциклічних заходів фінансового регулювання, водночас, пріоритетним завданням держави є створення відповідних умов для стійкого інтенсивного розвитку економіки. З огляду на зазначене, доцільним є підвищення рівня ефективності системи державного управління, мінімізація економічних та інституційних ризиків. Важливим є формування довгострокової фінансової стратегії, що сприятиме збалансованості та узгодженості перспективних макроекономічних цілей.

Разом з тим, в умовах сучасних економічних перетворень, важливим є поглиблення розкриття сутності державного фінансового регулювання у якості інструменту економічного розвитку, удосконалення інституційних засад фінансової політики країни, активізація процесів залучення інвестицій. Потребують підвищення ефективності механізми впливу держави на економічні процеси з урахуванням періодів дії фінансових інструментів та важелів. Доцільним є подальший розвиток положень середньострокового фінансово-бюджетного прогнозування, що спрямовано на забезпечення стійкості та збалансованості фінансової системи [1].

За умов економічної нестабільності зростає значення державної фінансової політики як основи для відновлення економічного зростання та розвитку галузей суспільного виробництва. Комплексний підхід до формування системи державного фінансового регулювання економічного розвитку передбачає посилення взаємоузгодженості використання інструментів податкового, бюджетного, монетарного регулювання, підвищення дієвості заходів відповідних державних фінансових інститутів, які відповідають за формування та реалізацію економічної політики. Важливим є удосконалення методологічних засад фінансової політики, підвищення рівня її ефективності в процесі регулювання відповідно до економічної циклічності, посилення дієвості механізмів підтримки конкурентоспроможності вітчизняної економіки[2].

Підвищення обґрунтованості економічних рішень у сфері управління фінансовою системою потребує удосконалення інструментарію з використанням сукупності стохастичних методів. Доцільним є визначення взаємозалежностей між макроекономічними показниками, у тому числі валовим внутрішнім продуктом, експортом, імпортом, курсом національної валюти, індексом споживчих цін, складовими доходної частини зведеного бюджету. [1].

З метою посилення дієвості функціонування підприємств державної форми власності важливим є встановлення індикативних планових

показників результативності підприємств державного сектору економіки, удосконалення механізму конкурсного відбору керівників підприємств. Для усунення олігополії в певних секторах економіки необхідним є підвищення дієвості антимонопольного регулювання. Доцільним є спрямування заходів митного, податкового, бюджетного регулювання у період постстабілізаційного відновлення на зниження податкового навантаження на інноваційну та високотехнологічну діяльність, виділення бюджетних асигнувань на підтримку значущих напрямів суспільного розвитку [3].

Для посилення бюджетної результативності вагомим є забезпечення подальшого розвитку програмно-цільового методу в бюджетному процесі, який має здійснюватись на основі запровадження стратегічного та середньострокового бюджетного планування, ґрунтуватись на ретельному аналізі оптимально необхідного обсягу видатків для фінансування бюджетної програми, здійснення контролю за досягненням мети цієї програми. Розробка заходів фінансової політики залежить від поставлених завдань, які потребують вирішення на певному етапі суспільного розвитку. Необхідним є посилення рівня взаємозв'язку прогнозування показників бюджету із пріоритетними напрямами соціально-економічного розвитку країни, розширення можливостей застосування монетарних, бюджетних, податкових, митних, тарифних інструментів регулювання для досягнення визначених цілей державної фінансової політики.

Основні напрями державного фінансового регулювання економіки на середньострокову перспективу є складовою реалізації стратегічних цілей соціально-економічного розвитку країни. Пріоритетними заходами грошово-кредитного регулювання є розвиток механізму рефінансування банків, сприяння збалансуванню валютного ринку задля активізації процесів кредитування реального сектору економіки, створення відповідних стимулів для економічного зростання. Бюджетно-податкове регулювання має бути спрямованим на посилення ефективності видаткової частини бюджету,



розвитку інституційних секторів економіки, підвищення рівня фінансової стійкості системи державних фінансів.

### **Література:**

1. Поважний О.С., Орлова Н.С. Корпоративні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: Монографія Донецьк: Видавництво, 2012. 200 с.

2. Селіверстова Л.С. Місце і роль фінансів корпорацій у фінансовій системі України // Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 22. С. 27–31.

3. Бондаренко О.С. Вплив логістизації економіки на управління фінансовими потоками промислових // Бізнес Інформ. 2015. №1. С. 312–317.

**Карлюка Д.О.**, к.е.н, доцент

**Балакірева Є.В.**, здобувач вищої освіти першого рівня групи 4Е

Херсонський національний технічний університет

## **ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ**

Транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва і покликаний задовольняти потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях.

Єдину транспортну систему України становлять[1]:

- транспорт загального користування (залізничний, морський, річковий, автомобільний і авіаційний, а також міський електротранспорт, у тому числі метрополітен);

- промисловий залізничний транспорт;

- відомчий транспорт;

- трубопровідний транспорт;

- шляхи сполучення загального користування.

Наведемо деякі статистичні дані. У 2018р. вантажооборот підприємств транспорту становив 331,7 млрд. т. км, або 96,6% від обсягу 2017 р. Підприємствами транспорту перевезено 624,1 млн. т. вантажів, що становить 98,0% від обсягів 2017р. (табл. 1) [2].

Таблиця 1

## Вантажні перевезення

	Вантажооборот		Перевезено вантажів	
	млн.ткм	у % до 2017	млн.т	у % до 2017
<b>Транспорт</b>	<b>331661,4</b>	<b>96,6</b>	<b>624,1</b>	<b>98,0</b>
залізничний	186344,1	97,1	322,3	94,9
автомобільний	42339,9	102,1	186,7	105,8
водний	3396,0	79,5	5,6	95,5
трубопровідний	99240,0	94,1	109,4	95,3
авіаційний	341,4	124,0	0,1	119,7

У 2018 р. залізничним транспортом перевезено у внутрішньому сполученні та на експорт 267,6 млн. т. вантажів, що на 3,5% менше, ніж у 2017 р.

Перевезення лісових вантажів знизилося на 14,1%, будівельних матеріалів – на 12,8%, нафти і нафтопродуктів – на 9,3%, зерна та продуктів перемелу – на 7,9%, цементу – на 4,5%, хімічних і мінеральних добрив – на 3,9%, чорних металів – на 3,4%, кам'яного вугілля – на 2,6%, коксу – на 2,6%, брухту чорних металів – 0,9%. Разом із цим перевезення залізної та марганцевої руди збільшилося на 2,5%.

У загальних обсягах перевезень вантажів водним транспортом закордонні становили 44,1%. Порівняно із 2017 р. обсяги закордонних перевезень вантажів зменшилися на 4,9%.

У 2018 р. порівняно із 2017 р. зменшилися обсяги перекачки вантажів трубопровідним транспортом. Так, перекачка газу скоротилася на 5,4%, нафти – на 3,7%. Транзит газу скоротився на 7,2%, нафти – на 4,3%. Разом із цим перекачка та транзит аміаку зросли відповідно на 23,1% та на 16,8%.

У 2018 р. усіма видами транспорту виконано пасажирооборот в обсязі 103,8 млрд. пас. км, що становить 104,4% від обсягу 2017 р.

Послугами пасажирського транспорту скористалося 4486,7 млн. пасажирів, або 96,5% від 2017 р. (табл. 2) [2].

### **Література:**

1. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 р. № 232/94-ВР Дата оновлення: 23.11.20018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення: 17.05.2019).

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.05.2019).

**Кубецька О.М.**, к.е.н., доцент

**Кайдаш О.В.**, СВО «Магістр» спеціальності  
«Фінанси, банківська справа та страхування»

Полтавська держана аграрна академія

## **УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ КРЕДИТНОЇ СПІЛКИ**

Певна рівновага вітчизняної економіки потребує функціонування дієвого ринку фінансових послуг, домінуючим завданням якого є поєднання різних форм акумуляції, нагромадження та використання тимчасово вільного капіталу у різні сфери діяльності. Згадане реалізується через його учасників – посередників фінансового ринку - банківського та небанківського фінансового характеру. На сьогодні одним з основних напрямів розвитку фінансового посередництва є забезпечення ефективного функціонування саме небанківських фінансово-кредитних установ, зокрема ломбардів, кредитних спілок, недержавних пенсійних фондів, фінансових та страхових компаній, інших кредитних установ.

Кредитна спілка – це неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах із метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної

спілки [1].

За ознакою належності установі виділяють власний, залучений і запозичений капітал. При цьому власний капітал характеризує загальну вартість ресурсів, які належать кредитній спілці на правах власності й використовуються для формування певної частини активів. Власний капітал спілки формується з таких джерел: пайового капіталу, резервного капіталу, додаткового капіталу, залишку нерозподіленого доходу.

Пайовий капітал кредитної спілки формується за рахунок обов'язкових та додаткових пайових внесків членів кредитної спілки.

Резервний капітал призначений для відшкодування можливих збитків кредитної спілки, які не можуть бути покриті за рахунок надходжень поточного року, забезпечення платоспроможності кредитної спілки та захисту заощаджень її членів.

Джерелами формування резервного капіталу кредитної спілки є:

- 1) вступні внески членів кредитної спілки;
- 2) частина доходу кредитної спілки;
- 3) інші джерела, перелік яких визначено статутом кредитної спілки.

Резервний капітал кредитної спілки формується до моменту досягнення ним не менше 15% від суми активів, зважених на ризик кредитної спілки.

Додатковий капітал спілки формується за рахунок цільових внесків членів кредитної спілки, обов'язкових цільових внесків у додатковий капітал, благодійних внесків фізичних та юридичних осіб та безоплатно отриманого майна і необоротних засобів.

У разі ліквідації кредитної спілки залишок додаткового капіталу та коштів резервного фонду зараховується до Державного бюджету України.

Нерозподілений дохід (збиток) кредитної спілки — узагальнювальний показник, який характеризує фінансовий результат діяльності кредитної спілки за звітний період.

З огляду на вищезазначене, підвищення рівня капіталізації кредитних спілок на ринку фінансових послуг і забезпечення їх фінансової стійкості та

ліквідності потребує:

1) нагромадження реального резервного капіталу, що відповідає завданням забезпечення фінансової стабільності та покращення функціонування економічної системи нормативних показників діяльності кредитної спілки;

2) формування системи гарантування вкладів, оскільки її відсутність є серйозною перешкодою для залучення внесків на депозитні рахунки і основною причиною, що зумовлює масовий відтік депозитів із кредитних спілок;

3) оптимізація строкової структури залучених коштів (зобов'язань) із структурою їх розміщення (кредитного портфеля) з метою збереження максимальної ліквідності кредитної спілки;

4) формування якісного кредитного портфеля з мінімальним рівнем прострочення, що гарантуватиме захищеність вкладів [2].

До основних принципів системи управління капіталом кредитної спілки треба віднести такі: системний характер формування управлінських рішень; високий динамізм управління; варіативність підходів до розроблення окремих управлінських рішень та інші.

Підсумовуючи, зазначимо, що в сучасних умовах універсалізації діяльності фінансових установ, розширення спектра фінансових послуг і зростання ролі небанківських фінансово-кредитних інститутів, кредитні спілки переживають етап реструктуризації, утворюючи за собою особливий статус неприбуткової фінансової установи, головною метою діяльності якої є задоволення фінансових потреб своїх членів, а відтак їх фінансовий і соціальний захист. У цьому контексті особливої актуальності набувають питання формування нових концептуальних підходів і технологій щодо зміцнення фінансової стабільності та збільшення соціальної відповідальності кредитних спілок на ринку фінансових послуг з метою формування ефективного менеджменту капіталом кредитних спілок.

### Література:

1. Гончаренко В.В. Кредитні спілки як фінансові кооперативи: міжнародний досвід та українська практика / В.В. Гончаренко – К. : Наукова думка, 2014. – 233 с.
2. Стойко О. Я. Функціонування та вдосконалення кредитної інфраструктури аграрної галузі України / О. Я. Стойко // Вісник ЖНАЕУ. – 2012. – № 2, т. 2. – С. 322–339.

**Кубецька О.М.**, к.е.н., доцент

**Трикоз А., Карась Ю.**, СВО «Магістр» спеціальності

«Фінанси, банківська справа та страхування»

Полтавська держана аграрна академія

## НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для кожного підприємства, що діє в умовах ринкової економіки, надзвичайно важливою є проблема прибутковості. У свою чергу, прибутковість залежить від характеру використання власних і залучених коштів підприємства.

Особливе місце в капіталі підприємства займають оборотні кошти. Механізм їх формування безпосередньо впливає на ліквідність та фінансову стійкість підприємства. Комбінація джерел поповнення оборотних коштів може бути різною. Але, незважаючи на важливість, у науковій літературі ця проблема є недостатньо дослідженою [2].

Розглянемо різні підходи щодо поповнення оборотних коштів:

Перший підхід засновано на тому, що потреба в оборотних коштах фінансується за рахунок короткострокової заборгованості, тобто “робочий капітал” дорівнює нулю.

Перший підхід дуже ризикований для ліквідності. По суті, він означає відсутність власних оборотних коштів та він може бути періодично

використаний окремими підприємствами, які практично не мають технологічного циклу, наприклад, торговельними. У них кредиторська заборгованість за придбані запаси товарів прирівнюється до власних джерел фінансування.

Другий підхід заснований на тому, що частина мінімально необхідного розміру коштів у запасах фінансується за рахунок власних джерел і довгострокових позикових коштів.

За другого підходу показники ліквідності помітно повинні зрости, що нібито покращує стан ліквідності підприємства, але даний підхід також є дуже ризикований з погляду можливості втрати ліквідності. Він передбачає, що фінансові менеджери можуть постійно залучати короткострокові кредити для фінансування оборотних коштів. Якщо такої можливості немає, тоді цей підхід неможливо використати.

Третій підхід заснований на тому, що мінімально необхідний розмір коштів у запасах фінансується за рахунок власних джерел і довгострокових позикових джерел.

За рахунок зменшення короткострокових зобов'язань показники ліквідності повинні значно покращитися, порівняно з попереднім підходом. Причинами цього є переведення частини суми короткострокової заборгованості в довгострокову, розрахунок за якою настане лише через певний проміжок часу.

Термін погашення короткострокових зобов'язань є меншим, тому значна їх сума впливає на рівень ліквідності підприємства. Покращення за деякими показниками відбудеться, але все одно цей підхід для фінансування поповнення оборотних коштів також використовувати небажано.

Четвертий підхід заснований на тому, що постійна потреба в оборотних коштах фінансується за рахунок власних і довгострокових позикових джерел. Це означає, що величина “робочого капіталу” підтримується в розмірі суми мінімально необхідної величини коштів у запасах і середньої величини коштів у розрахунках з дебіторами.

При четвертому підході може виникнути невеликий надлишок власних оборотних коштів. Ризик втрати ліквідності є нижчим, ніж при третьому підході. Цей підхід можна застосовувати для фінансування поповнення оборотних коштів.

П'ятий підхід заснований на тому, що вся постійна потреба в оборотних коштах і середня величина змінної (сезонної) потреби фінансується за рахунок власних джерел і довгострокових позикових джерел, величина “робочого капіталу” підвищується порівняно з попереднім підходом на середню суму змінної потреби.

П'ятий підхід означає, що ризик втрати ліквідності є ще нижчим, але періодично протягом року може з'являтися суттєвий надлишок власних оборотних коштів. Тому необхідно оперативного управляти ними, контролювати, щоб вони не відволікались на придбання непотрібних запасів.

Даний підхід можна застосовувати для фінансування поповнення оборотних коштів.

При врахуванні всіх використовуваних критеріїв оптимальним, на наш погляд, є четвертий підхід, за яким підприємству вдасться підвищити рівень ліквідності, покрити нестачу оборотних коштів та уникнути виникнення надлишку. Це дуже важливо, оскільки за наявності надлишку обігових коштів на підприємстві можливе недоотримання прибутку від вигідних інвестицій, бо кошти вкладені у виробництво, але там не є необхідними [1].

Обраний підхід також має прийнятну для підприємства плату за фінансові ресурси. Його використання на підприємстві дає змогу значно підвищити рівень рентабельності, а отже, з'являється прибуток.

### **Література:**

1. Давиденко Н. М. Ліквідність та платоспроможність як показники ефективності фінансового менеджменту підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005.– №2. – С. 36–40.
2. Дорошенко А. П. Оцінка ліквідності та платоспроможності в



контексті діагностики загального фінансового стану підприємства // Ефективна економіка. – 2010.– №3 // [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua)

**Кубецька О.М.**, к.е.н., доцент

**Горбонос Н. П.**, СВО «Магістр» спеціальності

«Фінанси, банківська справа та страхування»

Полтавська держана аграрна академія

## **УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Управління капіталом представляє собою систему принципів та методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з встановленням оптимальних параметрів його обсягу та структури, а також його залученням з різних джерел та в різноманітних формах для здійснення господарської діяльності підприємства.

Метою, яку ставить перед собою підприємство при визначенні шляхів управління капіталом є забезпечення добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах.

Для фінансування активів у пасиві балансу підприємства виділяють власний капітал, довгострокові і короткострокові зобов'язання і забезпечення. Фінансову основу підприємства представляє сформований ним власний капітал.

В сучасних умовах господарювання ефективна фінансова діяльність підприємства неможлива без залучення позикових засобів. Використання позикового капіталу дозволяє розширити обсяги господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різноманітних цільових фінансових фондів і в кінцевому рахунку – забезпечити зростання ринкової вартості підприємства.

Політика залучення позикових засобів спрямовується на забезпечення

найбільш ефективних форм залучення позикового капіталу із різноманітних джерел у відповідності із потребами розвитку підприємства. Позикові засоби залучаються на строго цільовій основі [2].

Залучення позикового капіталу і зростання його питомої ваги в сукупному капіталі підприємства вважається доцільним, якщо при цьому зростає рентабельність власного капіталу, а рівень фінансового ризику не буде загрозливим.

Під фінансовою структурою капіталу розуміють співвідношення власних та позикових засобів, що використовуються підприємством у процесі господарської діяльності. Є лише низка факторів, які потрібно обов'язково враховувати при формуванні цільової структури капіталу підприємства з метою забезпечення найбільш ефективної пріоритетності між рівнем рентабельності власного капіталу і коефіцієнтом автономії. Основні фактори, що впливають на фінансову структуру капіталу, систематизовано в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на формування фінансової структури капіталу підприємства

Фактори	Характер впливу на структуру капіталу
Галузеві особливості діяльності підприємства	1. Чим більша фондомісткість галузі, тим нижчий кредитний рейтинг і більше потрібно розраховувати на власний капітал. 2. Чим менша тривалість операційного циклу в галузі, тим більша можливість залучати позиковий капітал.
Стадія життєвого циклу підприємства та темпи його розвитку	1. Підприємства, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу і мають конкурентоспроможну продукцію, можуть залучати для фінансування активів більшу частку позикового капіталу. 2. Підприємства, які знаходяться в стадії зрілості, повинні більшою мірою використовувати власний капітал.
Рівень рентабельності діяльності	1. Чим вищий рівень рентабельності, тим вищий кредитний рейтинг і збільшуються можливості нарощення позикового капіталу. 2. З'являється можливість більшу частину прибутку реінвестувати у виробничий розвиток і зменшити потребу в позиковому капіталі.

Рівень оподаткування прибутку підприємства	1. В умовах низьких ставок податку на прибуток або використання підприємством податкових пільг зменшується податкова економія і різниця у вартості позикового та власного капіталу із зовнішніх джерел є не настільки істотною. У цих умовах вигідніше здійснювати емісію акцій. 2. За високої ставки оподаткування прибутку збільшується ефект від залучення позикових коштів.
Рівень концентрації власного капіталу	1. У випадку, коли власники бажають зберегти фінансовий контроль за управлінням підприємством, додатковий капітал доцільно формувати на основі позикових коштів.
Фінансовий менталітет власників і фінансових менеджерів підприємства	1. У випадку, коли керівництво має на меті збільшення прибутку, частка позикового капіталу буде зростати. 2. У випадку, коли керівництво ставить за мету мінімізацію ризиків, частка позикового капіталу буде зменшуватися.
Асиметричність інформації	1. У разі ринкової недооцінки фірми, коли інвестори не мають інформації про очікуване зростання прибутку, можна тимчасово збільшити частку позикового капіталу.

З урахуванням перелічених факторів управління структурою капіталу на підприємстві потрібно здійснювати у двох напрямках: обґрунтування оптимальних пропорцій використання власного і позикового капіталу; - залучення необхідних обсягів власного і позикового капіталу для досягнення цільової структури [1]. Оптимальна структура капіталу – це таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого одночасно забезпечується висока фінансова рентабельність і не втрачається фінансова стійкість підприємства. В процесі управління структурою капіталу використовується вартість капіталу в розрізі окремих його елементів, що слугує одним із можливих критеріїв оцінки економічної ефективності формування і використання сукупного капіталу та окремих його елементів у господарській діяльності підприємства.

Отже, головна мета управління капіталом полягає у забезпеченні виваженої структури капіталу, яка б відповідала цільовим настановам підприємства і забезпечувала мінімальний фінансовий ризик за достатньо високої ринкової вартості (але не обов'язково найвищої).

### Література:

1. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / І. О. Бланк. – К. : Ельга, 2008. – 724 с.
2. Кузьменко Л. В. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Кузьменко Л. В., Кузьмін В. В., Шаповалова В. М. – Херсон : Олді-плюс, 2009. – 256 с.

**Остапенко Т. М.**, к.е.н, доцент  
Полтавська державна аграрна академія

## ОБЛІК ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

Важливим елементом побудови обліку витрат на виробництво продукції молочного скотарства є обґрунтоване встановлення його об'єктів. Вибір об'єкта обліку витрат має тісно узгоджуватись з об'єктом обліку поголів'я. Своєчасно та достовірно надана інформація про поголів'я тварин сприяє отриманню незалежної інформації про витрати на виробництво продукції та обґрунтованому визначенню собівартості продукції тваринництва, що вимагає, в свою чергу, відповідної організації контролю за збереженням поголів'я тварин.

Відповідно до Інструкції № 291 та Плану рахунків сільськогосподарські підприємства ведуть облік витрат на синтетичному рахунку 23 «Виробництво» [1, 3] відповідному субрахунку (традиційно 232), по дебету якого відображають витрати понесені, на утримання тварин, а по кредиту – вихід продукції, оціненої за справедливою вартістю.

Нижче приведена загальна схема з обліку витрат і виходу продукції при утриманні худоби основного молочного стада (табл. 1).

В кінці року субрахунок 232 закривається наступним чином: порівнюють суму обороту по дебету рахунку 232 (фактичні витрати) з сумою обороту по кредиту рахунку 232 (вартістю оприбуткованої продукції). У випадку перевищення суми дебетового обороту над сумою кредитового обороту підприємство на виявлену різницю відображає запис: по дебету рахунку 940 та кредиту 232. А у випадку перевищення суми кредитового

обороту над сумою дебетового обороту підприємство на виявлену різницю відображає запис: по дебету 232 та кредиту 710 .

Таким чином, після співставлення оборотів та відображення виявленої суми відхилень, рахунок 232 закривається і сальдо не відображається.

Таблиця 1

Загальна схема з обліку виробництва продукції у молочному скотарстві\*

Дебет рахунку	Рахунок 232.1 «Утримання худоби основного стада»		Кредит рахунку
Кореспондуючий рахунок	Стаття витрат	Кореспондуючий рахунок	Види продукції
Сальдо		27	Оприбуткування молока за справедливою вартістю
661	Витрати на оплату праці		
651	Відрахування органам соціального страхування	21, 208, 27	Оприбуткування приплоду, гною
208, 27	Корми	...	...
208	Медикаменти, дезінфікуючі матеріали	...	...
63 чи 685	Роботи та послуги виконані сторонніми Організаціями		
234	Роботи та послуги виконані власними допоміжними виробництвами		
13	Амортизація		
203, 207, 205, 22, 661, 65 та ін.	Витрати на утримання основних засобів		
91	Загальновиробничі витрати тваринництва		
.....	Інші витрати		
РАЗОМ ВИТРАТ		РАЗОМ ВИХІД ПРОДУКЦІЇ	
710	Дохід від первісного визнання активів	940	Витрати від первісного визнання активів
Сальдо			

\*Розроблено з використанням джерел: [1-5].

Як видно з табл. 1 в обліку приплід (телички, бички) відносять до додаткових біологічних активів. Для обліку приплоду ВРХ (додаткових біологічних активів) необхідно керуватись сукупністю загальнообов'язкових умов визнання активів. При первісному визнанні приплід (телички, бички) оцінюються за справедливою вартістю. Відтак обраний підприємством метод оцінки приплоду повинен відображатись у наказі про облікову політику підприємства.

Крім того, продукцією вирощування великої рогатої худоби молочного напрямку є молоко, гній (побічна продукція). Положення п. 12 П(С)БО 30 [5] та п. 6.1 Методичних рекомендацій № 1315 [2] передбачають оцінку гною за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу, або за виробничою собівартістю (нормативною собівартістю).

### **Література:**

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення: 20.04.2019).

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів: затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2006 р. № 1315. Дата оновлення: 30.12.2013. URL: <http://www.interbuh.com.ua/ru/documents/oneregulations/14150> (дата звернення: 20.04.2019).

3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99> (дата звернення: 20.04.2019).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затв.

наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318. Дата оновлення: 09.08.2013. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 20.04.2019).

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 18.07.2005 р. № 790. Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05> (дата звернення: 20.04.2019).

**Канцедал Н. А.**, к.е.н., доцент

**Самбурська К. С., Годзенко В. В., Кравчина І. В.**

здобувачі СВО «Магістр» за ОПП «Облік і оподаткування»,

Полтавська державна аграрна академія

## **ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ПОБІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ СОНЯШНИКУ ЯК ОБ'ЄКТА ОБЛІКУ**

Формування облікової інформації повинно відбуватися з урахуванням факторів постійного впливу відповідних інститутів на господарську діяльність підприємств [1 с. 98]. В умовах обмеженості й дефіциту ресурсів все більшої актуальності набувають технології біоенергетичного виробництва, зокрема, світовий досвід накопичив достатньо серйозний науковий потенціал з використання рослинних відходів сільськогосподарського виробництва в енергетичних цілях. Зважаючи на нарощування обсягів виробництва соняшнику, потенціал відходів його виробництва (стебла, кошики) в Україні є достатньо великим, і досягає до 40 %однак масового використання пожнивних решток соняшника для виробництва енергії не спостерігається. Активно утилізується лише лушпиння соняшника – для виготовлення гранул/брикетів та як паливо для котлів, що працюють на олійноекстракційних заводах та інших підприємствах масложирової галузі. Водночас, потенціал рослинних відходів

соняшнику, що може бути використано для виробництва енергії, досягає 40% [3 с. 23].

Відходи рослинництва поділяються на первинні, тобто ті, що утворюються безпосередньо при збиранні врожаю сільськогосподарських культур, і вторинні – такі, що генеруються при обробці врожаю на підприємствах. Первинні відходи включають соломку зернових та інших культур, відходи виробництва кукурудзи на зерно і соняшника (стебла, стрижні, кошики і т. ін.). Вторинні відходи – це лушпиння соняшника, лушпайка гречки, рису, жом цукрового буряку і тому подібне. Частина відходів та залишків використовується на потреби самого сільського господарства (органічне добриво, підстилка та корм скоту), частина – іншими секторами економіки, а решта біомаси залишається незадіяною і часто утилізується (спалюється в полі, вивозиться на звалище) без принесення користі. Значну частину біомаси, що не використовується, видається доцільним залучити до виробництва енергії. При цьому важливим є питання яку саме частку відходів та залишків сільського господарства можна використовувати на енергетичні потреби без заподіяння негативного впливу на родючість ґрунтів. [3, с. 5].

При визначенні частки відходів виробництва соняшнику необхідно враховувати особливості технології його виробництва. Якщо агрегат «комбайн-жатка» оснащений подрібнювачем, то він забезпечує зрізання рослини, обмолот кошиків, збір насіння в бункер, подрібнення обмолочених кошиків зі стеблами й розкидання їх на полі або збір у причіп. Інший варіант збирання соняшнику полягає у обмолоті кошиків та їх збору в копнувач в цілому вигляді з наступним вивантаженням на полі невеликими копами. Стебла, що залишилися після збирання, підрізають та подрібнюють дисковими лушпильниками. Після цього їх згрібають у валки, з яких формують копи [2]. Тобто, в Україні переважно застосовується технологія виробництва соняшнику із залишенням стебел у полі.

У практичній діяльності сільськогосподарських підприємств



собівартість соломи, гички, стебел кукурудзи і соняшника, капустяного листа та іншої побічної продукції рослинництва визначається, виходячи із розрахунково-нормативних витрат на збирання, транспортування, скиртування та інші роботи, пов'язані із заготівлею побічної чи основної продукції. Відмінності у підходах до оцінки побічної продукції соняшнику проаналізуємо, керуючись дослідженнями Л.К. Сука [4, с.74].

Застосування оцінки продукції за справедливою ціною дає можливість оперативніше приймати рішення в умовах вибору альтернативи, яка постає перед кожним виробником: 1) виробляти чи купувати; 2) продавати чи переробляти далі. Оцінка продукції за справедливою ціною допомагає визначити втрачену вигоду, за умови, коли продукція власного виробництва споживається за фактичною собівартістю, а не за цінами можливої її реалізації.

Якщо власну продукцію, використану у виробництві, оцінити за ринковою ціною, це призводить до виникнення нового виду собівартості – «комерційної».

Усі компоненти, що формують «комерційну собівартість», повинні враховуватися за історичною вартістю, а використана готова продукція – за ціною реалізації. Таким чином, побічна продукція соняшнику, яка використовується для власного внутрішньогосподарського споживання, становить продовження виробничого процесу і має оцінюватися на основі витрат, що включають доведення її до кондиційного стану. Її слід обліковувати на окремих рахунках, визначених в Інструкції 291 за собівартістю. Фінансовий результат буде визначатися лише у випадку її реалізації.

Якщо у процесі виробництва використовують продукцію, яка має активний ринок і може бути вільно реалізована, то її можна оцінити за справедливою вартістю. Ринкова ціна для побічної продукції соняшнику не може бути застосована, оскільки така продукція не має вільного ринку. За цих умов собівартість виробництва і буде становити її справедливую вартість

для конкретного підприємства. У випадку внутрішньогосподарського використання побічної продукції соняшнику як біопалива вважаємо за доцільне обліковувати її на субрахунку 203 «Паливо», якщо така продукція реалізується – на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва».

### **Література:**

1. Канцедал Н. А. Інституційні підходи до вирішення проблем бухгалтерського обліку. *Збірник наукових праць*. Полтава : РВВ ПДАА, 2018. С. 97-99. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1199>
2. Маслак О. Ринок соняшнику нового врожаю. *Агробізнес сьогодні*. 2016. № 22 (341). URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/7947-rynok-soniashnyku-novoho-vrozhaiu.html>
3. Перспективи використання відходів сільського господарства для виробництва енергії в Україні. *Аналітична записка біоенергетичної асоціації України*. 2014. – №.7. 31 с.
4. Сук Л. К. Обчислення та використання собівартості сільськогосподарської продукції. *Облік і фінанси*. 2016. № 2(72). С. 71-75.

## **2. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СВІТЛІ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.**

**Макуха О.В.**, к.с.-г.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **АНАЛІЗ РИНКУ ФЕНХЕЛЮ ЗВИЧАЙНОГО В КОНТЕКСТІ КОМПОНЕНТНОГО СКЛАДУ ЕФІРНОЇ ОЛІЇ**

Основним цільовим призначенням групи ефіроолійних культур є виробництво ефірної олії – рідини, до складу якої входять леткі речовини зі специфічним запахом: терпени, альдегіди, спирти, кетони та ін. Ефіроолійні рослини також вирощують як лікарські, пряносмакові, декоративні, медоносні.

Ефірна олія та її компоненти використовуються надзвичайно різноманітно: у медицині, ветеринарії, парфумерно-косметичній, лакофарбовій промисловості, лікєро-горілчаному, кондитерському, хлібобулочному, консервному виробництві, в оптиці, виробництві точних приладів тощо.

Для виробництва ефірної олії у світі використовується близько 200 видів ефіроолійних рослин. Кожен вид олії має неповторні властивості та не може бути замінений іншим. Ґрунтово-кліматичні умови України дозволяють вирощувати троянду, шавлію, лаванду, базилік, м'яту перцеву, кріп, коріандр, фенхель, кмін, аніс та ін. [1, 2].

Фенхель звичайний *Foeniculum vulgare Mill.* – ефіроолійна культура Середземноморської флори. Популярність фенхелю у світі зростає, він поширений майже у всіх країнах, але його вирощують на невеликих площах. Основними країнами-виробниками фенхелю є Індія, Мексика, Іран, Китай, Пакистан, Аргентина, Індонезія та ін. [3].

Завдяки високому вмісту ефірної та жирної олій, анетолу фенхель високо котується на ринку ефіроолійних рослин як незамінна сировина для виробництва парфумів, мила, лікарських препаратів та ін.

На сучасному етапі дуже обмежений асортимент ефірних олій, що виробляються в Україні, не задовольняє потреб вітчизняної ефіроолійної та парфумерно-косметичної промисловості. Попит на олії з високим вмістом окремих компонентів, у тому числі анетолу, зростає з кожним роком, на придбання їх за кордоном витрачаються значні кошти [4].

Потреба в лікарській рослинній сировині значно перевищує пропозицію, тому збут на неї гарантований, а ціни порівняно високі. Господарства вирощують, заготовляють та продають фармакологічним підприємствам біля тисячі тон лікарських трав на рік, що на порядок менше попереднього рівня заготівель. Україна забезпечує себе лікарською рослинною сировиною лише на 15-25%, тому в найближчий час особливої конкуренції у вирощуванні лікарських трав спостерігатись не буде [5].

Результати хроматографічного аналізу ефірної олії з насіння фенхелю звичайного, вирощеного в неполивних умовах півдня України, свідчать про її унікальний компонентний склад.

Ефірна олія містить 28 хімічних сполук, основними з яких є транс-анетол (67,6%), лімонен (8,8%),  $\alpha$ -пінен (7,7%), фенхон (5,7%), естрагол (3,8%), ліналоол (1,4%).

До складу ефірної олії входять також 4-метоксібензальдегід, 1-метоксі-4 (проп-1-еніл) бензол, транс-каріофіллен,  $\beta$ -бергамотен, карвон, 1,8-цинеол, терпінен-4-ол,  $\alpha$ -бісаболен, р-цимен,  $\beta$ -мірцен,  $\beta$ -пінен, р-мент-1-ен-8-ол,  $\beta$ -фелландрен, камфен,  $\delta$ -карен, камфора, терпеніл ацетат, сабінен,  $\gamma$ -терпінен,  $\alpha$ -терпінолен,  $\alpha$ -туйєн, транс-ліналоол оксид.

Окремі компоненти ефірної олії фенхелю володіють цінними властивостями. Транс-анетол застосовують як ароматичну речовину для виробництва парфумів, косметичних засобів, мила; фенхон – як дезінфікуючий засіб; лімонен – розчинник, смола, зволожуючий агент;

естрагол – у парфумерії, для ароматизації харчових продуктів та напоїв;  $\alpha$ -пінен – у виробництві камфори, інсектицидів, розчинників, основи для парфумів [6].

Ринок фенхелю в Україні знаходиться на етапі становлення, але вирощування даної культури є дуже перспективним завдяки можливості охопити декілька сегментів ринку та використати додаткові канали збуту за рахунок багатоцільового використання ефірної олії в різних галузях промисловості, експорту продукції до країн Європи та Азії.

Таким чином, на основі аналізу компонентного складу ефірної олії з насіння фенхелю звичайного можна стверджувати про її унікальний хімічний склад, який зумовлює широкий спектр напрямів використання в медицині, різних галузях промисловості (харчовій, фармацевтичній, парфумерно-косметичній та ін.), ветеринарії, тваринництві.

#### **Література:**

1. Фурсова Г.К., Фурсов Д.І., Сергєєв В.В. Рослинництво. Технічні та кормові культури. Харків: ТО Ексклюзив, 2008. С. 97-98.
2. Лихочвор В.В. Рослинництво. Технології вирощування сільськогосподарських культур. Київ: Центр навчальної літератури, 2008. С. 626-628.
3. Top Producing Countries of Fennel. URL: [www.tridge.com/intelligences/fennel/production](http://www.tridge.com/intelligences/fennel/production) (дата звернення: 19.12.2018).
4. Работягов В.Д., Свиденко Л.В., Деревянко В.Н., Бойко М.Ф. Эфирномасличные и лекарственные растения, интродуцированные в Херсонской области (эколого-биологические особенности и хозяйственно-ценные признаки). Херсон: Айлант, 2003. С. 50-82, 190-191.
5. Бахмат М.І., Кващук О.В., Хоміна В.Я., Комарніцький В.М. Лікарське рослинництво: навч. посіб. Кам'янець-Подільський: ПП "Медобори-2006", 2011. С. 8-63.

6. Bown D. Encyclopedia of herbs & their uses. London: Dorling Kindersley Limited, 1995. P. 22-383.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н., доцент,  
**Кістінь Н.В.**, здобувач вищої освіти другого ( магістерського) рівня  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ ЗАСОБИ МОТИВАЦІЇ ОФІСНОГО ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні офісним персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки [1]. 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. [2].

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 [3, 4].

Завданням даного дослідження є виявлення методів мотивування персоналу в організаціях у сучасних умовах.

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.

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.

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.

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);

- побудова (підсвідомий вплив на людину) - дає можливість пробуджувати у співрозмовника поважне ставлення і прагнення брати приклад з мовця;

- 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

Отже, які б прекрасні не були ідеї, інноваційні технології, найсприятливіші зовнішні умови, без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності роботи досягнути неможливо.

Таким чином вкладення керівництва 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. Це забезпечить розробку оптимального мотиваційного комплексу та механізмів його впровадження й буде сприяти розвитку трудових ресурсів підприємства, наслідком чого буде підвищення продуктивності праці та досягнення цілей організації.

### **Література :**

1. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: підруч.К. : Академвидав, 2007. 464с.
2. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. К.:Каравела, 2005. 496 с.



3. Сухарський В.С. Менеджмент: теорія, методологія, практика. Монографія. Тернопіль: Астон, 2002. 416 с.

4. Шевчук С. П., Скороходов В. А., Жуковська В. М. та ін. Управління сучасним офісом. Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2010. С. 78-85.

**Кривошея Є.В.**, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії  
Харківський національний університет ім. В.В. Докучаєва

### **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТЕРМІНІВ «ПІДПРИЄМНИЦТВО» ТА «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Підприємництво є однією з головних складових що забезпечує соціально-економічне зростання країни. На нього покладене розв'язання таких важливих економічних і соціальних завдань, як насичення національного ринку різноманітними благами, розв'язання проблеми зайнятості населення, розвиток конкуренції, формування господарської культури тощо.

Терміни « підприємництво» та «менеджмент» сьогодні є тими поняттями, що мають тісний взаємозв'язок котрий при правильному застосуванні приносить підприємству значний економічний ефект, більш того менеджмент підприємницької діяльності здатний забезпечити нормальне функціонування економіки як на рівні регіону, так і країни.

В Україні відповідно до статті 42 Господарського кодексу України, поняття «підприємництво» трактується, як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1].

Вперше термін «підприємництво» використав Кантільон, ще в XVII столітті, проте й у сучасній економіці відсутня єдність поглядів на це поняття. Наразі серед безлічі існуючих підходів до його визначення можна виділити два основних:

- традиційний підхід: підприємництво – це бізнес (слово «підприємець» походить від франц. *intrepandre*, що означає робити, зробити, узяти на себе, намагатися). Відповідно підприємець – фізична особа, яка створює і управляє власним бізнесом;

- нетрадиційний підхід (починаючи з 80-х рр. ХХ ст.): підприємництво – широке поняття (заповзятливість – скоріше тип поведінки, ніж особова характеристика). Підприємництво стало розглядатися як спосіб мислення, стиль поведінки, спосіб життя.

Передумовою появи нового нетрадиційного погляду на підприємництво було те, що великі компанії усвідомили необхідність гнучкості як умови виживання і збереження своїх позицій. Намітилася тенденція до децентралізації всередині компанії, створення підприємницьких підрозділів (відділень), розроблення дивізіональних структур, внутрішнього підприємництва, появи нових вимог до менеджерів, які повинні були стати підприємцями всередині підприємства[2].

Підприємець за нетрадиційним підходом – це новатор, генератор нових ідей, підходів; людина, яка приймає на себе ризик; людина, яка шукає й знаходить нові можливості; креативна особистість, яка створює щось нове, засновник нової справи.

Таке розуміння і визначення підприємництва і підприємства стало підґрунтям підходу, що отримав назву «підприємницьке управління» (підприємницький менеджмент).

Термін «підприємницький менеджмент» використовується починаючи із 80-х років ХХ ст. Існує погляд щодо необхідності протиставлення менеджменту і підприємництва, оскільки вони відображають два явища, що взаємо виключають один одне. Однак будь-яке підприємство зазнає краху, якщо в ньому не забезпечується належний рівень менеджменту. Нездатність до ефективного управління цілком достатньо для кризи підприємства.

Сьогодні підприємницький менеджмент – це управління в умовах невизначеного і нестабільного зовнішнього середовища, що характеризується

прагненням до змін, пошуком нових можливостей і високим ступенем ризику в їх реалізації [3].

Можна висунути припущення про тенденцію орієнтування загального менеджменту в напрямі підприємницького управління. У цьому сенсі в економічному значенні менеджмент – це наука і сфера практичної діяльності щодо інтеграції людей в їх спільному підприємстві. При цьому завдання функціонування та розвитку сучасного підприємства пов'язані з такими поняттями, як маркетинг, інновація, людські ресурси, фінансові ресурси, природні та інформаційні ресурси, продуктивність, соціальна та екологічна відповідальність, потреба в прибутку. Іншими словами, менеджмент забезпечує сумісну роботу (бізнес, підприємницьку діяльність) людей.

Підприємницький успіх залежить не лише від економічних можливостей підприємства чи обсягу виконаних операцій, а й від мистецтва згуртування всього виробничого колективу для досягнення поставлених цілей, від уміння організувати ефективну реалізацію товарів, дієвого управління персоналом, фінансами, виробничими потужностями. Забезпечити це покликаний особливий вид управлінської діяльності, котрий називається менеджментом [4].

### **Література:**

1. Господарський кодекс України N 436- IV від 16 січня 2003 року редакція від 03.02.2019 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 15.05.2019).
2. Пономарьова М.С., Кривошея Є.В. Особливості функціонування та розвиток підприємництва в умовах інтеграційних зрушень Бізнес-навігатор 2019 № 1 (50). С. 97-101.
3. Шавшин О.С. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Інтернаука. 2017. № 3 (25). Т. 2. С. 167–171.

4. Пономарьова М.С. Шовкун Л.В., Савельєва О.М. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2015. № 1. С. 227–236.

5. Пономарьова М.С. Особливості менеджменту в сільськогосподарських підприємствах / М.С. Пономарьова // Вісник ХНАУ. Серія. «Економічні науки». - 2012. - № 10. С.133- 139. - 234 с.

**Лігоненко Лариса,**  
проф. д.е.н., професор кафедри  
менеджменту КНЕУ ім. В.Гетьмана

## **СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙ**

Економіка інновацій потребує постійної уваги до продуктів, послуг та бізнес-моделей підприємств та організацій, оскільки зміст та терміни впровадження інновацій обумовлюють їх діловий успіх, конкурентоспроможність, життєздатність тощо. В цих умовах будь-яке підприємства ( незалежно від розмірів, сфери господарювання, розміру та досвіду) зацікавлено в оволодінні сучасним інструментарієм пошуку інноваційних ідей. Інструментарій креативності та інноваційних ідей вельми і вельми різноманітний. Його систематизація неодноразово була предметом наукових досліджень, зокрема [ 1-3 ].

Так, в [ 1 ] розрізняють активні та пасивні методи пошуку інноваційних ідей. Активні, в свою чергу, поділяють на : 1) емпіричні : опитування фахівців та споживачів, участь у профільних та споріднених (бенчмаркінг) виставках та ярмарках ; аналіз публікацій ( особливо актуально- в іноземних джерелах та в мережі інтернет); 2) системнологічні: морфологічний аналіз, функціонально-вартісний аналіз, побудова дерева розв'язання проблем тощо; 3) інтуїтивні : метод мозгового штурму А. Осборна (бренштормінгу) та його

різноманітні модифікації, методи сінектики, метод Дельфі тощо. До пасивних методів відносять патентний аналіз, різноманітні методи маркетингових досліджень, аналіз пропозицій розробників, постачальників та замовників, аналіз пропозицій раціоналізаторів та винахідників тощо.

В [2] методи пошуку ідей та створення інновацій поділяють на : 1) методи психологічної активізації мислення- мозковий штурм (прямий, зворотній, тіньовий) ; корабельний рада; метод фокальних об'єктів Ч. Вайтінга; аналогії, синектика; метод "Прийоми аналогій"; оператор РВС; конференція ідей; метод маленьких чоловічків; метод гірлянд асоціацій і метафор; метод "Шість капелюхів мислення"; метод "Коучінг"; 2) методи систематизованого пошуку: списки контрольних питань; морфологічний аналіз Ф. Цвікки ; функціональний аналіз; функціональний метод проектування Метчетт; метод фокальних об'єктів У. Дж. Гордона ; метод гірлянд асоціацій і метафор; метод багаторазового послідовного класифікування; метод синтезу оптимальних форм; метод системного економічного аналізу та поелементного відпрацювання конструктивних рішень; метод "П'ять чому"; 3) методи спрямованого пошуку: функціонально-фізичний метод пошукового конструювання Р. Коллера та теорія рішення винахідницьких задач (ТРВЗ).

В [3], крім вище перелічених, розглянуто також фантограму Г. С. Альтшуллера та стратегію семикратного пошуку Г. Буша, які відносяться до емпіричних раціональних методів систематизованого пошуку інноваційних ідей.

В останні роки відбувається активне проникнення на Україну та інші пострадянські країни дизайн-мислення – однієї з пріоритетних методології (сукупності методів та інструментів) розвитку інновацій в компаніях різних галузей та масштабів. Зміст та інструментарій дизайн-мислення с систематизовано описано в [ 4-6 ]. Використання цієї методології дозволяє розробити такі продукти та сервіси, які орієнтуються перш за все на

задоволення потреб споживачів (клієнтів), оскільки розробляються на основі проведення глибинного дослідження їх інтересів, обмежень та побажань.

Серед етапів процесу дизайн-мислення, що традиційно виокремлюються (емпатія, визначення проблеми, генерування ідей, прототипування, тестування, імплементування), першим і найбільш вагомим є перший етап-емпатія, яка передбачає проведення опитування споживача, отримання відгуків, визначення вподобань опитуваних, їх невдоволення тощо.

Інструментарій дизайн-мислення надзвичайно широкий та різноманітний. Поряд з методами, що вже були перелічені вище та які активно використовуються в межах цієї методології, слід звернути увагу на такі прийоми дослідження як: спостереження в середовищі; автобіографічні щоденники; онлайн-етнографія; майндмеппінг (хто, що, коли, де, чому, як); леддерінг; картографічний меппінг; карти позиціонування; меппінг каналів; меппінг простору; розкадровка; фокус-групи; фото-етнографія, контент-аналіз; метод персони; профіль користувача; сторібордінг тощо. Їх опис наведений в [7].

Представляється необхідним сформувати у студентів економічних спеціальностей, перш за все майбутніх підприємців та менеджерів, навички практичного використання усіх перелічених інструментів пошуку інноваційних ідей. Цьому буде сприяти запровадження у ВНЗ України тренінг-курсу «Дизайн мислення» або вбудовування відповідної теми в існуючі курси, зокрема «Основи підприємництва», «Бізнес-планування», «Розробка/обґрунтування проєктів» та подібних за спрямуванням. Головне - практична орієнтація навчання, набуття практичного досвіду.

### Література:

1. Борисоглебская Л.Н. ,Нехорошков В.Ю. Методология разработки инновационных проектов // <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-razrabotki-innovatsionnyh-proektov>.
2. Методы поиска идей и создания инноваций // <https://www.inventech.ru/pub/methods>.
3. Наумова А.В. Методология поиска новых идей в рекламе // • [http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/idea\\_search.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/idea_search.htm).
4. Дизайн мышление. Гайд по процессу [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tilda.education/courses/web-design/designthinking/>.
5. Gibbons S. Design Thinking 101 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>.
6. Думай как дизайнер: Дизайн-мышление для менеджеров / Тим Огилви, Жанна Лидтка — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 240 с.
7. Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приемов и инструментов дизайн- мышления— М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 208 с.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач кафедри  
загальноекономічних дисциплін,

**Кольцова А.О.**, здобувач вищої освіти другого  
(магістерського) рівня першого року навчання

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ

На сучасному етапі розвитку економіки, одним з основних завдань керівників є мотивування своїх підлеглих до ефективної праці, з метою організації якісної та результативної роботи, що спрямована на досягнення цілей діяльності компанії. Прийняття управлінських рішень вимагає

узгодження не лише з інтересами виробництва, але й з інтересами колективу та окремих працівників підприємства. На зміну поширеній практиці роботи з персоналом, орієнтованій на споживання робочої сили за умов стабільної зайнятості та використання «жорстких» бюрократичних організаційних структур управління, приходять нові інноваційні моделі управління [1]. Принципово нові інноваційні підходи до управління персоналом значною мірою пов'язані з концепцією якості трудового життя, яка базується на трудових теоріях гуманізації праці, людського капіталу та людського розвитку.

Яскравим прикладом сучасних, інноваційних підходів до мотивації працівників є:

- Мотивація розвагою. Часто буває, що навіть цікава робота стає рутиною. У подібних випадках допоможе такий вид мотивації як розвага (приміром, кожен співробітник може щорічно отримувати можливість реалізувати будь-яку свою ідею).

- Мотивація мистецтвом. Мистецтво може стати для людей засобом, ініціюючим обговорення загальних проблем, стати тим, що зводить їх разом. Компанія-виробник ручок Montblanc використовують як мотивуючий чинник культурні заходи. Всі її співробітники отримують «культурну картку», за допомогою якої вони можуть відвідувати театри і концерти, оплачуючи всього лише 20% вартості квитків. Решту витрат бере на себе фірма.

- Інтерес. Для багатьох людей важливо, щоб робота була цікавою. Керівнику потрібно докласти чимало зусиль для того, щоб зробити роботу підлеглих як можна більш захоплюючою.

- Визнання досягнень. Можна знайти і більш цікаві способи заохочення співробітників за особливі досягнення, крім грамот і «дошки пошани». Наприклад, у компанії Walt Disney на честь ключових співробітників оформляють вікна кафе, що виходять на центральну вулицю парку Діснейленд. А в салоні одного з літаків розміщено перелік імен кращих



співробітників компанії. Подібні прийоми не становлять особливих труднощів, зате ефект може бути значним.

Підходів до мотивації є багато, проте існує імовірність допустити помилки при мотивації, найпоширенішими з яких є такі:

- Всі схожі на мене. Нерідкі ситуації, коли менеджер припускає, що для мотивування підлеглих підійдуть ті ж засоби, що і для нього особисто. Керівник повинен розібратися, яким саме чином кожен з них здатний підвищити свою результативність.

- Мотивація як обов'язок. Якщо менеджер сприймає необхідність мотивувати підлеглих як неприємний обов'язок, то йому простіше всього робити це за допомогою загрози. («якщо не впорасешся з роботою в строк - звільню або покараю»). Часом досить, щоб перед стартом проекту менеджер цікавився у свого підлеглого, що той хотів би отримати у разі успішного завершення роботи.

- Мотивація на вимогу. Іноді керівник ризикує стати заручником ситуації, коли підлегли будуть вимагати для себе все більших привілеїв. Щоб уникнути цього, необхідно розробити правила або систему мотивації. У будь-якому випадку це допоможе керівнику економити свій час і автоматично відсівати тих підлеглих, які люблять торгуватися і випрошувати пільги.

- Мало грошей. Менеджер, який вважає, що співробітникам завжди мало тих грошей, які їм платять, помиляється. Насправді для більшості людей це не так, їх можна набагато ефективніше мотивувати за допомогою інших (нематеріальних) стимулів [2].

Взаємодія мотивів і стимулів є тим інструментом, який дозволяє реалізувати потреби працівника найбільш доцільним для нього способом – завдяки реалізації своїх здібностей, а також надає можливості керівникові формувати систему стимулювання праці персоналу, поєднавши, таким способом, в одне ціле цілі ефективного управління та підвищення інноваційної діяльності промисловим підприємством та мету трудової активності працівника [4]. При правильній взаємодії мотивів та стимулів

відбувається взаємообумовленість елементів загального процесу формування механізму мотивації та стимулювання працівників. Не існує єдиних методів мотивації персоналу, ефективних у всі часи і при будь-яких обставинах. Однак, будь-який підхід, який застосовує керівник, повинен бути заснований на обраній фірмою стратегії керування людськими ресурсами.

### **Література:**

1. Федоряк Р.М. Методи визначення віддачі від витрат на найм персоналу /Федоряк Р.М. // Економіка та держава : [наук. журнал]. – 2012, № 2, С. 95-98.

2. Інноваційний підхід мотивації працівників [Електронний ресурс] // 23 Октябрю 2013 – Режим доступу: <http://stud24.ru/innovation/nnovacjn-pdhodi-motivac-personalu/516614-2345444-page1.html>.

3. Гук К.С. Оптимізація системи матеріального стимулювання співробітників страхових компаній в Україні / К.С. Гук, В.Ф. Грищенко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009. – №1. – С. 149-160.

4. Зенирова А. Нематеріальна мотивація [Електронний ресурс] / А. Зенирова // Кадровик.РУ. – 2008. – №6. – Режим доступу: <http://kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=11558>.

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент  
**Кириченко Ю.О.**, студентка 2 курсу ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЗАСТОСУВАННЯ БАЗ ДАНИХ ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ**

Історично системи управління базами даними орієнтувалися на вирішення завдань, пов'язаних у першу чергу з транзакційною обробкою

структурованої інформації [1]. Безумовно, найкращим, перевіреним часом рішенням тут була і залишається реляційна модель системи управління бази даних. Однак в останні роки область застосування баз даних незмінно розширювалася. З одного боку, потрібно керувати більш широким набором форматів даних, переходячи до вирішення спільних проблем управління корпоративною інформацією. З іншого – саме система управління бази даних беруть на себе основні функції інтеграції даних і додатків корпоративних систем. Саме цим пояснюється активний інтерес до обговорення архітектурних принципів і можливостей реалізації баз даних різних моделей – постреляційних, об'єктивно – реляційних, XML.

Використання системи управління бази даних в економіці можна розглянути так: документографічні й документальні застосовується у всіх базах органів влади та управління; бази даних з економічної та кон'юнктурної інформації( статистична, кредитно-фінансова, зовнішньоторгівельна).

У сучасних ІС для організації інформаційного забезпечення використовується концепція баз даних. Розвиток засобів обчислювальної техніки створення запам'ятовуючих пристроїв прямого (безпосереднього) доступу створили передумови для вирішення проблем незалежності, неузгодженості і надмірності даних, а також сприяли створенню нової концепції організації ІС – концепції інтеграції даних, яка дістала назву автоматизованого банку даних (АБД) [2].

Автоматизований банк даних – це система інформаційних, математичних, програмних, мовних, організаційних і технічних засобів, які необхідні для інтегрованого нагромадження, збереження, введення актуалізації пошуку і видачі даних.

Основними складовими компонентами АБД є БД і система управління бази даних.

База даних - це поійменована структурована сукупність взаємопов'язаних даних, які характеризують окрему предметну область і

перебувають під управлінням СУБД. База даних являє собою інтегроване сховище даних, яке призначене для використання багатьма споживачами і забезпечення незалежності даних від прикладних програм [3]. Зв'язок кінцевих користувачів та прикладних програм з базою даних відбувається через систему управління бази даних, яка слугує інтерфейсом між користувачем і базою даних.

Поняття бази даних (БД) нерозривно пов'язано з поняттям предметної області (ПО), під якою розуміється сукупність об'єктів, предметів реального світу в межах даного контексту (теорії, моделі, банку інформації й ін.). У цьому визначенні поняття реального світу трактується широко (предмет - об'єкт, процес, явище). Наприклад, якщо розглядається будь-яке підприємство як об'єкт, інформація про яке зберігається в БД, то його предметною областю буде безліч усіх його складових частин, їхніх властивостей і зв'язків між ними. Традиційно в основі поділу праці бухгалтерів лежить принцип організації обліку за окремими обліковими завданнями (або ділянками): облік основних засобів та нематеріальних активів, облік виробничих запасів, облік оплати праці, облік грошових коштів, облік розрахункових операцій, облік витрат виробництва тощо. При комп'ютеризації бухгалтерського обліку за принципами комп'ютерно-комунікаційної форми обліку перелік облікових завдань залишається незмінним, але збереження і перетворення інформації, формування результатних даних здійснюються в єдиній інформаційній базі.

Бази даних класифікують за різними критеріями. За моделлю організації даних розрізняють такі бази даних:

- Ієрархічна. Ієрархічна база даних може бути представлена як дерево, що складається з об'єктів різних рівнів. Між об'єктами існують зв'язки типу «предок-нащадок». При цьому можлива ситуація, коли об'єкт не має нащадків або має їх декілька, тоді як у об'єкта-нащадка обов'язково тільки один предок.
- Мережна. Така база даних подібна до ієрархічної, за винятком

того, що кожен об'єкт може мати більше одного предка.

- Реляційна. Реляційна база даних зберігає дані у вигляді таблиць. Сучасні СУБД використовують реляційну модель даних.
- Об'єктно-орієнтована. У базі даних цього виду дані оформляють у вигляді моделей об'єктів.

За розміщенням даних виділяють такі види баз: локальна, або централізована (така база даних підтримується на одному комп'ютері); розподілена (частини такої бази даних розміщують на різних комп'ютерах мережі). Структуровані БД використовують структури даних, тобто структурований опис типу фактів за допомогою схеми даних, більш відомої як модель даних. Модель даних описує об'єкти та взаємовідношення між ними. Існує декілька моделей (чи типів) баз даних, основні: ієрархічна, мережна та реляційна. До неструктурованих БД належать повнотекстові бази даних, які містять неструктуровані тексти статей чи книг у формі, що дозволяє здійснювати швидкий пошук.

### **Література:**

1. Грін Джо. Oracle 8/8i Server. Енциклопедія користувача: Пер.з англ./ Джо Грін та ін – К.: Видавництво "ДіаСофт", 2000. – 576 с.
2. Кайт Том. Oracle для професіоналів. Книга 1. Архітектура та основні особливості: Пер. з англ. / Том Кайт – СПб.: ТОВ "ДіаСофтЮП", 2003. – 672с.
3. Берко А.Ю. Організація баз даних: практичний курс: навч. посіб. для студ. / А. Ю. Берко, О. М. Верес. - Л., 2003. - 149 с.

**Захаркевич Н. П.**, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри менеджменту,  
фінансів, банківської справи та страхування ХУУП  
**Дорох А. І., Гаврилюк Н. О.**, здобувачі вищої освіти ХУУП

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Мотивація праці персоналу – головний фактор, що забезпечує підвищення продуктивності праці на підприємстві. Мотивація праці – невід'ємна частина організації, адже мотивовані співробітники – це серце і душа будь-якого бізнесу.

Якщо працівник виконує свої посадові обов'язки з повною самовіддачею для розвитку підприємства загалом, то коефіцієнт корисної дії зростає в декілька разів. Тому мотивація праці персоналу передбачає підвищення ефективності роботи персоналу, збільшення обсягів продажу, покращення виробничого процесу та обслуговування клієнтів, без особливо великих матеріальних затрат з боку компанії.

Мотивація персоналу відіграє дуже важливу роль на підприємстві, що в свою чергу:

- полягає у збільшенні продуктивності праці;
- допомагає знизити плинність кадрів;
- створює міцну команду співробітників.

Розглянемо систему мотивації персоналу на прикладі кав'ярень.

Вмотивувати персонал можна за допомогою матеріальних стимулів, серед яких ми виокремили наступні. Найперше – це створити систему бонусів за результатами праці. Наприклад, працівник отримує премію, якщо за певний період часу за відгуками клієнтів на нього не буде здійснено жодної скарги. Також бонуси можна прив'язати до щоденного чи щотижневого доходу у вашому кафе. Наприклад, якщо ви отримали на 10 % більше доходу ніж за аналогічний період минулого тижня, то кожен співробітник, що працює у той день отримає бонус у розмірі визначеної суми за кожну годину роботи [3].

Іншим матеріальним стимулом буде виступати знижка на власну продукцію. Тобто працівники можуть придбати той чи інший продукт за його собівартістю. Проте не варто обмежуватися лише фінансовою мотивацією, оскільки після певного періоду часу її цінність може знизитися. Тому потрібно комбінувати між собою як матеріальні стимули, так і нематеріальні.

Серед нематеріальних стимулів мотивації праці персоналу ми виокремили наступні:

- надання гнучкого графіку роботи. У працівників можуть бути власні зобов'язання, тому наявність гнучкого графіку роботи дасть працівникам більше підстав бути лояльними до компанії;

- кар'єрний ріст. Баристи в процесі своєї роботи не бачать перспектив кар'єрного зростання та особистісного розвитку. У цьому випадку необхідно проводити навчання для своїх підлеглих, забезпечити участь у майстер-класах, розробляти власні технологічні карти, щоб в подальшому стати шеф-баристою і відкрити власний бізнес [2];

- визнання хорошої роботи за будь-які додаткові зусилля, які докладають працівники.

Рівень продуктивності праці залежить від трудових умов. Тому важливо потурбуватися про сучасну техніку, забезпеченість необхідним господарським приладдям тощо.

Згідно з дослідженням Edelman Good Purpose, 72% клієнтів рекомендують підприємства, які підтримують питання, що турбують їх клієнтів [1]. Тому якщо працівник захоплюється благодійництвом або ж підтримує певні екологічні проекти, то можна його винагородити за це, адже це є важливим не тільки для нього, а й для суспільства.

Сьогодні кожна компанія повинна звернути увагу на рівень мотивації кожного з своїх працівників, адже від цього залежить уся діяльність компанії та досягнення позитивного результату в роботі як кожного окремо взятого працівника, так і організації в цілому.

Щоб персонал був вмотивований, необхідно вести з ним діалог і спонукати до висловлення своєї думки щодо важливих рішень діяльності компанії. Працівники, в свою чергу, відчуватимуть, що їхня думка має значення.

Якщо звернутись до зарубіжної практики, то цікавим є такий спосіб, в результаті якого працівник може сам обирати з ким йому працювати і в якому напрямку. Завдяки цьому, до роботи з'являється підвищений інтерес, а рівень мотивації зростає.

Також до незвичайних прикладів мотивації ми відносимо – квиток на місцевий концерт, подарунковий сертифікат, спільна поїздка, організація дозвілля, назва пункту меню в честь працівника тощо.

Часто бувають випадки, коли неможливо нічого зробити, щоб мотивувати працівників. Керівник може докладати максимум зусиль щоб залучити працівника різними способами, проте працівник не в захваті від роботи. В такому випадку важливо зрозуміти, коли потрібно попроситися з працівником. Тому керівництво повинно думати на перспективу, правильно будувати психологічний клімат колективу, загальну атмосферу на підприємстві, щоб не втратити зацікавленість працівників.

### **Література:**

1. Як нагородити співробітників ресторану. 13 творчих ідей // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.buzztime.com/business/blog/creative-ways-reward-restaurant-staff/>.

2. Способи винагороди співробітників // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.snacknation.com/blog/ways-to-reward-employees/>.

3. Як мотивувати своїх бариста та втримати їх зацікавленість // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.perfectdailygrind.com/2019/01/how-to-motivate-your-baristas-keep-them-engaged/>.



**Наталія Захаркевич**, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
фінансів, банківської справи та страхування  
Хмельницький університет управління та права

## **ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУТНІСТЬ ВІРТУАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Аналіз сучасної наукової літератури щодо особливостей появи і розвитку віртуальних організацій дає змогу визначити етапи їх становлення. Так, першу згадку про віртуальні компанії можна зустріти в країнах Західної Європи, Азії та США на початку 60-х років ХХ століття. Зокрема в зміст терміну «віртуальна організація» включали системи віртуального продажу, здійснення банківських операцій, фондових операцій та організації з віддаленим робочим місцем. Другий період становлення віртуальних організацій датується початком 1980-х - серединою 1990-х рр. Для цього періоду характерним є інтенсивний розвиток технологічної інфраструктури, в якій поряд з американськими науковими центрами виникли європейські осередки розвитку телекомм'юнінгу. Третій період (середина 1990-х рр. - по теперішній час) - період бурхливого розвитку індустрії віртуального бізнесу. У 1996 р. стартувала і європейська ініціатива European Telework Development Initiative, спрямована на розвиток електронної комерції» (New Ways to Work and Electronic Commerce). Фінансування заходів, що проводяться в її рамках, склало близько 500 млн. екю за чотири роки[1].

Цікаво відзначити, що в економіці термін «віртуальна організація» має величезний діапазон значень і визначень. Наприклад, Давидов (Davidow) і Мелоун (Malone) використовували термін «віртуальна корпорація» для позначення будь-яких нових організаційних форм, життєвий цикл яких обмежений певними часовими рамками, а центральне місце займають інформаційні технології. На противагу цьому Бурне (Burgne) запропонував використовувати той самий термін для тимчасового набору електронних

телекомунікаційних зв'язків між ефемерними утвореннями, які жертвують рівнем своєї компетенції на користь ефективного взаємного співробітництва. Мартін (Martin) запропонував термін «кібернетична корпорація», в основі якого лежать високошвидкісні канали зв'язку, закладені в мережі Інтернет. На противагу цьому ряд авторів або не допускають можливості існування віртуальних організацій без електронних взаємозв'язків, або ж повністю заперечують їх необхідність. Німецький дослідник К. Блейхер під віртуальною корпорацією розуміє: «Міжорганізаційне гнучке підприємство, що створюється на певний час, головна мета якого – отримання вигоди завдяки розширенню асортименту товарів і послуг» [2]. У зв'язку із значною розрізненістю наукових поглядів на особливості віртуальних організацій нами систематизована порівняльна таблиця, в якій представлені основні інститути ринку в реальній і віртуальній формах (табл. 1).

Таблиця 1

## Порівняльна характеристика

Показники	Форма інституту	
	Реальна	Віртуальна
Товар	Виробництво економічної вартості	Виробництво прототипу товару, його бренду
Інновація	Розробка функціонально-нових якостей товару	Створення модифікації товару без зміни його сутнісної форми
Фірма	Основні атрибути: офіс, процедури контролю витрат праці, ієрархія посадових повноважень	Основні атрибути: віртуальний офіс, мережа автономних агентів ринку, об'єднаних торговою маркою, концепцією та стилем роботи
Гроші	Функція – речовий замінник товарів	Функція – надання прав запозичення

У новому інформаційному суспільстві практично всі об'єкти приймають віртуальну форму: фактори виробництва, гроші, навіть людські емоції і почуття, але цим віртуальним формам необхідна матеріальна основа, якою є мережеві структури. Мережа як система децентралізованого управління набуває все більш важливого значення. За мережевим принципом фірми будують свої як внутрішні, так і зовнішні зв'язки, такі процеси протікають в різних культурних і національних контекстах.

Як відомо, поняття «мережа» має три значення: 1) система комунікації між об'єктами, розташованими в будь-якому просторі; 2) сукупність однотипних підприємств, об'єднаних єдиним управлінням; 3) система масового обслуговування, в якій увага зосереджена на організації процесу [3]. Ефект спільної мережевої діяльності виражається в створенні і використанні: передового досвіду і наукових досягнень в предметній галузі, нових продуктів і нових технологій виробництва; технологічних знань в рамках учасників технологічного ланцюжка створення продукту; передового досвіду (знань) в галузі менеджменту на рівні виробництва, підприємства і корпорації; маркетингу нових продуктів і послуг, визначення потреб при формуванні очікувань споживачів [2]. Таким чином, мережі формуються для отримання матеріального результату у вигляді розширення бізнесу і збільшення прибутку, створення потенціалу, спрямованого на комплексне використання новітніх методик розробки та просування інноваційного товару.

Необхідно зауважити, що традиційним організаціям притаманні формальні і неформальні інституційні зв'язки і відносини. У мережах також можна виділити два типи зв'язків: формальні (функціональні) зв'язки і відносини між учасниками мережі з приводу організаційно-господарських, виробничих, інформаційних та інших відносин, зафіксовані договорами і контрактами; неформальні (соціальні та культурні) зв'язки і відносини, не зафіксовані ніякими договорами, що не відіграють помітної ролі при функціонуванні мережевих структур.

В результаті мережевізації можуть виникнути дві організаційні моделі:

– мережева структура компанії, яка збирає навколо себе фірми меншого розміру, доручаючи їм виконання різних завдань – аутсорсинг. Фірми, в свою чергу, можуть мати власні підрозділи, необхідні для виробництва, але які вимагають дуже високої спеціалізації. У цьому випадку мережа є ієрархічною і велике підприємство займає домінуюче становище в ділових операціях, будучи головним замовником;

– сукупність (мережу) підприємств, близьких за розміром, більшість яких самостійні (юридично), але підтримують стійкість одне одного (в господарському плані), що дуже важливо для всіх. Подібна співпраця підвищує конкурентоспроможність товарів та послуг [4].

Як вважає Л.Д. Рейман, основними передумовами становлення та розвитку віртуальних підприємств в умовах інформаційної економіки стали глобалізація і інтернаціоналізація виробництва на основі всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет; динамічні зрушення в структурі потреб, що визначили перехід від масового виробництва до диференціації продукції, що випускається, спрямованої на індивідуальне задоволення потреб; інтеграція в рамках діяльності підприємств; формування нових умов функціонування в зв'язку з впровадженням новітніх інформаційних технологій та ін.

Таким чином, проведений вище аналіз дозволяє сформулювати наступне визначення: віртуальна організація – це система віддалених різнорідних організацій та її підрозділів, що мають можливість змінювати свій образ і конфігурацію за допомогою мережевих та інтелектуальних інформаційних технологій з метою оптимізації отримання доходу кожним із учасників в умовах спільної інтеграції ресурсів.

### **Література:**

1. Уорнер М. Виртуальные организации: новые формы ведения бизнеса в XXI веке. М.: Добрая книга, 2005. 296 с.
2. Бартов В. А. Развитие сетевых формирований в инновационной экономике *Менеджмент в России и за рубежом*. 2007. № 1.
3. Большой экономический словарь ; под ред. Г. Азрилияна. М, 2005. С. 234.
4. Сай В. М. Формирование организационных структур: [монография]. М, 2002. 437 с.

### **3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ, ФІНАНСОВОМУ, ІНФРАСТРУКТУРНОМУ, СЕРВІСНОМУ ТА ІНШИХ СЕКТОРАХ ЕКОНОМІКИ.**

**Шульга М.О.**, к.е.н., доцент кафедри  
менеджменту, маркетингу і туризму  
Херсонського національного технічного університету

#### **ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Інноваційна діяльність як потенційна можливість забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку та підвищення загального рівня конкурентоспроможності країни набуває особливої актуальності в умовах розвитку глобалізаційних та євроінтеграційних процесів України. Планування інноваційної діяльності, як одна із основних функцій менеджменту, дозволяє підприємству передбачити та оцінити можливі результати від активізації інноваційних процесів, спрогнозувати та уникнути ризиків діяльності, виявити фактори зовнішнього та внутрішнього оточення, які можуть впливати на реалізацію інноваційних проектів.

Враховуючи зовнішнє середовище, що ставить перед сучасними підприємствами нові умови, зумовлені ризикованістю, невизначеністю, мінливістю, нестабільністю, виникає потреба перегляду ролі планування інноваційної діяльності для підвищення її ефективності. Досить ефективним вирішенням цієї проблеми, може стати запровадження механізмів адаптивного планування інноваційної діяльності на підприємствах.

Під адаптивним плануванням інноваційної діяльності Андрійчук Ю.А. розуміє «...процес побудови сукупності підсистем стратегічного,

тактичного та оперативного планування на основі цілей та завдань інноваційної діяльності на певну перспективу, що забезпечує адекватну реакцію усіх структур підприємства на зміну факторів зовнішнього та внутрішнього середовища для утримання або досягнення оптимального (бажаного) стану» [1].

Адаптивне планування суттєво відрізняється від інших видів планування, насамперед, інформацією, що використовується. Для традиційних видів планування (стратегічного, тактичного, оперативного) інформація збирається на початкових етапах і стає основою для прийняття управлінських рішень. Зібрана в процесі планування інформація вважається повною, достовірною та релевантною аж до завершення виконання управлінських рішень, які були прийняті в процесі планування. Під час адаптивного планування інформація збирається не одноразово, а періодично, систематично та регулярно. На основі зібраної інформації плани корегуються, що сприяє їх адаптації до мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища.

Однак, такі підходи до планування стають причиною виникнення і певних недоліків, які пов'язані зі значними затратами праці та матеріальних ресурсів, окрім того, складання адаптивних планів вимагає значних навиків для працівників, які їх складають. Ці навички пов'язані, насамперед, з умінням закладати допустимі межі для майбутніх коливань планових показників, а також визначення необхідного та достатнього періоду оновлення інформації для уникнення надлишкових затрат праці та упущення моменту змін цих показників.

На нашу думку, кожен рівень планування на підприємстві повинен спрямовуватися на інноваційний розвиток. При цьому реалізація інноваційної стратегії на підприємстві полягає в організації управління інноваційними перетвореннями, що за своїм змістом поєднує в собі методи стратегічного, інноваційного менеджменту та менеджменту проектів. У

такому випадку кожна інноваційна ціль буде підкріплена управлінською складовою відповідного інноваційного проекту.

На сьогоднішній день, зважаючи на темпи науково-технічного прогресу, можна стверджувати, що стійкість економічного стану більшості підприємств значною мірою визначається темпами і масштабами здійснення інноваційної діяльності, що дозволяє своєчасно і швидко реагувати на умови зовнішнього середовища, що постійно змінюються, шляхом використання різноманітних нововведень, забезпечуючи цим більш повне й якісне задоволення потреб споживачів. Тому вважаємо, що всі рівні планування на підприємстві повинні спрямовуватися на інноваційний розвиток.

### **Література:**

1. Андрійчук Ю.А. Адаптивне планування інноваційної діяльності підприємств: сутність, особливості, принципи [Електронний ресурс] / Ю.А. Андрійчук – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2011\\_5\\_1/147-150.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_5_1/147-150.pdf)

2. Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ. 2011. 136 с.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н., доцент,

**Іванов І.В.**, здобувач вищої освіти другого ( магістерського) рівня  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОВОЧІВНИЦЬКА ГАЛУЗЬ В УМОВАХ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА: ПРОГРЕСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

За роки незалежності України в овочівницькій галузі відбулися негативні зміни, які унеможливили виробництво і постачання овочів у достатній кількості та асортименті. Однією з причин такого стану є висока

собівартість виробництва овочів унаслідок технологічної відсталості галузі, крім того овочівництво залишається однією з найбільш трудомістких галузей сільського господарства, що обумовлює низький рівень його економічної ефективності. Занадто низька урожайність овочевих культур також не сприяє підвищенню економічної ефективності виробництва овочів. Сукупність перелічених та інших проблем галузевого розвитку актуалізує наукові дослідження щодо розробки засад інноваційного розвитку овочівницької галузі в сучасних умовах.

Овочівництво є специфічною галуззю, яка має такі особливості: овочі вирощуються у відкритому і закритому ґрунті; великий набір вирощуваних культур (більше 100), для кожної з яких властива особлива агротехніка; утруднена механізація окремих виробничих процесів, що вимагає значних затрат ручної праці; потреба в працівниках певної кваліфікації та відповідній техніці, що зумовлює високі сумарні витрати. Головним напрямом збільшення виробництва продукції овочівництва і підвищення його економічної ефективності на нинішньому етапі є подальша інтенсифікація виробництва. Інтенсифікація овочівництва закритого ґрунту – це процес зростання раціональних вкладень засобів виробництва і праці з розрахунку на одиницю інвентарної площі теплиць за рахунок використання більш досконалого механізму господарювання з метою збільшення обсягу виробництва продукції, підвищення її якості та зниження собівартості. Рівень ефективності виробництва галузі характеризують такі важливі економічні показники, як валовий дохід, рівень рентабельності, норма прибутку, але для овочівництва на сучасному етапі доцільним є введення нового показника – окупності енергетичних витрат, який розраховується як відношення суми виручки від реалізації овочевої продукції до суми вартості використаних енерговитрат.

Показник окупності енергетичних витрат не можна протиставляти іншим, він є доповнювальним і необхідним у зв'язку з тим, що в умовах кризи, дефіциту енергетичних ресурсів виникає необхідність оцінювати



ефективність виробництва овочів з урахуванням енергетичних витрат [2, с. 95]. Збільшення виробництва овочів, підвищення його економічної ефективності на сучасному етапі, можливі лише на основі інноваційного розвитку галузі. Розвиток овочівництва необхідно орієнтувати насамперед на ресурсо- і енергоощадну техніку і технологію. На економічну ефективність овочевого виробництва значною мірою впливає рівень сформованості і функціонування ринку овочевої продукції. Частка спожитих овочів у кількості вироблених як загалом по країні, має тенденцію до зменшення. Групування сільськогосподарських підприємств, що займаються овочівництвом, за розміром площ овочевих культур показало, що в групі господарств із середньою площею посіву (посадки) понад 42,0 га, рентабельність галузі становила 53,0 %, а в групі, при площі посіву (посадки) до 3,0 га – галузь була збитковою. Отже, основним вітчизняним виробником овочів в Україні у майбутньому повинні стати великі сільськогосподарські підприємства різних форм власності. Окупність насіння вітчизняної селекції, порівняно із голландським, також була нижчою. Важливим напрямом інноваційного розвитку овочівництва є зрошення овочевих культур, які є досить вологолюбними. У структурі сільськогосподарського виробництва України провідне місце за показниками економічної ефективності і екологічної безпеки займає краплинне зрошення. Більш економічно вигідно застосовувати не іригацію (звичайне зрошення), а одночасно зі зрошенням подавати розчин добрив, здійснюючи цим точне дозування і контроль надходження усіх поживних речовин. Овочеві культури неоднаково окупили додаткові сумарні вкладення, пов'язані зі зрошенням. Найбільший вихід додаткового прибутку з розрахунку на 1 грн. щорічних сумарних додаткових витрат, пов'язаних зі зрошенням, дають столові буряки (5,19 грн. ) і томати – (4,64 грн. ). Найбільш трудомісткий процес під час виробництва овочів – збирання – повинен бути найбільш механізованим. Прикладом цього виступає цибулезбиральний комплекс Keulmac (Голландія), у який входять: машина для обрізання стебел, машина для підкопування та збирання у валки,

машина для підбору цибулі на ріпку з валків. Так, використання цього збирального комплексу врожаю під час вирощування цибулі дає економію матеріально-грошових витрат 3,1 тис. грн/га, скорочує час збирання в шість разів, зменшує трудомісткість процесу (замість 20 осіб працює тільки чотири).

Використовуючи під час збирання урожаю новітню техніку і закладаючи вирощений врожай в обладнані овочесховища на збереження, щоб потім реалізувати овочеву продукцію за найвищими цінами, підприємства підвищують економічну ефективність виробництва овочів. У системі заходів, спрямованих на підвищення економічної ефективності як сільського господарства загалом, так і окремих галузей, зокрема овочівництва, важливе місце належить також поглибленню спеціалізації сільськогосподарського виробництва.

Таким чином, важливе значення в інноваційному розвитку овочівництва важливе значення має використання сучасних прогресивних технологій з механізованим збиранням врожаю.

### **Література:**

1. Андрусак Н. О. Сучасний стан виробництва і збуту овочів. Зб. наук. праць Уманського державного аграрного університету. 2004. Вип. 58. С. 459-464.
2. Рудь В. П. Особливості концентрації та спеціалізації в овочівництві. Економіка АПК. 2001. №5. С. 94-99.

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Зацікавленість сучасних підприємств до стратегічного управління пов'язана з нестабільністю економічної кон'юнктури, посиленням конкуренції, підвищенням вимог споживачів і диференціацією смаків, скороченням життєвого циклу продукції. Економіка України переживає, наразі, необхідний переломний етап, оскільки підприємства переходять до нового механізму своєї діяльності.

На сучасному етапі розвитку економіки діяльності аграрних підприємств виникає багато перепон, що змушує їх застосовувати щось нове, раніше не відоме. При цьому виникає проблема виживання і подальшого розвитку. Тому для вирішення проблеми у створенні і реалізації конкурентних переваг керівництво повинно грамотно і ефективно розробляти стратегії розвитку підприємства. Впровадження стратегічного управління є однією з головних задач забезпечення ефективності виробництва. Стратегічне управління - це процес виведення довгострокових напрямків руху, які, виходячи з шансів (ризиків) сильних і слабких сторін, роблять можливим розвиток. Цей процес містить формування місії, цілей, стратегії, політики. Необхідність застосування стратегії на аграрних підприємствах України полягає в тому, що підприємства, які володіють стратегією і запроваджують стратегічне управління, завжди мають можливість провадити свою діяльність послідовно, враховуючи всі загрози і можливості. Стратегія витікає не тільки в якості інструмента обґрунтування, вироблення і реалізації довгострокових планів, але і водночас зв'язком між підприємством і зовнішнім ринковим оточенням.

В сучасному розвитку стратегічного управління виділяють наступні

етапи:

1. Визначення сфери діяльності та розробка місії підприємства;
2. Діагностика середовища, розробка короткострокових та довгострокових цілей діяльності підприємства;
3. Розробка стратегій досягнення цілей діяльності;
4. Реалізація стратегії підприємства;
5. Оцінка ефективності стратегії за результатами діяльності підприємства і введення конкуруючих впливів.

Оскільки умови сучасного бізнесу динамічні, даний процес являється безперервним і представляє собою постійно відновлюючий цикл з інтенсивними зворотними зв'язками. Для вироблення і впровадження стратегії необхідно насамперед мати талант підприємця і стратегічний образ мислення. Тому для ефективного впровадження стратегічного управління на підприємстві, керівник повинен задати основне питання щодо стратегій організації: «Яким ми бачимо своє підприємство, що ми збираємось для цього робити і чого бажаємо досягти?». Щоб чітко й обґрунтовано відповісти на нього, менеджери повинні ясно уявляти діяльність свого підприємства на сьогоднішній день і в майбутньому, а також продумати можливі потреби підприємства на 5-10 років уперед. Запровадження на підприємствах стратегічного мислення дозволяє послідовно встановлювати пріоритети розвитку підприємства, орієнтуватися на розпізнавання і своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі.

Стратегічне мислення керівництва підприємств України дозволить вийти підприємствам на новий рівень розвитку, дозволить конкурувати з зарубіжними підприємствами. Ще однією об'єктивною оцінкою важливості впровадження стратегії на підприємства України є те, що за допомогою неї створюється організаційна структура, яка здатна успішно виконувати стратегію; відбувається аналіз бюджету, щоб направити можливі ресурси у необхідні види діяльності. Стратегічно спрямовані підприємства здійснюють свою стратегічну роль день у день. Вони створюють найкращу практику і

техніку для забезпечення неприливної розвитку і самовдосконалення.

Впровадження системи стратегічного управління в Україні є важливим процесом під час управління підприємством, яка підвищує можливість його адекватного реагування на можливі зміни і сприяє ефективному вирішенню як стратегічних проблем. Оскільки зовнішнє середовище, в якому діють наші сучасні підприємства, постійно змінює ступінь його невизначеності, з'являються невраховані факти ризику, тому управління цих самих підприємств повинно бути пристосованим до ринкових змін, мати свої стратегічні плани і реалізовувати їх. Сформулюємо, які переваги дає стратегічне управління для сучасних підприємств: формування можливих стратегій і визначення, чи підходять ці стратегії для даного підприємства і відповідним ринковим можливостями; знаходження альтернативних шляхів розвитку діяльності, щоб вибрати найоптимальніший з них; орієнтування в майбутньому для визначення можливих наслідків і їх вирішення; ефективно і грамотно розміщення ресурсів підприємства; розуміння значущості і невизначеності ризиків в розвитку діяльності; стимулювання ентузіазму та мотивування працівників для подальшого їх розвитку; подолання опору змінам; формування інноваційної політики підприємства.

Тільки ефективний процес вироблення й реалізації стратегічних управлінських рішень може забезпечити виживання та ефективне функціонування аграрного підприємства.

### **Література:**

1. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. / В.В. Пастухова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014.– 302 с.

2. Стратегічне управління: [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32268>.

**Виноградова Т.І.**, старший викладач  
кафедри загальноєкономічних дисциплін  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПЕДАГОГІЧНИЙ КЛІМАТ ЯК УМОВА ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТНОСТІ В КОЛЕКТИВІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Для сучасної вищої школи актуальною є проблема виховання майбутніх громадян, які повинні стати не тільки висококваліфікованими спеціалістами, але й носіями національної та людської гідності, патріотизму, порядності, творцями матеріальних та духовних цінностей. Ефективним педагогічний процес у вищому навчальному закладі буде лише за умови успішного формування та функціонування оптимального педагогічного клімату.

Поняття педагогічного клімату є багатомірним. Воно складається з багатьох компонентів, що перебувають на різних рівнях ієрархічної структури. Серед них перше місце, на думку професора Т. Левченко, посідають стосунки різних типів, що виникають у навчально-виховному процесі. Дослідниця вважає, що психологічний комфорт у навчально-виховному процесі залежить від того, як складаються стосунки між педагогами і адміністрацією, між викладачами і студентами, студентами і керівництвом навчального закладу, тобто між різними суб'єктами і об'єктами педагогічного процесу [1, 10].

Педагогічний клімат - багатоаспектна, поліфункціональна, динамічна та інтегрована цілісність, яка потребує адекватних шляхів та підходів до її формування. Можна визначити негативні фактори, які блокують процес формування педагогічного клімату: відсутність готовності до нової системи вимог, оновленого змісту освіти та навчання в нових соціальних умовах;

мотиваційні конфлікти різного типу; деструктивні фактори, пов'язані з діяльністю педагога.

Відомо, що педагогічний клімат буває сприятливим, нейтральним чи несприятливим. Основними показниками сприятливого психологічного клімату є захищеність особистості в колективі, емоційне багатство життя колективу, радість творчості його членів, взаємна відповідальність та доброзичливість, дисциплінованість, повага, зацікавленість колективу у турботах кожного з його членів. В умовах нормального педагогічного клімату кожна особистість відчувається впевнено, спокійно. Її поведінка стабільно врівноважена. І, навпаки, в умовах несприятливого педагогічного клімату негативні емоції набувають застійного характеру, переходять у стан емоційного стресу - нервово-психологічного напруження. У стані емоційного напруження погіршуються концентрація, стійкість і переключення уваги, знижується коефіцієнт інтелекту, сповільнюється реакція.

Проблема формування педагогічного клімату - багатоаспектне педагогічне явище. Складовою частиною цієї проблеми є система відносин, що складається у колективі навчального закладу. Наукові дослідження доводять залежність згуртованості педагогічного колективу від характеру організації педагогічної діяльності. Провідним чинником інтеграції чи згуртованості педагогічного колективу є предметно-ціннісна єдність, суть якої визначається тим, що взаємовідносини між членами педагогічного колективу опосередковуються цілями, завданнями та цінностями спільної діяльності, тобто її реальним змістом. Показником згуртованості педагогічного колективу виступає його організаційна єдність, яка визначає можливість здійснювати морально-психологічний вплив на своїх членів.

На превеликий жаль, педагогічна практика свідчить про конфліктність у колективах навчальних закладів. Конфлікти існують між адміністрацією та викладачами, між педагогами і їх вихованцями, між студентами всередині студентської групи тощо. Такі конфлікти призводять до дезорганізації роботи у навчальному закладі, негативно впливають на результати навчально-

виховного процесу. Відомо, що лише ті керівники досягають високої ефективності у роботі, які здатні створити у своєму педагогічному колективі сприятливий психологічний клімат, залучаючи до цього процесу всіх його суб'єктів. Позитивний педагогічний клімат нормалізує напружену обстановку, перетворить працю викладача у навчальному закладі у привабливу і значущу.

Як свідчить практика, причини конфліктів у будь-якому колективі можуть бути такі: зіткнення інтересів, мотивів, цілей, дій різних суб'єктів чи повні їхні розбіжності; протиборство сторін, боротьба за лідерство у колективі; несумісність потреб, поглядів, підходів до вирішення тієї чи іншої проблеми; імпульси ворожості до нового: інформації, підходу, стилю, форми репрезентації матеріалу, суб'єкта; нестандартні форми мислення; почуття нерівності; невпевненість у власних силах, знаннях, компетенції, вміннях, навичках; деструкція відносин на емоційно-поведінковому рівні; ігнорування комунікативної ситуації, дистанції спілкування, зміни соціального контексту, соціальних ролей; невміння викликати співчуття до власних проблем і розуміння потреб; неможливість отримати позитивну оцінку своїх зусиль; схильність до трибунних ролей при міжособистісному спілкуванні.

Ми розглядаємо конфлікт як перепону на шляху формування оптимального педагогічного клімату. Коли прогнозування і запобігання конфлікту неможливі, вдаються до різних методик його нейтралізації, розв'язання та усунення: модифікації обох протилежних позицій; переорієнтації з однієї потреби (цілей, мотивів) на інші; вибір у навчальній ситуації іншого стилю спілкування, дії, поведінки; віддалення від зони суперечностей; різного типу компромісів та ін.

### **Література:**

1. Грабовська Т.О. Шляхи гуманізації відносин педагогів з учнями // Науково-методичні проблеми формування оптимального педагогічного клімату в шкільному колективі. К.: МАУП. 1999. -134 с.



2. Симонов П.В. Эмоции и воспитанник // Вопросы философии. - 1981- №5.

3. Впровадження методики формування оптимального педагогічного клімату в шкільну практику Навч.-метод, посіб.// Грабовська Т.О., Левченко ТІ. та інші. - К : МАУП. 2000. 96 с.

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент  
**Матейченко К.Ю.**, студентка 2 курс ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Для успішного ведення управлінської діяльності необхідно скласти чітке уявлення про структуру організації, взаємодії її складових частин і зв'язках організації із зовнішнім середовищем. Існуючі в даний час організації відрізняються величезною різноманітністю як за напрямками діяльності, так і за формою власності, масштабами, іншими параметрами. При цьому кожна організація по-своєму унікальна. Однак для управління всіма організаціями застосовуються однакові принципи, методи і способи. Щоб пристосувати їх до особливостей конкретного підприємства, чітко визначити місце керуючих структур у загальній структурі підприємства, а також їх взаємодію між собою та з іншими підрозділами, широко застосовується моделювання [1].

Моделювання - це створення моделі, тобто образу об'єкта, що його замінює, для отримання інформації про цей об'єкт шляхом проведення експериментів з його моделлю. Модель у загальному сенсі є створюваний з метою отримання і (або) зберігання інформації специфічний об'єкт (у формі уявного образу, опису знаковими засобами або матеріальної системи), що відображає властивості, характеристики і зв'язки об'єкта-оригіналу довільної природи, суттєві для задачі, розв'язуваної суб'єктом. До моделей висувається ряд обов'язкових вимог.

По-перше, модель повинна бути адекватною об'єкту, тобто як можна більш повно відповідати йому з точки зору обраних для вивчення властивостей.

По-друге, модель повинна бути повною [2]. Це означає, що вона повинна давати можливість за допомогою відповідних засобів і методів вивчення моделі дослідити і сам об'єкт, тобто отримати деякі твердження щодо його властивостей, принципів роботи, поведінки в заданих умовах.

Безліч моделей можна класифікувати за наступними критеріями: · спосіб моделювання; характер модельованої системи. За способом моделювання розрізняють такі типи моделей: аналітичні, коли поведінка об'єкта моделювання описується у вигляді функціональних залежностей та логічних умов; імітаційні, у яких реальні процеси описуються набором алгоритмів.

Для управлінської діяльності, особливо в процесі прийняття рішень, найбільш корисні моделі, які виражаються словами чи формулами, алгоритмами та іншими математичними засобами. Базу менеджменту, заснованого на лояльності, заклав в 1908 році професор Гарварду Дж. Ройс. Він є автором книги «Філософія лояльності», де вперше науково визначено поняття «лояльність».

У рамках пропонованої словесної моделі бізнес-лояльність розглядається з точки зору трьох самостійних базисних аспектів: лояльність споживачів, співробітників і інвесторів. Кожного разу за словом «лояльність» розуміється щось своє: прихильність (із точки зору покупців), сумлінність (із точки зору співробітників), взаємна довіра, повага і підтримка (з точки зору інвесторів). Але, незважаючи на яскраво виражені компоненти, ця система повинна розглядатися тільки як єдине ціле, оскільки неможливо створити лояльних покупців, не звертаючи уваги на лояльність співробітників, або виховати лояльність співробітників без належної уваги до лояльності інвесторів. Жодна з частин не може існувати окремо від двох інших, але всі три разом дозволяють організації досягати небачених висот у

розвитку. Необхідно чітко розуміти, що менеджмент, заснований на лояльності, насамперед звернений на людей. У першу чергу тут розглядаються саме люди і їх роль у бізнесі. Це скоріше модель мотивації і поведінки, ніж маркетингового, фінансового або виробничого розвитку. Лише в другу чергу менеджмент, заснований на лояльності, узагальнює людей в більш абстрактні категорії і управляє технічними процесами. Як показує практика, люди завжди виявляються більш готовими працювати на організацію, яка має на меті служіння, ніж на організацію, яка існує тільки заради того, щоб «робити гроші». Тому люди охоче працюють в церкві чи в громадських організаціях. Менеджери, які бажають успішно використовувати модель управління, засновану на ефекті лояльності, не повинні розглядати прибуток як першочергову мету, але як необхідний елемент добробуту і виживання трьох складових кожної бізнес-системи: покупців, співробітників та інвесторів. Ще на початку ХХ ст. Г. Форд говорив, що «організація не може працювати без прибутку, інакше вона помре. Але й створювати організацію тільки заради прибутку означає привести її до вірної загибелі, оскільки у неї не буде стимулу для існування». Основа розглянутої моделі лояльності - не прибуток, а залучення додаткової кількості покупців, процес, який усвідомлено або неусвідомлено лежить в основі більшості процвітаючих організацій. Створення цільової кількості покупців пронизує всі сфери бізнесу компанії. Сили, що керують взаємозв'язками між покупцями, співробітниками та інвесторами, називають силами лояльності. Критерій успішності - чи повертаються покупці, щоб купити більше, або вони йдуть кудись ще, тобто проявляють лояльність.

Моделювання - процес дослідження реальної системи, що включає побудову моделі, вивчення її властивостей і перенесення отриманих відомостей на модельовану систему. Модель - це певний матеріальний або абстрактний об'єкт, що знаходиться в певному об'єктивному відповідно з досліджуваним об'єктом, що несе про нього певну інформацію і здатний її заміщати на певних етапах пізнання.

### Література:

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: навч. посібн./ В.В. Вітлінський. - К.: КНЕУ, 2013. – 342с.
2. Ситник В.Ф. Імітаційне моделювання : навч. посібн. / В.Ф. Ситник, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 2008. – 232 с.

**Поправко О.В.**, к. філос. н., старший викладач  
кафедри історії, археології і філософії  
Мелітопольський державний педагогічний університет  
імені Богдана Хмельницького

## EVENT-ТЕХНОЛОГІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ

Сьогодні важливою умовою успішного ведення бізнесу є корпоративна культура. Вона формує певний імідж організації, створює систему соціальної стабільності, забезпечує властиві їй стандарти поведінки, допомагає згуртувати колектив. Тобто, виступає основою зростання ефективності її діяльності.

Правильно організоване корпоративне середовище забезпечить успішність діяльності підприємства. Цьому, зокрема, будуть сприяти корпоративні заходи, які є важливим елементом життя сучасних компаній і невід’ємним компонентом їхньої організаційної культури. Вони покликані згуртувати колектив, об’єднати його спільною ідеєю та цілями, мотивувати на подальшу плідну працю. А тому важливим завданням є їх правильне планування й організація.

При плануванні корпоративного заходу передовсім потрібно *визначити* його *цілі*:

- познайомити співробітників один з одним і з керівним складом в неформальній обстановці;

- згуртувати колектив і розвивати корпоративні цінності;
- підтримати корпоративний дух і традиції організації, пропагувати корпоративну культуру;
- діагностувати психологічний клімат в колективі;
- вирішити міжособистісні конфлікти персоналу;
- створити необхідний психологічний клімат в колективі та побудувати ефективні внутрішні корпоративні комунікації;
- мотивувати персонал до виконання своєї роботи найкращим чином і формування професійних та психологічних навичок;
- зміцнити кадровий склад (виявити талановитих співробітників, запобігти витоку кадрів і нейтралізувати конфліктні ситуації в колективі);
- розвинути у співробітників почуття корпоративної гордості за організацію.

Важливе значення має *вибір організатора заходу*. Корпоративні заходи можна провести власними силами організації, або ж силами сторонніх організацій, які спеціалізуються на проведенні подібних заходів. До послуг спеціалізованих агенцій здебільшого звертаються для організації більш масштабних заходів.

При виборі організаторів заходів треба оцінити обсяг роботи при проведенні заходу, складність завдання, можливості організації (бюджет, досвід і знання співробітників), терміни підготовки і проведення заходу, наявність вільного часу у співробітників, призначених відповідальними за організацію заходу тощо. Рішення про вибір організатора заходу приймають на підставі аналізу вказаних чинників, фінансових можливостей організації і побажань головного ініціатора заходу.

Важливим етапом у підготовці корпоративного заходу є *розробка програми*. При її розробці потрібно враховувати:

- відповідність заходу очікуванням всього колективу. Колектив може бути різнорідний за інтересами, тому попередньо треба провести анкетування

або усне опитування співробітників, щоб розробити програму заходу, яка б відповідала інтересам колективу;

- бажання співробітників брати участь в заході. Можна провести опитування серед співробітників (за анкетами, на сайті, через керівників і т.д.), щоб з'ясувати наскільки майбутній захід їм цікавий; у разі небажання брати участь в заході треба визначити причину відмови, зробити аналіз причин відмови, можливо, сама причина є приводом застосувати конкретні мотиваційні інструменти (можливо в колективі є приховані конфлікти з колегами або неприязнь до керівництва);

- можливість залишити захід у будь-який зручний час. Треба заздалегідь приготувати регламент зустрічі та познайомити з ним співробітників. Якщо залишити захід самостійно до певного часу буде не можливо (наприклад, буде проходити на теплоході), обов'язково треба повідомити про це співробітників.

Важливо звернути увагу на складнощі, які найчастіше зустрічаються при проведенні корпоративу:

- невідповідність програми заходу інтересам співробітників (не враховані вік, побажання тощо), як результат – невдоволення співробітників. Треба враховувати, що незадоволені співробітники є завжди, але важливо оцінити кількість незадоволених і причину, щоб зробити відповідні висновки на майбутнє;

- погане технічне оснащення (світловий та звуковий супровід, організація багаття, приготування їжі тощо). Такі складності вирішують в залежності від ситуації;

- травми при проведенні спортивних, виїзних заходів. При великій кількості учасників заходу треба заздалегідь запросити медичних працівників, щоб застрахувати життя і здоров'я учасників;

- погані погодні умови. При проведенні заходу на вулиці треба заздалегідь дізнатись прогноз погоди і, у разі потреби, приготувати закриті

намети, тенти, парасолі або ж розглянути варіант проведення заходу на закритій території.

Крім зазначених складнощів в кожній організації можуть виникнути питання, які потребують термінового вирішення, пошуку альтернативних варіантів, додаткових фінансових вкладень тощо. Тому необхідно попередньо оцінити ступінь ризику, опрацювати варіанти складнощів, закласти в бюджет заходу певну суму для вирішення форс-мажорних ситуацій, а також бути готовим до того, що виникне потреба внести корективи в план заходу.

Отже, корпоративні заходи необхідні кожній фірмі. Належним чином організований корпоративний захід може стати потужним мотиваційним стимулом для співробітників, об'єднає їх в одну згуртовану команду і створить заряд гарного настрою на тривалий час. А тому можемо зробити висновок, що це довгострокові інвестиції в подальше процвітання компанії.

**Бучковська Я.Г.**, к.е.н., доцент

**Радецька Д.О., Віхтюк А.Д.**, студентки

магістратури за спеціальністю Менеджмент

Хмельницького університету управління та права ім. Юзькова

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Питання фінансового управління за останні роки стало предметом поживавлених дискусій учених і практиків як у нашій країні, так і за кордоном. Актуальність цієї проблеми є очевидною для України, особливо в період економічної нестабільності.

Фінансовий менеджмент є головною складовою частиною загальної системи управління, однією з найважливіших сфер діяльності будь-якого

підприємства і спрямований на управління фінансовими потоками між суб'єктами господарювання в процесі руху фінансових ресурсів.

Дослідження праць вітчизняних науковців дає змогу розподілити проблеми фінансового менеджменту за ступенем значущості таким чином [1]:

- управління фінансовими потоками 25 %;
- складання фінансового плану 17 %;
- освоєння системи управлінського обліку 14 %;
- антикризове управління 10 %;
- розробка фінансово-економічної стратегії 5 %;
- управління витратами 4 %;
- оргструктура фінансової служби 3 %;
- інші завдання 22 %.

Управління фінансовими потоками в зв'язку з дефіцитом коштів є найбільш проблематичною сферою фінансового менеджменту. Також не обійшлося без труднощів і в сфері фінансового планування, антикризового управління та оргструктури фінансових служб. Управління фінансовими потоками вважається найбільш важким завданням в галузі фінансового менеджменту, безпосередньо, з цієї причини йому приділяється значна увага не тільки керівництвом конкретного підприємства, а й різними фахівцями [1].

До числа інших труднощів, що виникають перед фінансовим менеджментом слід віднести недостатньо грамотно розроблену стратегію фірми, що, насправді, тягне за собою величезну кількість грубих порушень в маркетинговій політиці, в ціноутворенні та інших областях.

Економічна ситуація, що сформувалася в нашій країні не може не позначитися негативно на фінансовому управлінні. Мінливість економіки не дає можливість здійснювати довготривалі прогнози і застосовувати складні схеми при розрахунках.

Безумовно, для оперативного виявлення проблем фінансового менеджменту та запобігання їх подальшої появи потрібно вчасно



здійснювати різного роду діагностики діяльності підприємства, моніторинг, дослідження отриманих результатів та інші заходи. Також, наприклад, слід здійснювати суворе планування надходжень грошових коштів, різних платежів, вести платіжні календарі та інше. Фінансово-економічні кризи чинять негативний вплив на потенціал промислових підприємств: скорочуються інвестиції в продуктивні інновації, зношується основний капітал, відбувається відтік кваліфікованих кадрів і т.д.

З метою збільшення ініціативності всіх членів ринкової економіки держава провела ряд макроекономічних реформ: зміна цінової політики, стимулювання банківської діяльності, розвиток ринку цінних паперів і т.д. На перший план висуваються проблеми розробки нових концепцій управління, регулювання, планування, вирішення яких неможливе без гнучкого розвитку підприємства.

Керівництво компанією полягає в умінні раціонально розпоряджатися грошовими коштами і всіма ресурсами, крім того, здійснювати внутрішню самооцінку і давати прогнози свого стану з точки зору виконання характерних йому виробничих функцій, здійснювати заходи щодо захисту цих функцій. Керівникам необхідно забезпечувати економічну безпеку виробництва від різного роду проявів зовнішнього і внутрішнього походження, що впливають на перспективи підприємства, вживати заходів протидії загрозам.

Оцінка фінансово-господарських результатів вітчизняних підприємств в сучасних умовах демонструє, те, що ускладнення їх положення пов'язане з недостатнім професіоналізмом і відсутністю системного підходу в управлінні господарською діяльністю. Брак системності тягне за собою нульову результативність використовуваних методів і розпорошення наявних фінансових ресурсів [1].

Таким чином, підсумовуючи вищезазначене варто виділити такі основні недоліки фінансового менеджменту на вітчизняних підприємствах: відсутність чітких цілей, розуміння завдань підприємства керівництвом;

наявність проблем при визначенні потреб в поточних витратах (персонал, потужності і т.п.); відсутність методики оцінки ризику, викликаного помилковими рішеннями, прийнятими керівництвом підприємства.

Вирішенню існуючих проблем фінансового управління будуть сприяти такі заходи як: налагодження чіткої системи інформаційного забезпечення, а також використання сучасних інформаційних технологій. Ці заходи сприятимуть адаптації підприємства до складних сучасних умов діяльності та підвищенню ефективності фінансового управління загалом.

### **Література:**

1. Основні проблеми фінансового менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/47675>.

**Сєрова А. М.**, студентка  
**Скачков О.М.**, науковий керівник, к.т.н., доцент  
 Національний аерокосмічний університет  
 імені М.Є. Жуковського «ХАІ»

## **НАПРЯМИ ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Агропромисловий сектор України має особливе значення в економіці країни, оскільки формує продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій, – що є засадами збереження суверенності держави.

Україна займає 20 місце в світі за площею сільськогосподарських угідь. Серед європейських країн у нас – 11 місце. В 2018 році експорт аграрної продукції досяг 17,9 млрд. доларів. Більш ніж 67 млн тон зернових було зібрано, вироблено 10,4 млн тон сирого молока. 484 тис українців були

зайняті в сільському, лісовому і рибному господарстві станом на вересень 2018 року.

Подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі вимагають адаптації до нових та постійно мінливих умов, а відповідно – подальшого удосконалення аграрної політики.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України 17 жовтня 2013 року було схвалено Стратегію розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. Тобто втілюється ця стратегія майже 6 років та можна підбивати деякі її підсумки.

По-перше, наслідком стратегії є вдосконалення інфраструктури аграрного ринку. Внаслідок чого, набула розвитку біржова торгівля, підвищується застосування деяких фінансових та інших інструментів на ринках сільськогосподарської продукції. Наприклад, аграрні розписки, ф'ючерсні та форвардні контракти. Також прийнято систему заготівлі, переробки і реалізації агропродукції, що виробляється особистими селянськими господарствами. Крім того, створено ефективну систему моніторингу та інформаційно-аналітичного забезпечення аграрного ринку.

По-друге, наслідком реалізації стратегії є розвиток сільськогосподарського страхування та покращення страхового захисту сільськогосподарських товаровиробників. Але для збереження позитивних тенденцій цього напрямку, необхідно:

- сформувати якісну систему страхового захисту сільськогосподарських товаровиробників із розширенням її інституційних складових;

- відновити дію державної програми часткової компенсації страхових премій для сільськогосподарських виробників; вдосконалити вимоги до вступу страховиків до профільних асоціацій;

- запровадити андеррайтинг, врегулювання збитків і перестраховання по всіх стандартних програмах з державною підтримкою;

- покращити гарантійний механізм виконання страховиками зобов'язань перед сільськогосподарськими товаровиробниками.

Проте деякі питання залишаються неврегульованими. Таким є стягнення податку на майно сільськогосподарських товаровиробників, що стосується оподаткування будівель і споруд, які не використовуються для сільськогосподарської діяльності, та земельного податку під адміністративними будівлями. Негативний вплив може мати позбавлення науково-дослідних господарств пільг щодо сплати земельного податку, ставки якого за рішенням місцевих рад можуть збільшитися у декілька разів проти рівня попереднього року. Ще одним серйозним викликом стійкості галузі є скорочення кількості малих, насамперед, фермерських господарств, які є суб'єктами підприємництва.

Одним із напрямів покращення стану аграрного бізнесу є забезпечення адекватної регуляторної політики держави. А саме, це стосується: скорочення видів та кількості ліцензованої діяльності, дозвільних процедур; технічного регулювання; формування ринку корпоративних прав в аграрному секторі економіки; заборони непередбаченого законом адміністративного втручання у ведення підприємницької діяльності, розвитку механізмів її саморегулювання; скорочення процедур державного контролю, законодавчого врегулювання діяльності сімейних ферм тощо.

Окремим напрямом дерегуляції аграрної сфери має стати розвиток самоуправління та саморегулювання на основі підвищення ролі громадських професійних організацій (об'єднань галузевих товаровиробників) з передачею їм частини функцій існуючої системи державного управління.

Отже, український аграрний сектор є ланкою рушійної сили розвитку національної економіки та її ефективної інтеграції в світовий економічний простір, що за умови правильних дій з боку держави та адекватного зворотного зв'язку з боку виробників, призведе до зростання доходів та дасть мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки.

**Література:**

1. Рябенко Г.М. Основні пріоритети аграрної державної політики. 2010. № 15. С. 10-12.
2. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р. № 806-р [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80>.
3. Щербина С.В. Механізм формування аграрної політики України в умовах становлення інформаційного суспільства. 2013. Вип. 4. С. 198-205.

#### **4. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН В ЕКОНОМІЦІ.**

**Карпюк С.І.**, здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **Клименко Т.А.**, старший викладач  
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

#### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЧНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ ЕКОНОМІКИ**

Електроенергетика – динамічна галузь країни. Сьогодні вона переживає непрості часи реформування. В таких умовах всім енергетичним підприємствам – генеруючим, мережевим, збутовим – необхідно бути мобільними, вміти перенастроюватися й регенерувати на будь-які метаморфози чіткої та злагодженої роботи. Енергозбутовий бізнес – це стрижень, на якому тримаються економічні відносини учасників енергетичного ринку.

У світі відбуваються зміни у підходах до формування енергетичної політики держав: здійснюється перехід від застарілої моделі функціонування енергетичного сектору, в якому домінували великі виробники, викопне паливо, неефективні мережі, недосконала конкуренція на ринках природного газу, електроенергії, вугілля до нової моделі, в якій створюється більш конкурентне середовище, вирівнюються можливості для розвитку й мінімізується домінування одного з видів виробництва енергії або джерел та/або шляхів постачання палива. Разом з цим віддається перевага підвищенню енергоефективності й використанню енергії із відновлюваних та альтернативних джерел. Впровадження заходів із запобігання та адаптації до зміни клімату також є одним із пріоритетів глобального розвитку енергетики. Це ставить перед Україною нові економічні та технологічні виклики, але водночас відкриває нові можливості для пошуку та впровадження

інноваційних розробок у галузі видобутку, переробки викопних видів палива, виробництва, трансформації, постачання й споживання енергії, що зумовлює потребу у формуванні нової енергетичної політики держави [1].

Головною проблемою для енергетичних кампаній стало прийняття нової реформи ринку електричної енергії. Був прийнятий закон задля того, щоб забезпечити надійне та безпечне постачання електроенергії, враховуючи інтереси споживачів. Але це сприяє появі нових перешкод для розвитку енергопостачальних компаній. Наприклад, деяким підприємствам прийшлося зробити анбандлінг, тому що законом було визначено, що всі обленерго повинні будуть розділитися на дві незалежні компанії: компанію постачання та оператора системи розподілу.

Також через цю нову реформу виникла проблема великої конкуренції на ринку, тому що споживач може не тільки вибирати для себе постачальника, але й має можливість в будь-який момент змінити його. В таких умовах рівень обслуговування покращиться, але на ринку з'являтимуться нові компанії з новими пропозиціями, і це викликає підвищення конкуренції для енергопостачальних підприємств, а також це є стимулом для внутрішнього бізнесу.

Перехід до конкурентної моделі ринку та синхронізація української енергосистеми з об'єднанням системних операторів дозволить вільно торгувати електроенергією з країнами ЄС. Це очікувано підвищить конкуренцію на українському ринку, розвине внутрішній бізнес і дасть змогу залучити на український ринок глобальні енергокомпанії.

На сьогоднішній день енергозбутова галузь знаходиться в умовах суттєвих законодавчих і економічних перетворень. Все це вкрай негативно позначається на економічній стійкості і спроможності підприємств, що працюють в цій галузі.

## Література

1. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». 53 с.

Лобода О.М., к.т.н., доцент  
Дідик О.О., студентка 2 курс ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ВЕДЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ

При вирішенні будь-якої задачі управління здійснюється обробка інформації на рівні спеціаліста з можливим залученням засобів комп'ютерної обробки. Тепер, коли нагромаджено досвід в організації технологій переробки інформації, відбувається перехід до створення інформаційних технологій з використанням штучного інтелекту. Вважається, що основні напрями в галузі створення інформаційних технологій і штучного інтелекту пов'язані з винайденням ефективних систем подання знань і організацією процесу комунікації користувачів з ПК, а також з плануванням доцільної діяльності та формуванням глобальної структури нормативної поведінки [1].

З появою комп'ютерів почався розвиток наукових досліджень під загальною об'єднуючою назвою штучний інтелект. Сам термін «штучний інтелект» (ШІ) (AI – artificialintelligence) був запропонований у 1956 р. на семінарі з аналогічною назвою в Дартмутському коледжі (США). Семінар був присвячений розробці методів розв'язування логічних, а не обчислювальних задач.

Від розв'язування перших найпростіших задач дослідники поступово перейшли до більш складних моделей: прискорення типових обчислень як продукт їхньої первісної діяльності перестало задовольняти вимогам суспільства. Власне кажучи, звідси і бере свій початок історія добре відомих сьогодні систем автоматизації.

Спочатку системи штучного інтелекту (СШІ) були доступні і



розроблялися тільки для вузького кола людей науки, зацікавлених у побудові й обчисленні спеціалізованих математичних моделей [2]. Основна задача полягала в тому, щоб ефективно управляти інформаційними потоками, що надходять для одержання знань з інформації.

Яскравим прикладом штучного інтелекту є автоматизована система керування інформаційними потоками PressOnline, яку розробила компанія «Відкриті Комунікації». Крім керування вхідними інформаційними потоками дана система здатна також добувати і структурувати великі обсяги інформації, що надійшла, за допомогою різних методів. В побудові систем штучного інтелекту – експертна система (ЕС).

Експертна система – система штучного інтелекту, яка у деякій вузько спеціалізованій предметній галузі виявляє ступінь пізнання на рівні людини-експерта. Це прикладне програмне забезпечення для порівняно невеликої групи користувачів (компанії, фірми), що базується на системі підтримки прийняття рішень. Саме цей вид систем штучного інтелекту, на думку професіоналів, на сьогоднішній день має досить великий потенціал для застосування в наших українських умовах, через свою чітку орієнтацію на визначену предметну область – бізнес. Взагалі, система підтримки прийняття рішень здатна генерувати висновки, які може робити людина-експерт високої кваліфікації. Головна відмінність експертної системи від універсальної системи підтримки прийняття рішень – її вузька спеціалізація, тобто здатність розбиратися тільки у визначеному секторі тематичних знань. Експертні знання в експертній системі і складають окрему базу знань, що, зокрема, може бути отримана на підставі досвіду реальних людей-експертів, котрі вміють ефективно вирішувати задачі у своїй предметній галузі.

До експертних систем пред'являються досить жорсткі вимоги – адже, дозволивши комп'ютеру самостійно приймати рішення, людина, тим самим, збільшує ступінь відповідальності машини і, отже, ризик надходження неправильних порад. Широкому використанню експертної системи заважають кілька помилкових думок. Зокрема вважається, що експертна

система знає і вміє робити набагато менше, ніж окремо взята людина-експерт або, принаймні, стільки ж, але це обходиться набагато дорожче. З огляду на досвід використання наявних на ринку систем, що поєднують у собі знання не одного, а багатьох експертів, а також наявність експертних систем, які здатні самонавчатися, у галузях, де експертів дуже мало або взагалі немає, можна з упевненістю сказати, що це далеко не так. Другим вагомим чинником можна назвати переконання більшості в тому, що експертні системи ніколи не замінить людина-професіонал.

Системи штучного інтелекту з'явилися і швидко розвиваються завдяки глобальній світовій тенденції розширення професійної спеціалізації, що торкнулася значної частини суспільства. Багаж знань, необхідних фахівцеві для повсякденної роботи, практично неможливо поповнювати й утримувати в пам'яті. Ритм сучасного життя змушує людину не тільки постійно звертатися до довідкової інформації, але і до баз накопичених знань.

Саме тому швидкість доступу до інформації сьогодні є визначальним чинником для її ефективного подальшого використання – навіть більш важливим, ніж інформаційна повнота або вірогідність отриманих відомостей. У цілому, на думку фахівців у галузі керування знаннями, усе це базується на платформі штучного інтелекту.

Прямим розвитком штучного інтелекту має бути розумне керування мозком у майбутньому, а також використання законів його діяльності для конструювання різноманітних механізмів, що складають основу технічного прогресу в нашу епоху.

### **Література:**

1. Ефективність штучного інтелекту в Україні[Електронний ресурс].– Режим доступу: [http://e-works.com.ua/work/6370\\_Shtychnii\\_intelekt.html](http://e-works.com.ua/work/6370_Shtychnii_intelekt.html)
2. Перші дослідження в галузі штучного інтелекту[Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://opticstoday.com/katalog-statej/stati-na-ukrainskom/shtuchnijintelekt/doslidzhennya-v-oblasti-shtuchnogo-intelektu.html>.

**Морозова О.С.**, к.е.н., асистент  
**Морозов О.В.**, д.с.-г. н, професор  
**Шапоринська Н.М.**, к.с.-г. н, доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЛЬ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Аграрне підприємництво є сукупність політичних, соціальних, економічних та екологічних відносин між суспільством і його членами, що виникають у процесі володіння, користування та розпорядження землею на рівні суспільства, регіону, місцевої громади з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання аграрної продукції. Характерною ознакою аграрного підприємництва є наявність капіталу (земельно-майнових комплексів) і мотивація – отримання прибутку.

Розвиток сільських територій є важливою складовою політики ЄС уже протягом багатьох десятиліть від дати його заснування. Взагалі це поняття появилось пізніше від того часу, як ЄС став фінансувати програми, що орієнтувались в першу чергу на підтримку фермерів, впровадження квот на виробництво певних видів с/г продукції. Сума коштів, які йшли на таку підтримку постійно зростала, але це не зупиняло процес урбанізації та поступового знелюднення сільських територій.

Зазначимо, що аграрне підприємництво відіграє вирішальну роль в розвитку сільських територій та є важливою складовою політики ЄС уже протягом багатьох десятиліть від дати його заснування.

Уряд схвалив Концепцію розвитку сільських територій. Відповідне розпорядження Кабінету Міністрів прийнято 23 вересня 2015 року [1].

На національному та регіональному рівнях ЄС паралельно існує кілька концепцій (підходів), з яких можна чітко видокремити три концепції розвитку сільських територій:

1) концепція, яка ідентифікує сільський розвиток із загальною модернізацією сільського господарства та агропродовольчого комплексу;

2) концепція, яка пов'язує сільський розвиток винятково зі зменшенням відмінностей між найбільш відсталими сільськими районами та рештою секторів економіки (концепція зближення, перерозподільча модель);

3) концепція, яка ідентифікує сільський розвиток з розвитком сільських районів загалом шляхом використання всіх ресурсів, які перебувають на їх території (людських, фізичних, природних, ландшафтних тощо), та інтеграції між усіма компонентами й галузями на місцевому рівні.

Сільські території – це не тільки місце життєдіяльності майже третини населення України, а й просторовий та ресурсний базис виробництва.

На сьогодні, проблема розвитку сільських територій в Україні, а відповідно і основного виду діяльності, сільськогосподарське виробництво, в якому зайнято більше третини населення України є вкрай важлива. Не на останньому місці є проблема деградації сільських територій, що підриває основи подальшого розвитку не лише аграрного сектору, але й ставить під загрозу продовольчу безпеку держави. У нинішніх умовах сільські території розглядаються не тільки як місце проживання близько третини населення України, а також як невід'ємна частина аграрного сектору країни.

Безумовно, важливий вплив на розвиток сільських територій мають великі агрокомпанії. Сьогодні багато з них дотримуються принципів відповідального бізнесу: роблять акцент не лише на отриманні прибутку, а й на економічному, соціальному, екологічному внеску компанії в розвиток територіальної громади.

Базовим чинником зниження спроможності сільських громад, а саме, неналежне забезпечення соціальних та екологічних сфер сільського життя, є суттєвий розрив між можливостями органів місцевої влади та розвитком

сільського виробництва. Повноваження органів місцевої влади не поширюються в частині сприяння особистим селянським, сімейним фермерським господарствам та іншим формам господарювання, які базуються на індивідуальній трудовій самозайнятості жителів сільських громад, а також в частині пріоритетної підтримки розвитку місцевих підприємств, кооперативів, груп та організацій виробників. Поглиблює проблему відсутність статусу товаровиробника у самозайнятих та малих сільських господарств, що викривлює межу конкретизації фермерства як класу. Разом це не дає можливості сформувати сталу систему стимулів з боку місцевого самоврядування в частині підтримки та розвитку місцевого виробника як визначальної складової економічного базису сільського розвитку, а на рівні держави комплексно сформувати політику.

Комплексний підхід до розвитку сільських територій – головна запорука виживання села. Просторовий розвиток забезпечують, як мінімум, чотири складові: економічна, соціальна, інноваційна та екологічна. Зараз на рівні бізнесу все більше відбувається розуміння принципу соціальної відповідальності, причому у широкому сенсі цього поняття. Що стосується дрібних і середніх фермерів, важливо, аби вони могли постачати свою продукцію як на вітчизняний, так і на європейський ринок. Але без об'єднання їм буде дуже важко досягти цього.

Впровадження на законодавчому рівні ефективної нормативної бази з врахуванням інтересів жителів сільських територій дозволить створити умови для економічної активізації сільських жителів та громад і, відповідно, підвести принципово іншу основу під підвищення рівня соціального захисту та рівня життя сільського населення, дасть поштовх до сучасної розбудови місцевої інфраструктури.

### **Література:**

1. Про схвалення Концепції розвитку сільських територій / Розпорядження Кабінету Міністрів України «Концепція розвитку сільських територій» від 23 вересня 2015 р. № 995-р URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2015-p> (дата звернення: 24.04.2019).

**Величко Т.О.**, студентка I курсу факультету  
менеджменту та маркетингу

**Лазоренко Т.В.**, к.е.н., доцент

НТУУ «Київський політехнічний інститут імені І. Сікорського»

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Із переходом української економіки до ринкової її моделі значного поширення в нашій країні набула така форма договірних відносин як франчайзинг. До сьогодні зберігається тенденція до збільшення чисельності франчайзингових мереж. Це пов'язано насамперед із їхньою ефективністю. Застосування такого інструменту накладає певний відбиток на діючу систему менеджменту, механізм якого набуває певних характерних рис – їх висвітлення і є метою цієї роботи.

Франчайзингом визнано таку форму організації і ведення бізнесу, за якої один із підприємців розробляє модель бізнес-процесу і делегує право використовувати цю модель іншому підприємцеві [1]. Це означає, що новостворене підприємство переймає оригінальну управлінську методологію. Перевагою у цій ситуації є те, що система вже певною мірою довела свою конкурентоспроможність тривалістю та історією свого існування.

У якості «приємного бонуса» франчайзі – особа, яка купує франшизу, отримує:

- засоби індивідуалізації (товарні знаки, брендові ім'я, фірмовий стиль);
- виробничі технології;
- комерційну інформацію, яка сприятиме зростанню ефективності дочірнього підприємства [2][3].

Отримання вищезазначеного у власне розпорядження вимагає від франчайзі збереження автентичності існуючої управлінської структури. Окрім цього франчайзинговий договір передбачає створення підприємцем аналогічної до вихідної системи контролю і перевірок технологічного процесу на відповідність брендовим стандартам. На базі дочірнього підприємства мають забезпечуватися необхідні для навчання та підвищення кваліфікаційного рівня працівників умови.

Досліджуючи питання менеджменту франчайзингової організації слід зауважити і факт існування 2 видів франшиз, які мають певні відмінності. Перший вид – франшиза трудової діяльності; її придбання можна порівняти із купівлею «робочого місця»: франчайзі виконує обов'язки з організування, планування, керування та контролю одноосібно. Другий вид – франшиза менеджменту; купуючи таку франшизу підприємець стає власником певної системи бізнесу і за таких умов його діяльність зводиться до процесу управління. Однак в обох випадках власник має потурбуватися про те, щоб виробнича та корпоративна культури не зазнали відхилень від «материнської» [2].

Ще однією особливістю підприємства, створеного на основі франчайзингу, і управлінського процесу на ньому зокрема є його підзвітність головному офісу.

Отже, франчайзингова система є перспективною формою ведення бізнесу, приєднання до якої передбачає перейняття існуючої і перевіреної часом управлінської структури. У свою чергу, цей процес вимагає від франчайзі перейняття корпоративної та виробничої культури і забезпечення необхідних для їхнього оригінального розвитку умов.

### **Література:**

1. Магомедова А.М. Франчайзинг в Україні: проблеми теорії та практики. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 11 (126).

2. Франчайзинг - "Бизнес под ключ". [Электронный ресурс].  
Тренінговий портал. Режим доступу: <https://www.trn.ua/articles/10118/>

3. Фролова В. Б. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса [Электронный ресурс]. Концепт. 2013. № 11 (ноябрь). Режим доступу : <http://e-koncept.ru/2013/13213.htm>.

**Жмуцький Валерій Валерійович**, студент магістратури  
за спеціальністю 073 Менеджмент  
Хмельницький університет управління та права,  
м.Хмельницький, Україна

**Арзянцева Дар'я Андріївна**, кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту, фінансів,  
банківської справи та страхування,  
Хмельницький університет управління та права,  
м.Хмельницький, Україна

**НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ПОТОЧНИМИ ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА  
(НА МАТЕРІАЛАХ ДП «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ОБЛАВТОДОР»  
ВАТ ДАК «АВТОМОБІЛЬНІ ДОРОГИ УКРАЇНИ»)**

Реформування дорожньої галузі України вимагає від вітчизняних дорожньо-будівельних підприємств перегляду цілей та завдань їх функціонування щодо завоювання і зміцнення конкурентних позицій на підрядному ринку. Особливої актуальності набуває використання такими підприємствами методів управління поточними зобов'язаннями задля фінансування діяльності щодо утримання й експлуатації автодоріг.

Практичні аспекти управління поточними зобов'язаннями досліджувались на прикладі ДП «Хмельницький облавтодор», що засноване з метою забезпечення економічних інтересів держави, задоволення потреб держави, населення та оборони країни в удосконаленні і розвитку



автомобільних доріг загального користування. Аналіз сучасного стану системи управління поточними зобов'язаннями показав відсутність системного координованого управління цим напрямом: функції управління розосереджені по різних підрозділах, при цьому існує проблема інформаційного забезпечення між центральною бухгалтерією та відповідними підрозділами районних автодоріг. Аналіз розподілу функціональних повноважень з управління поточними зобов'язаннями між працівниками підприємства свідчить про нерівномірний розподіл обов'язків, обмеженим є також здійснення функцій з аналізу та оптимізації заборгованості підприємства.

Здійснений аналіз динамки та структури поточних зобов'язань ДП «Хмельницький облавтодор» свідчить про ряд позитивних тенденцій: зростання величини та питомої ваги власних ресурсів, зниження залежності від зовнішнього фінансування, зростання оборотності залучених ресурсів. Однак підприємство володіє недостатньою величиною високоліквідних активів для виконання найбільш термінових зобов'язань у короткостроковому періоді. Також наявні випадки несвоєчасного погашення поточних зобов'язань, що вказує на необхідність удосконалення системи управління в цій сфері. Проведений комплексний аналіз управління поточними зобов'язаннями підприємства ДП «Хмельницький облавтодор», рівня організації договірної роботи та проблем її забезпечення дозволяє підсумувати та визначити заходи удосконалення управління поточними зобов'язаннями підприємства (табл.1).

Таблиця 1

Напрями удосконалення управління поточними зобов'язаннями  
ДП «Хмельницький облавтодор»

Складові	Напрями удосконалення	Результат
1	2	3
Розробка методики внутрішнього контролю в управлінні	Визначення переліку контрольних процедур. Визначення відповідальних та періодичність	Побудова графіків виконання фінансових зобов'язань перед кредиторами та дебіторами. Побудова перехресної карти виконання платіжних вимог

кредиторською і дебіторською заборгованістю	перевірок. Створення інформаційної інтегрованої системи забезпечення виконання поточних зобов'язань	дебіторської та кредиторської заборгованості. Фіксація причини несвоєчасного виконання поточних зобов'язань та відповідальної особи Розробка листа опитування для проведення інтерв'ю «Можливі умови угод з контрагентами».
Розробка методичного забезпечення оцінювання надійності контрагентів	Визначення показників та методів/прийомів оцінки надійності контрагентів та виявлення ознак «недобросовісності»	Створення бази контрагентів. Розроблення профілів та індикаторів ризику взаємодії з контрагентами Категоризація контрагентів та розробка умов роботи з ними. Контроль профілів ризику та внесення змін на підставі оновлених даних.
Аудит договірних відносин	Перевірка порядку погодження договорів, наявність типових договорів, гармонізацію договорів в одному процесі; повноваження по підписанню; основні та обов'язкові умови в договорах тощо.	Розроблення «Положення про організацію договірної роботи». Розробка і утвердження типових договорів. Визначення умов, які є не вигідними для підприємства. Виявлення типових шахрайських схем у договорах.
Впровадження автоматизованої системи управління договорами та зобов'язаннями	Ведення єдиної картотеки, електронне узгодження і візування. Типові та унікальні регламенти. Формування пакету оригіналів до листів візування. Типові маршрути узгодження для внутрішньокорпоративних і зовнішніх договорів. Електронні цифрові підписи (ЕЦП)	Скорочення часу на підготовку і погодження пакету договірної документації. Спрощення взаємодії співробітників різних підрозділів (у тому числі територіальних) в процесі роботи з договорами. Виключення помилок, пов'язаних з версійністю документів, а також невідповідностей при реєстрації договірної документації. Забезпечення безпеки і надійності зберігання документації, розмежування прав доступу.

		Інтеграція використовуваними обліковими системами підприємства, синхронізація з існуючими бізнес-процесами.	3
--	--	---	---

Примітка. Складено автором.

Таким чином, запропоновані рекомендації щодо удосконалення внутрішнього контролю в управлінні поточними зобов'язаннями (за рахунок посилення контролю та синхронізації кредиторської і дебіторської заборгованості), інформаційно-аналітичного забезпечення управління договорами забезпечить якісну підтримку прийняття управлінських рішень у досліджуваній сфері. Основні переваги підприємство отримає за рахунок оптимізації процесів укладання та виконання договірних зобов'язань, відсікання недобросовісних контрагентів та шахрайських схем, які можуть призводити до нерационального використання коштів державного підприємства, покращення документообігу та скорочення невиправданих витрат (штрафи за несвоєчасне погашення зобов'язань, втрати робочого часу на допрацювання тощо).

**5. НОВІ ВИКЛИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ: СОЦІАЛЬНА  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ, УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА  
ІННОВАЦІЯМИ, СТРАТЕГІЧНЕ ТА АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ,  
ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МОДЕЛЮВАННЯ, УПРАВЛІННЯ  
ЯКІСТЮ, ВІРУСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЕКОЛОГІЧНИЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ ТА ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ.**

**Чмут А.В.**, к.е.н., ст. викладач кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

### **РОЗВИТОК АУТСОРСИНГУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ**

В практиці міжнародного бізнесу концепція аутсорсингу відома з 30-х років 20-ст. На сьогоднішній день аутсорсинг широко використовується в міжнародній практиці ведення бізнесу та є альтернативою вертикальній інтеграції, що забезпечує формування системи довгострокових міжфірмових взаємовідносин, в результаті яких досягається економія на масштабі, інтеграція виробничих процесів різних форм, інноваційний розвиток компанії.

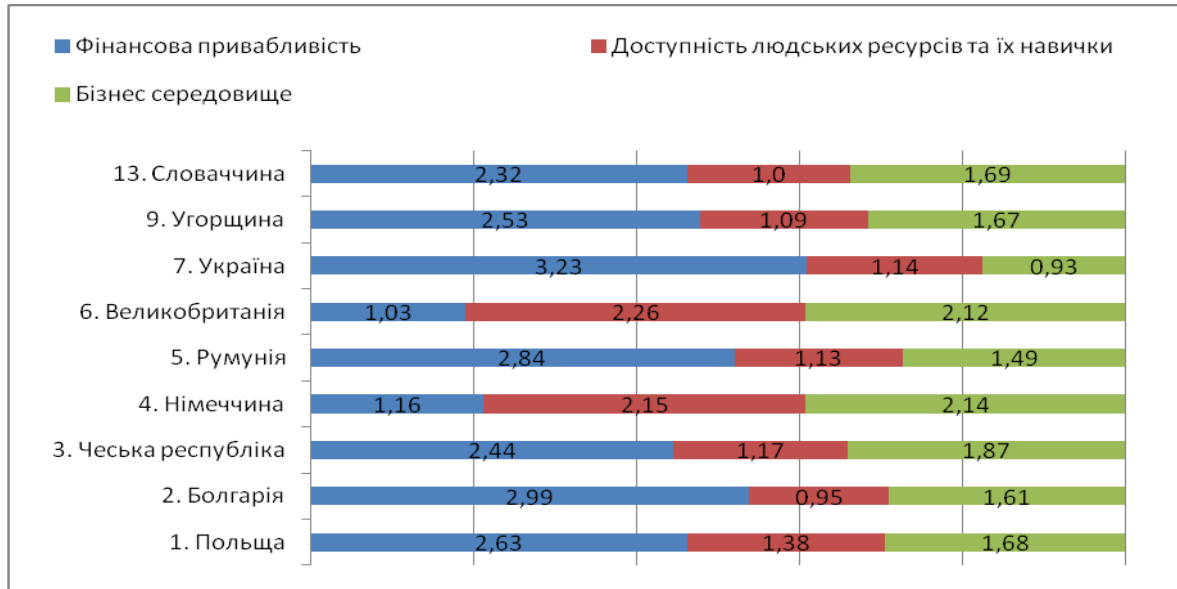
Б.Хейвуд під аутсорсингом розуміє передачу внутрішніх бізнес-функцій, а також будь-яких виробничих активів зовнішньому постачальнику, який пропонує певну послугу протягом певного періоду часу, за узгодженою ціною [1]. В той же час Л. Абрамовській визначає аутсорсинг як спеціалізацію за межами фірми, коли фірми вибирають «купувати», а не «робити» самостійно [2].

Глобалізація світової економіки стала основою формування світового ринку аутсорсингових послуг, що зумовлює можливість дослідження цього явища на рівні організації, галузі та світовому рівні.

На сучасному етапі аутсорсинг поширений в багатьох сферах бізнесу. Постачальники послуг аутсорсингу пропонують свої послуги в галузі інформаційних технологій, маркетингу, логістики, виробництва

комплектуючих, управління персоналом, бухгалтерського обліку, юридичного забезпечення, адміністративно-господарського обслуговування.

Положення України серед найбільш привабливих для аутсорсингу європейських країн наведено на рис. 1.



**Рис 1. Рейтинг України серед найбільш привабливих для аутсорсингу європейських країн [3].**

Як видно з рисунку серед європейських країн Польща займає перше місце (12 - у світовому рейтингу), Чеська республіка 3 місце (16 - у світовому рейтингу), Угорщина – 9 місце (26 - у світовому рейтингу), Словаччина – 13 місце (26 - у світовому рейтингу). Україна займає 7 місце за привабливістю в сфері аутсорсингу. В загальному рейтингу країн світу Україна посідає 24 місце.

Таким чином, країни Східної Європи мають великі перспективи зокрема у сфері ІТ-аутсорсингу. За рахунок великої кількості висококваліфікованих та ефективних працівників, яка з кожним роком швидко зростає, аутсорсингові підприємства стають більш привабливими для припливу іноземного капіталу та інвестицій з боку ЄС та США.

Таким чином, пошук ефективних форм організації бізнес-процесів та взаємовідносин фірм з партнерами на міжнародних ринках все частіше зумовлює використання аутсорсингу. Головними перевагами аутсорсингу є забезпечення конкурентних переваг за рахунок підвищення економічної

ефективності діяльності, утримання ключових компетенцій, удосконалення бізнес-моделі, створення стратегічних альянсів та бізнес-мереж. Світовий ринок аутсорсингових послуг активно розвивається. Основними сегментами даного ринку є аутсорсинг інформаційних технологій і аутсорсинг бізнес-процесів.

### **Література:**

1. Heywood J. Brian The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. Financial Times/Prentice Hall, 2001. 240 p.
2. Abramovsky L., Griffith R., Sako M. Offshoring of business services and its impact on the UK economy . Advanced Institute Management (AIM) Research, 2001.
3. A.T.Kearney, Global services location index, 2017. URL: <https://www.atkearney.com/documents/20152/793366/The+Widening+Impact+of+Automation.pdf/42b06cf4-e5f9-d8ec-a30c-a82dd26d4953>.

**Головіна Світлана**, студентка IV курсу  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент **Федорчук О. М.**

м. Херсон

## **СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Нестабільність внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства, обумовлена високим рівнем конкуренції, мінливістю потреб, зміною платоспроможності покупців, не завжди сприятливим впливом безлічі глобальних економічних, соціальних, політичних та інших факторів, обумовлює важливість стратегічного планування та управління на підприємстві для досягнення успіху на ринку.

Правильно розроблена стратегія – вибір найбільш ефективних напрямів конкурентоспроможного розвитку підприємства, першочергових цілей і найкращих способів їх досягнення.

Розробка стратегії має безперечну важливість для підприємства будь-якого розміру, різної специфіки діяльності. Тільки велике підприємство може порівняно легко обійти обмеження, які пов'язані з: нестачею фінансових, матеріальних ресурсів, невисокою чисельністю персоналу, розподілом грошових коштів, тому що в розпорядженні є безліч різних напрямків, сфер діяльності, можливостей.

Стратегія – це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку підприємства, який стосується сфери діяльності суб'єкта господарювання, засобів і форм діяльності, системи взаємовідносин усередині організації, а також позиції організації у навколишньому середовищі, що приводить підприємство до його цілей [1].

Механізм оцінки і прогнозування стратегічних позицій підприємства:

I. Аналіз стратегічних позицій.

– аналіз найбільш важливих показників публічної звітності підприємства.

– розрахунок уніфікованих показників та інтегральних показників за трьома критеріями: «економічна діяльність», «продуктивність праці» та «фінансовий стан».

– групування підприємств у галузі за значенням інтегральних показників: «економічна діяльність», «продуктивність праці» та «фінансовий стан» у кластери. інтерпретація кластерів та визначення позиції окремих суб'єктів господарювання у побудованих кластерах.

II. Прогноз стратегічних позицій підприємства на підставі дискримінантних функцій.

III. Дати відповідь на питання: «Чи стратегічні позиції підприємства задовільні?». Якщо «Так», то: затвердити стратегічний план розвитку

підприємства. Якщо «Ні», то: розробити комплексну програму організаційно-економічних заходів щодо мотивації праці персоналу.

IV. Оцінити вплив результатів мотивації праці персоналу на його продуктивність праці.

V. Оцінити вплив продуктивності праці на інтегральні показники економічної та фінансової діяльності підприємства.

У постійно мінливих економічних умовах, пов'язаних з розвитком і впровадженням нових технологій у діяльність підприємства, інноваційна стратегія повинна бути спрямована на забезпечення подолання технологічних розривів.

Новий етап конкурентоспроможного розвитку передбачає не тільки впровадження новітніх технологічних процесів, але й підвищення кваліфікації працівників. До того ж основними завданнями є збільшення прибутку та рентабельності, забезпечення необхідного рівня безпеки, виконання вимог нормативних документів, особливо екологічного характеру.

Важливо, щоб стратегія конкурентоспроможного розвитку підприємства виходила з національних інтересів держави і передбачала розширення участі країни на світових ринках без шкоди для поточних та перспективних потреб національної економіки та економіки області.

Перш за все, зосередження уваги має відбутися на формуванні високоефективного науково-технічного і промислового потенціалу, який можна буде задіяти як для модернізації, так і для технічного переоснащення підприємства, а також для розвитку нового конкурентоспроможного виробництва.

Підприємство має функціонувати у стані «фінансової рівноваги», за якої буде дотримана оптимальна відповідність обсягу і складу джерела фінансування і ефективності використання грошових ресурсів при досягненні максимального рівня стійкості фінансових відносин. Формування оптимізаційних заходів має нівелювати негативні наслідки екзогенних факторів і забезпечити зниження рівня загроз у перспективі. Рівень



ефективності застосовуваних заходів залежить від специфіки підприємства, а також від рівня розкриття соціально-економічної умови його функціонування.

Отже, системність інноваційного конкурентоспроможного розвитку всіх напрямків і видів діяльності суб'єкта господарювання дозволить в кінцевому рахунку досягти синергетичного інноваційного ефекту. У цілому відбудеться зниження собівартості продукції, економія виробничих ресурсів, поліпшення споживчих якостей, підвищення екологічності виробництва, що забезпечить конкурентоспроможність підприємства.

### **Література:**

1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 196 с.
2. Череп, А. В. Стратегічне планування і управління: навчальний посібник / А. В. Череп, А. В. Сучков. - К.: Кондор, 2011. – 334с.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління: навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко — К.: ЦУЛ, 2003. — 396 с.

**Миколайчук І.П.**, к.е.н., доц.

**Гаврилюк С.А.**, студентка

Київський національний торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ МОБІНГУ ТА БУЛІНГУ В УПРАВЛІННІ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ**

*Актуальність* дослідження мобінгу та булінгу як соціальних явищ в управлінні полягає в їх швидкому поширенні у сучасній практиці діагностики поведінки працівників, оскільки формування взаємовідносин в колективі доволі часто пов'язане із проблемою «моральних утисків» на

робочому місці. Це обумовлює постійний пошук способів їх попередження та подолання, оскільки вони часто призводять до погіршення соціально-психологічного клімату, фізичного та морального стану здоров'я працівників, зниження продуктивності праці і зменшення в цілому успішної діяльності підприємства.

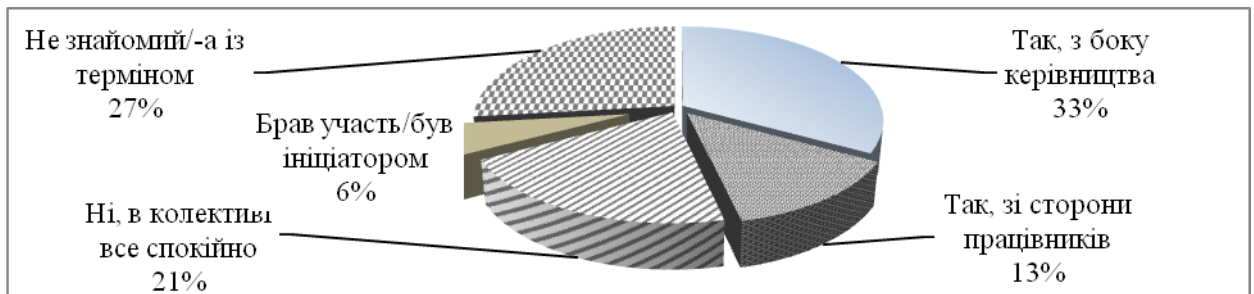
*Метою* даного дослідження є з'ясування причин поширення деструктивних взаємовідносин між працівниками, а також розробки рекомендацій щодо запобігання і подолання мобінгу в колективі працівників.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової тематичної літератури показує, що аспектам мобінгу та булінгу присвячений значна кількість наукових досліджень, які розпочалися ще у 80-90-і рр. ХХ століття в скандинавських країнах і досить швидко поширилися в інших країнах Західної Європи, а також в США, Австралії і ПАР. Серед українських вчених, які аналізують мобінг або булінг у трудових відносинах, необхідно зазначити таких як В.Євдокимов, Т.Коляда, І.Лагутіна, О.Сорока, Н.Чередніченко, А.Шамшиєва та інші.

Поняття «мобінг» в його сучасному значенні ввів Ханц Лейман на початку 1980-х роках, і використовував його для позначення дій з надання тиску, застосування насильства і залякування на робочому місці [1]. Основними причинами розвитку мобінгу і булінгу є, як правило, заздрощі та конкуренція, прихід (переважно неочікуваний) нового працівника, наявність значної чисельності претендентів на високу посаду, страх, бажання звільнити працівника, не вдаючись до законних методів. Основними засобами мобінгу є: штучно створені інтриги, пліткування, донесення неправдивої і спеціально викривленої інформації, поширення чуток, маніпулювання і залякування, необ'єктивно низька або негативна оцінка процесу діяльності або ж виконаної роботи, ігнорування досягнень і успіхів [2]. Як вважають дослідники, основним різновидом мобінгу є горизонтальний, що поширений серед колег. Щодо вертикального типу («босингу») в площині «керівник-підлеглі», то за оцінкою окремих фахівців більш ніж у 50% ці дії провокує

сам керівник. Також зустрічається така форма пресингу як мобінг підлеглих проти керівника – «стафінг» (від англ. «staffing»).

З поняттям мобінгу тісно пов'язане поняття булінгу (від англ. bully—хуліган, залякувати) – форма насильства в колективі у вигляді травлі, бойкоту, насмішок, дезінформації, псування особистих речей, фізичній розправі, тощо. Розрізняють фізичний, економічний, психологічний, сексуальний види булінгу, а також кібербулінг. За статистикою, кожна друга особа стикається із проблемою цькування на робочому місці, що підтверджують результати опитування працівників, проведені на сайті пошуку роботи Work.ua (рис.1).



*Рис.1. Результати відповідей респондентів на питання «Чи зіштовхувались ви з мобінгом на робочому місці?»*

*Джерело: [3]*

Професійне середовище часто недооцінює соціально-економічні наслідки мобінгу, зводячи їх у дві групи [4]: особистісні (індивідуальні) та корпоративні. Окремо виділяються соціальні наслідки, що загрожують зростанню державних витрат на психологічну та соціальну підтримку його жертв мобінгу, ведення судових справ проти суб'єктів мобінгу та роботодавців, зниження відчуття безпеки серед широких верств населення. Посилаючись на дослідження, доцільно рекомендувати сучасним управлінцям вживати ряд заходів для профілактики мобінгу [5], в т.ч.: формувати та підтримувати в організації здорову організаційну культуру; розвивати у вищого керівництва управлінські навички; чітко формулювати зміст посадових обов'язків і точно позначати межі індивідуальної відповідальності кожного працівника; забезпечувати чіткий і раціональний

поділ праці між різними структурними підрозділами; виключити можливість родинних або близьких зв'язків між керівництвом і підлеглими.

Отже, явище психологічного тиску є однією з головних причин несприятливого соціально-психологічного клімату в колективі та погіршення бізнес-здобутків. Тому вчасне виявлення, профілактика та подолання мобінгу та булінгу є основним завданням керівництва будь-якої організації.

### **Література:**

1. Коляда Т.А. Мобінг у трудових (службово-трудовах) відносинах: до постановки проблеми. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. 2010. № 2. С. 265-273.

2. Алексеєнко Т.Ф. Явища мобінгу та булінгу в стосунках групи і особистості. Шлях освіти. 2012. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/3233/1/Aleks.pdf> (дата звернення: 10.04.2019).

3. Сайт пошуку роботи «Work.ua». URL: (дата звернення: 01.04.2019).<https://www.work.ua/ru/articles/>

4. Замятіна Н.В, Долга Г.В. Теоретичні аспекти явища мобінгу у трудових колективах. Економіка та управління підприємствами. 2015. URL: [http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2015/v3/zbirnyk%203-2015%20new\(10\).pdf](http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2015/v3/zbirnyk%203-2015%20new(10).pdf) (дата звернення: 10.04.2019).

5. Сорока О.В. Сутність, наслідки та профілактика мобінгу у трудових колективах. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/1051.pdf> (дата звернення: 19.05.2019).<https://www.work.ua/ru/articles/>

**Інна Лупеха**, молодший науковий співробітник  
ННЦ «Інститут землеробства НААН»

## **СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В АПК**

Сільське господарство – невід'ємна частина єдиного національного комплексу, тому його кризовий стан та дестабілізація негативно впливають на всі галузі ринкової економіки. З огляду на це, актуальність антикризового управління господарствами зростає, так як швидкоплинні процеси в економіці вимагають від них стабільного економічного стану, розширення відтворення та постійної конкурентоспроможності на ринку.

Антикризове управління досягається проведенням єдиної політики, системою заходів правового, організаційного і технічного характеру, адекватних загрозам життєво важливим інтересам кожного підприємства [1]. Реалізація антикризового управління здійснюється за допомогою різних інструментів: інновацій та інвестицій, застосування аудиту та бенчмаркінгу, створення антикризових груп менеджерів та ін.

Проведені дослідження підтвердили доцільність використання наведених інструментів реалізації антикризового управління в сукупності. Саме їх взаємодія сприятиме виходу підприємства з кризового стану і забезпеченню досягнення поставлених цілей підприємства.

Головним критерієм ефективності програми антикризового розвитку можна вважати досягнення головної мети антикризового управління. Ця мета може різнитися залежно від ініціаторів антикризових заходів. Для власників та персоналу – це запобігання банкрутству та забезпечення фінансового оздоровлення; для кредиторів – повернення заборгованості [2].

Теорією і практикою доведено, що вплив управління на виробничі та інші процеси зростає настільки, наскільки управлінські відносини ближче до матеріального виробництва. В сучасних умовах господарювання більшість

українських підприємств слабо усвідомлюють власні проблеми і тому не можуть їх вміло долати.

Враховуючи наявність різних організаційно-правових форм господарювання, їхні відмінності у діяльності, неможливо розробити єдиного способу, методу для збору, обробки та аналізу виробничої та фінансової інформації з метою визначення ефективної діяльності підприємства. Але без виконання такої роботи складно забезпечити ефективне управління діяльністю господарюючого суб'єкта. Тому для виконання даного завдання в сільськогосподарських підприємствах необхідно створити службу контролінгу.

Необхідно відмітити, що більшість сільськогосподарських підприємств в даний період перебувають на стадії занепаду і фінансової кризи. Така ситуація пояснюється тим, що у підприємств відсутні складові системи управління, а саме: відсутність ефективного планування; належної координації діяльності різних підрозділів; інформаційного менеджменту; внутрішнього контролю.

Чимало вітчизняних економістів стверджують, що саме забезпечення процесу планування та контролю з метою прийняття певних рішень, необхідно застосовувати службу контролінгу. Створення даної служби надасть можливість зменшити затрати, які і так є досить значними для організації та контролю всіх процесів (витрати на утримання процесу виробництва, витрати на утримання облікового відділу та інші витрати). Саме впровадження служби контролінгу повинно бути одним із елементів організації системи управління з попередження банкрутства сільськогосподарських підприємств. Властивістю контролінгу є його направленість на перспективу, на пошук шляхів подальшого розвитку процесів на базі аналізу факторів, які обумовили отримання тих чи інших результатів.

Служба контролінгу виконує безліч різноманітних функцій, пов'язаних з фінансово-господарською діяльністю підприємств і організацій. У

сукупності функцій контролінгу можна виділити дві найважливіші функції: сервісну та управлінську. Суть сервісної функції полягає у наданні необхідної інформації для управління. Інформаційне обслуговування контролінгу забезпечується з допомогою системи планування, нормування, обліку і контролю, орієнтованих на досягнення мети, кінцевого результату діяльності підприємства. Суть управлінської функції полягає у прийнятті рішень або, точніше, методології прийняття рішень і їх координації, у використанні даних аналізу відхилень, ставок покриття, загальних результатів діяльності для прийняття рішень з управління.

Контролінг часто виконує функції внутрішнього контролю на підприємстві, контролю економічності роботи його підрозділів і організації в цілому. До них можна віднести такі як: контроль стану економіки і фінансів; контроль використання фінансових коштів та джерел; контроль стану затрат і доходів; аналіз співвідношення виторгу від продажів та інших видів бізнесу і затрат, пов'язаних з діяльністю фірми; контроль рентабельності випуску і реалізації окремих продуктів; контроль за величиною балансового прибутку та його змінами; забезпечення одержання максимального прибутку.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що для успішного подолання складних і глибоких кризових ситуацій, необхідні ефективні управлінські рішення і дії. Ефективність та результативність всіх рішень можна забезпечити за допомогою створення служб контролінгу і групи кризового управління з урахуванням теоретичних засад цільового та процесного підходів, необхідність створення яких викликана кризовим станом більшості сільськогосподарських підприємств України.

### **Література:**

1. Білошкурський М.В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства / М.В.Білошкурський // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №3(45). – С. 85-91.

2. Вербицька Г.Л. Оцінка економічного ризику / Г.Л.Вербицька // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 4(34). – С. 129-136.

**Євдокимова К.А.**, здобувач вищої освіти першого рівня

Науковий керівник: **Ровенець Т.О.**,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Національний університет водного господарства та

природокористування, м. Рівне

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Об'єктивною необхідністю сучасної економіки є соціалізація бізнесу, яка здійснюється шляхом залучення підприємств до виконання соціальних функцій: підвищення якості продукції, охорону довкілля, соціальний захист працівників тощо.

Саме тому активна участь бізнесу у вирішенні соціальних питань є предметом досліджень як зарубіжних, так і українських вчених. Вагомим внеском у розвиток наукових уявлень про соціальну відповідальність бізнесу стала праці П. Друкера, А.А. Динкіна, М. Кастельса, Кофі А. Аннана. В Україні ці питання досліджували В. Воротіна, Е. Лібанова Г.Я. Ракитська, О.В. Скрипник, С. Мельник, В. Воробей, О. Я. Маліновська, А. Алексеев тощо.

Соціальна відповідальність бізнесу набула форми суттєвої конкурентної переваги. Тому для досягнення високої продуктивності та прибутковості підприємства поряд з економічними постають соціальні цілі. Зокрема, розгляд питань підтримки природоохоронних заходів, забезпечення здійснення програм розвитку закладів соціальної інфраструктури підприємства, створення систем соціального та освітнього забезпечення працівників тощо.



У 70-х рр. минулого століття Х. Гордон Фітч визначив що «соціальна відповідальність – це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю підприємств» [2, с. 141]

Корпоративна соціальна відповідальність має три основні підходи:

- 1) перший – філантропічний. Сюди входять внески та допомога організаціям і громадам;
- 2) другий – базується на включенні соціальної відповідальності в основну діяльність компанії;
- 3) третій – створення спільної цінності. Підхід полягає в тому, що успіх корпорацій та суспільний добробут взаємопов'язані [3].

Проблема соціальної відповідальності бізнесу – це, перш за все, проблема престижності підприємства. У сучасних умовах компанії дедалі більше концентрують свою увагу на позитивному іміджі, використовуючи при цьому репутацію соціально відповідального гравця.

Слушною є думка Гальчак Х.Р., що соціальна відповідальність ґрунтується не тільки на розумінні і прийнятті соціально значущих інтересів суспільства, але й на вмінні не завдати збитків соціуму своєю діяльністю [2, с. 142].

Як показує практика, сьогодні поняття соціально відповідального бізнесу поширюють і прагнуть інтегрувати у всю ділову активність зазвичай великі вітчизняні підприємства, банки, корпорації. Разом з тим вплив соціальної відповідальності на малий і середній бізнес є суттєвим.

Науковці виокремлюють наступні етапи процесу розвитку соціальної відповідальності в Україні:

1. Дотримання діючого законодавства – підприємства виконують нормативно-правові норми, визначені законодавством країни. Більшість українських підприємств знаходиться саме на цьому етапі.

2. Благодійність – підприємства надають спонсорські кошти на реалізацію соціальних проектів. В Україні є значна кількість підприємств, які

займаються благодійністю та підтримують довгострокові соціальні ініціативи.

3. Використання зв'язків з громадськістю – з метою підвищення репутації та формування конкурентних переваг підприємства беруть участь у проектах, спрямованих на налагодження зв'язків з громадськістю.

4. Покращення ефективності бізнес-процесів – підприємства реалізують здійснюють проекти, які дозволяють не тільки підвищити прибутковість діяльності, але і вирішують ряд соціальних та екологічних питань. Зазвичай такі проекти пов'язані із економією ресурсів.

5. Стратегічний підхід до соціальної відповідальності – підприємства розробляють стратегію власної соціальної відповідальності, яка охоплює основні бізнес-процеси та визначає середньо- і довгострокові цілі. Соціальна відповідальність в даному випадку використовується як інструмент корпоративного розвитку для отримання конкурентних переваг [4, с. 105].

Згідно з даними Глобального звіту про корпоративну соціальну відповідальність понад 70% опитаних українських покупців готові платити за продукцію більше коштів, ніж потрібно, у тих випадках, коли компанія виявляє відповідальність щодо власних покупців та навколишнього середовища.

Таким чином, соціальна відповідальність є вагомим інструментом підвищення конкурентоспроможності будь-якого підприємства, але, разом з тим, вимагає істотної стратегічної і організаційної його перебудови, а також вкладень, передусім, у підготовку фахівців, розробку корпоративних планів і корпоративних звітів із соціальної відповідальності.

### **Література:**

1. Петрушенко Ю.Н., Дудкін О.В. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економіка. 2009. Вип. 37-3. С. 25- 30.

2. Гальчак Х.Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10938/1/20.pdf>

3. Соціальна відповідальність: бізнес-стратегія, “піар” чи самообмеження? Бізнес : веб-сайт. URL: <https://business.ua/strategies/4202-sotsialna-vidpovidalnist-biznesstrategiia-piar-chy-samoobmezhennia> (дата звернення 21.05.2019 р.).

4. Савенко І.І., Седіков Д.В. Українські реалії щодо соціальної відповідальності бізнесу у сучасних умовах. Економіка харчової промисловості. 2018. Том 10, Вип. 4. С. 102-109.

**Фолькіна Олена Миколаївна**, ст.гр. ПУА-16 -1 бд  
Інженерного інституту Запорізького національного університету

## **СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У СФЕРІ ЕКОЛОГІЧНО ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Актуальність даної теми полягає в тому, що одним з головних викликів, що постали перед людством у сучасному світі, є потреба зміни ставлення суспільства до природи. В сучасних умовах трансформаційних змін, які відбуваються як у світі так і в Україні, прийняття доктрини сталого розвитку може стати однією зі складових умов стратегії розвитку України в стратегічному майбутньому.

Теоретичні основи сталого розвитку суспільства в своїх роботах досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Серед таких досліджень слід виділити роботи Б. Буркинського, Л. Брауна, І. Бистрякової, Т. Галушкіна, Г. Гарднера, З. Герасимчука, С. Герасимова, С. Дорогунцова, М. Долішнього, М. Згуровського, Н. Картера, М. Кизима, Д. Кортена, В. Кравціва, Л. Круглякова, В. Кухар, Д. Медоуза, О. Осауленка, Б. Патона, В. Степанова, Д. Флавіна, О. Царенка, М. Чумаченка, В. Шевчука та ін. Але, разом з тим, залишається потреба в більш детальному дослідженні щодо

вивчення стратегічних завдань сталого розвитку України у сфері екологічно збалансованого розвитку економіки.

Отже, зазначимо, що однією з найважливіших особливостей сучасності є розробка теорії та реалізація стратегії розвитку на всіх рівнях забезпечення безпеки життєдіяльності суспільства. Сталій розвиток розглядається як загальна концепція відносно необхідності встановлення балансу між задовільненням сучасних потреб людства, тобто теорія сталого розвитку є альтернативою парадигмі економічного зростання. Реалії сьогодення свідчать, що суспільний економічний розвиток характеризується проникненням глобальних економічних тенденцій розвитку на локальний рівень [2, С. 221]. Це пов'язано з тим, що взаємозв'язок глобальних і локальних проблем забезпечення стійкого розвитку економіки вимагає вирішення принципово нових завдань й формування нових пріоритетів в розвитку сучасних українських міст.

Реалізація стратегії сталого розвитку України визначається внутрішніми і зовнішніми чинниками, які пов'язані з необхідністю виконання міжнародних зобов'язань України у зв'язку з євроінтеграційними прагненнями України та викликами сьогодення. Серед основних чинників, що забезпечують сталий розвиток, можна виділити такі:

- екологічний – визначає умови й межі відновлення екологічних систем унаслідок їх експлуатації [4, С. 20];
- економічний – передбачає формування економічної системи, гармонізованої з екологічним чинником розвитку;
- соціальний – утверджує право людини на високий життєвий рівень в умовах екологічної безпеки й благополуччя [3, С. 10].

Також, зазначимо, що у сучасному соціумі господарським орієнтиром сталого розвитку є поступове домінування у світовому господарстві постіндустріального укладу економіки. Відбуваються відповідні зміни у структурі національного багатства як стратегічного підґрунтя сталого розвитку країн світу. Щодо основних стратегічних засад формування

національної моделі сталого розвитку, то виокремлюють наступні: визначення цілей, завдань, напрямів розвитку суспільства, задоволення його екологічних потреб; організацію діяльності суспільства з виконання прийнятих цілей і програм; розподіл матеріальних й екокультурних цінностей; узгодження різноманітних інтересів держави і соціальних спільнот; розроблення стандартів і законів поведінки в суспільстві; досягнення внутрішньої та зовнішньої безпеки і стабільності політичного ладу; формування суспільної свідомості; контроль за дотриманням законів, припинення дій, що порушують загальноприйняті екологічні норми [3, С.47].

Отже, як зазначає Дем'янюк А.В., забезпечення сталого розвитку України у сфері екологічно збалансованого розвитку економіки передбачає узгодженість розроблених планів розвитку економічної, екологічної та соціальної сфер життєдіяльності на місцевому рівні на основі збалансування повноважень і відповідальності місцевих органів влади для стимулювання ефективного використання потенціалу цих територій. У перспективі реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності територій, розвитку людських ресурсів та ресурсного потенціалу територій, забезпеченню міжрегіонального співробітництва, створенню умов для розроблення і здійснення стратегії соціально-економічного розвитку територій. Обґрунтовані розроблення та якість виконання стратегій розвитку територій, що розробляються на довгострокову перспективу, відіграватимуть фундаментальну роль їх сталого розвитку в контексті визначених стратегічних пріоритетів на місцевому рівні [1, С. 1087].

#### **Література:**

1. Дем'янюк А.В. Сучасні підходи до забезпечення сталого розвитку територій в Україні / А.В.Дем'янюк // Економіка і суспільство. - №13. – 2017. – С.1083-1087.

2. Куріс Ю. В., Тарасов В. К., Банах А. В. Соціально-психологічні засади виробничої діяльності // Гуманітарний вісник ЗДІА, № 68. – 2017. - с. 216-224.

3. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. акад. НАН України, д.т.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2016. – 72 с.

4. Сергієнко Т.І. Колізії екологізму в сучасному світі // Матеріали міжвузівської студентської наукової конференції «Сучасні екологічні проблеми та молодь – III». У VIII ч./ Запоріжжя, Ч. VI., 2006. - С. 20-21.

**Ковальчук В.Г.**, доктор наук з державного управління,  
доцент Харківський навчально-науковий інститут  
ДВНЗ «Університет банківської справи»

## **РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЗАСАДАХ СИНЕРГІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВ**

Розробка якісної стратегії і її послідовна реалізація – центральна проблема становлення та сталого розвитку (виживання) кожного комерційного банку. Відсутність у банку власної стратегії розвитку або її формальна наявність означає відсутність в ньому планування. Наявність якісної стратегії розвитку саме по собі не гарантує банку успіху. У той же час її відсутність прирікає банк на неуспіх, особливо в середньо- і довгостроковій перспективі.

Якісна стратегія розвитку банку, якщо вона реально їм використовується: сприяє суворій, осмисленої координації його зусиль; забезпечує єдність загальних пріоритетів банку і засобів їх досягнення, оснащує діяльність банку за необхідністю «стрижнем»; значно зменшує

ризик прийняття керівництвом банку невірних неузгоджених між собою управлінських рішень; служить чіткою базою відліку для подальших процесів прийняття рішень, контролю і оцінки успішного ходу діяльності організації; є критерієм якості постановки менеджменту в банку і кінцевих результатів його діяльності.

Слід уникати основні з недоліків в ставленні до проблеми стратегії розвитку і до її розробки: відсутність стратегії як такої, в тому числі з-за ігнорування необхідності її розробляти; фрагментарний, некомплексний характер оголошеної стратегії; відсутність належної ув'язки, внутрішньої узгодженості між різними складовими елементами стратегії; включення в єдиний документ, який претендує на статус стратегії розвитку банку, на рівних правах найрізноманітніших, різноякісних і логічно різнорівневих елементів.

Потреба у виробленні власної якісної стратегії розвитку (виживання) банку тим вище, чим гірше у нього справи (поки зберігаються шанси вижити, залишитися функціонувати в якості самостійного банку). Власна стратегія (змістовно інша) потрібна міцному банку, який стійко розвивається. Визначення чіткої стратегії (її уточнення) особливо важливо, якщо банк: зростає, розширюється; проникає в нові для себе сфери діяльності; відчуває вплив зростаючої конкуренції.

Стратегія розвитку банку повинна враховувати і бути внутрішньо узгодженою зі стратегією розвитку економіки країни і (або) стратегією розвитку економіки регіону, якщо такі є, а якщо немає, то банк все одно повинен мати власну стратегію. На сьогодні формування стратегії розвитку банку обов'язково має ґуртуватися на чітких засадах Стратегії розвитку банківської системи 2016-2020: «Синергії розвитку банків та індустріалізації економіки» [1].

Проект Стратегії розвитку банківської системи розроблений для стимулювання широких національних консультацій, консолідації інтелектуального капіталу суспільства, науково-експертних і банківських кіл,

Національного банку, Уряду, Верховної Ради і Президента України навколо завдань щодо виходу із кризи, формування нового економічного курсу, спрямованого на зміну типу розвитку (від деструктивної моделі сировинного приросту до високотехнологічної промислової економіки), а також відбудову потужної банківської системи, спроможної фінансувати економіку на стабільній прибутковій основі.

Головними цілями реалізації Стратегії розвитку банківської системи є:

– розбудова фінансово потужної і стабільної банківської системи, яка буде ефективно виконувати свою основну функцію – оптимальний перерозподіл капіталу для фінансового забезпечення прискореного розвитку економіки через індустріалізацію, інновації, створення кластерів високотехнологічних галузей виробництва товарів і послуг, розвиток науки, освіти і добробуту населення в цілому;

- забезпечення стабільності національної грошової одиниці і у зовнішньому вимірі (валютний курс), і у внутрішньому (рівень інфляції), що є Конституційною функцією Національного банку України. Стабільні національні гроші – це базовий інститут монетарного і економічного суверенітету країни, який є основою для реалізації стратегії прискореного економічного зростання.

Концептуальний підхід Стратегії полягає у тому, що банківський сектор повинен стати фінансово стабільною, прибутковою системою, яка виконує функцію оптимального перерозподілу капіталу в економіці і є головним кредитором її інтенсивного розвитку. Тобто банківська система повинна стати ефективним інструментом досягнення макроекономічних пріоритетів держави. Для цього необхідно: з одного боку, «лікування» застарілої структурної хвороби через реалізацію нового економічного курсу і промислової політики, що створить здорову економічну основу (клієнтську базу) для функціонування банківської системи; з іншого – виправлення помилок монетарного, валютного і банківського регулювання та перехід до



нової концепції центрального банкінгу – стимулювання банківського кредитування інноваційного індустріального розвитку економіки.

Таким чином, разом з діями Уряду щодо розробки і впровадження нового економічного курсу реалізація цієї Стратегії Національним банком дозволить отримати синергетичні ефекти – потужну вітчизняну банківську систему та високотехнологічну промислову економіку з розвиненою наукою, освітою, сектором послуг й ефективною агропромисловою галуззю; стійке прискорене зростання економічної могутності країни на основі інклюзивного розвитку, кардинального підвищення зайнятості населення і добробуту всього суспільства, соціально-політичної стабільності і національної безпеки.

### **Література:**

1. Стратегія розвитку банківської системи України 2016-2020 : «Синергія розвитку банків та індустріалізації економіки» : Проект // Київ, 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://kneu.edu.ua/userfiles/Credit\\_Economics\\_Department/afedra+bankspravi/proekt\\_strategi.pdf](http://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravi/proekt_strategi.pdf).

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент

**Стаднік А.В.**, студент 2 курс ЕФ

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

Головною проблемою життєдіяльності будь-якої країни є успішний розвиток національної економіки із одночасною соціальною захищеністю населення. Рішення, які приймають керівні органи країн для управління економікою, іноді зумовлюють негативні наслідки, тому передбачення цих наслідків і вибір найкращого шляху розв'язання в конкретній ситуації є головним завданням управління. З огляду на це підвищується роль науково

обґрунтованих прогнозів.

Прогнози необхідні за двома основними причинами: майбутнє невизначене і повний ефект від багатьох рішень, що приймаються зараз, не відчуватиметься впродовж певного часу.

Процес розроблення прогнозів називають прогнозуванням [1]. Подібно до будь-якого процесу трудової діяльності (зокрема й творчої) характер прогнозування визначають його суб'єкт і об'єкт, застосовувані засоби й методи, а також навколишнє середовище.

Взаємодія різноманітних процесів зумовлює утворення комбінованих видів: інформаційно-економічних, виробничо-економічних, інноваційно-економічних (у сфері природних процесів), політико-економічних, соціально-економічних та організаційно-економічних (у сфері суспільних процесів). Зв'язок між природними і суспільними процесами опосередковують процеси ринкового й інституціонального регулювання.

Предметом соціально-економічного прогнозування є пізнання закономірностей соціально-економічних процесів у майбутньому, дослідження способів розроблення прогнозів.

Метою соціально-економічного прогнозування є створення наукових передумов для прийняття управлінських рішень органами законодавчої та виконавчої влади, органами місцевого самоврядування.

Завданням соціально-економічного прогнозування, з одного боку, є з'ясування перспективи найближчого або віддаленого майбутнього, вважаючи на реальні процеси сьогодення, а з іншого - сприяння розробленню оптимальних програм і планів економічного та соціального розвитку об'єкта, що має ґрунтуватися на пропонованому прогнозі й враховувати оцінку прийнятого рішення з позицій його наслідків у прогнозованому періоді.

План і прогноз – це взаємно доповнювальні стадії планування за вирішальної ролі плану як провідної ланки управління суспільним виробництвом. При цьому прогноз виступає чинником, який орієнтує наявну практику на можливості розвитку в майбутньому, а прогнозування є

інструментом розроблення планів. Форми поєднання прогнозу і плану можуть бути різними: прогноз може передувати розроблення плану (як правило), складатися після плану (прогнозування наслідків зафіксованого у плані рішення), здійснюватися в процесі розроблення плану.

Між прогнозом і планом існують і розбіжності. Головна з них полягає у тому, що план має директивний, а прогноз - імовірний характер. План - це однозначне рішення, зокрема й тоді, коли його розробляють на варіантній основі. Натомість прогноз за своєї сутністю має альтернативний, варіантний зміст. У цьому сенсі прогнозування становить дослідницьку базу планування, яка, втім, має власне методологічне й методичне підґрунтя і значною мірою відрізняється від планування. Розроблення прогнозів ґрунтується на прогностичних методах, тоді як планування спирається на більш строгі й точні методи балансових та інших розрахунків.

Виходячи із загальноприйнятих понять теорії управління суспільними процесами, прогнозування відіграє провідну роль у системі управління процесами соціально-економічного розвитку як єдина ланка між об'єктивно необхідними функціями підготовки й реалізації відповідних рішень.

Прогнозування полягає в розробленні й обґрунтуванні можливих варіантів очікуваних змін соціально-економічної ситуації та їхніх наслідків під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників [2]. Тим самим прогнозування завершує підготовчий блок функцій управління соціально-економічними процесами, що передбачає розв'язання завдань прогнозування у комплексі з усіма попередніми функціями шляхом розроблення відповідних технологій їхнього виконання.

Економічне прогнозування здійснюють у поєднанні з іншими видами прогнозування: соціальним, політичним, демографічним, науково-технічним, прогнозуванням природних ресурсів тощо. На результати цих прогнозів зважають у народногосподарському та інших типах економічних прогнозів. Своєю чергою, економічні прогнози – невід'ємна складова

прогнозування й планування розвитку суспільних процесів. Зв'язок різноманітних видів прогнозів дістає вияв у послідовності їхнього розроблення. Так, економічні прогнози будують за прогнозами науково-технічного прогресу, природних ресурсів, демографічних процесів тощо.

Важливе значення для прогнозування має питання про його об'єктивної істинності, під якою розуміється відповідність форм і параметрів передбачення об'єктивним можливостям і тенденціям, які будуть реалізовані в майбутньому і в той же час є в сьогоденні у вигляді паростків цього майбутнього. Питання про істинність прогнозування тісно пов'язаний з проблемою критеріїв істинності, які діляться на дві групи: практичні критерії (практика, як критерій істини на всіх стадіях прогнозування) і логічні або непрямі критерії (прогнозів, їх адекватність, логічна несуперечність).

#### **Література:**

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: навч. посібн. / В.В. Вітлінський. - К.: КНЕУ, 2013. – 342с.
2. Ситник В.Ф. Імітаційне моделювання : навч. посібн. / В.Ф. Ситник, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 2008. – 232 с.

**Сергієнко Тетяна Іванівна**, кандидат політичних наук, доцент  
кафедри менеджменту організацій та управління проектами,  
Інженерного інституту Запорізького національного університету

### **СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що у зв'язку із нестабільністю внутрішніх та зовнішніх умов підприємницької діяльності зростає необхідність орієнтації підприємства на довгострокове управління за допомогою вироблення ефективних стратегій. Зовнішні пов'язані з

викликами зовнішнього середовища: появою нових технологій, загостренням конкурентної боротьби, політичними трансформаціями, змінами в законодавстві. Внутрішні фактори є внутрішніми імпульсами розвитку організації, проявами свіжих поглядів, ідей, небайдужого ставлення [3, С. 240]. Таким чином, у внутрішньому середовищі організаційні зміни проявляються у відновленні виробничих процесів, трансформації підрозділів підприємства, реорганізації структури управління та ін. У зовнішньому середовищі – у створенні нових підприємств, злитті, приєднанні й ліквідації.

Також, зазначимо, що реалії сьогодення свідчать, про здатність до стратегічного управління яка визначається наявністю певних елементів за допомогою яких можливо проводити оцінку і моделювати перспективну ситуацію на підприємстві, виявляти необхідність трансформаційних змін, розробляти стратегію розвитку, використовуючи надійні методи та впроваджуючи стратегію у практичну діяльність підприємства.

Щодо дослідження даної проблеми, то вивченню стратегічного управління присвячені праці таких видатних зарубіжних вчених як: І. Ансофф, Р. Акофф, П. Друкер, М. Мескон, Г. Мінцберг, А. Дж. Стрікленд, М. Еддоус та ін, також, зазначимо, що певні аспекти стратегічного управління досліджуються у працях вітчизняних дослідників Ігнат'євої, М. Мартиненко, О. Скібіцького, Л. Абалкіна, А. Анчишкіна, М. Круглова, Н. Пермічева, С. Шаталіна та ін. Але все ж таки, з урахуванням трансформаційних змін які відбуваються в сучасному світі виникає постійна необхідність щодо вивчення стратегічних змін в процесі стратегічного управління підприємством.

Таким чином, з урахуванням всіх внутрішніх та зовнішніх факторів які впливають на діяльність підприємства, зазначимо, що для досягнення мети у стратегічній перспективі можна рухатись різними способами. Вибір конкретного способу досягнення поставленої мети є рішенням стосовно стратегії розвитку підприємства [2, С. 143]. І завдання стратегічного управління на підприємстві полягає саме в фіксації того, що підприємство

має робити саме сьогодні, щоб досягти мети в майбутньому, при цьому враховуючи той факт, що оточення й умови життя підприємства постійно змінюються.

Реалії сьогодення свідчать, що сьогодні стратегічні зміни на підприємстві які відбуваються, пов'язані насамперед з змінами які викликані розвитком сучасного ринку, зміною споживчих властивостей товару, поступовим насиченням вітчизняного ринку, появою нових запитів і зміною позиції споживачів, зростанням конкуренції за ресурси, глобалізацією бізнесу, появою нових можливостей для розвитку, пов'язаних з досягненнями сучасних технологій та розвитком інформаційних мереж [1, С. 217]. Таким чином, з урахуванням вищезазначеного стратегічні зміни відбуваються на всіх напрямках діяльності підприємства, що потребує формування ефективної системи стратегічного управління, перебудову всієї діяльності і забезпечення якісно нового етапу розвитку підприємства в майбутньому.

Все це зумовлює формування ефективної системи стратегічного управління, що передбачає низку змін, які мають радикальний характер, стосуються трансформації мислення керівників та переорієнтації підприємства на стратегічні переваги. Керівники, які мислять стратегічно, дивляться вперед і визначають напрямок, в якому вони хочуть рухатися. Таким чином, в умовах ринку зміни є невід'ємною частиною сучасного стратегічного управління, вони є своєрідним інструментом підвищення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності підприємства в трансформаційних умовах сьогодення.

### **Література:**

1. Куріс Ю. В., Тарасов В. К., Банах А. В. Соціально-психологічні засади виробничої діяльності /Ю.В.Куріс, В.К. Тарасов, А.В. Банах // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: зб.наук.пр.. - Вип. 68, – 2017, - С. 216-224.

2. Сергієнко Т.І., Браїлов Д.Д. Стратегія управління як один із інструментів розвитку організації в довгостроковій перспективі в умовах інформаційного суспільства / Т.І. Сергієнко, Д.Д. Браїлов // Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування освітнього простору в умовах інформаційного суспільства» 26-27 квітня 2018р. Україна, м. Запоріжжя Вид-во ЗДІА, 2018.- С. 143-144.

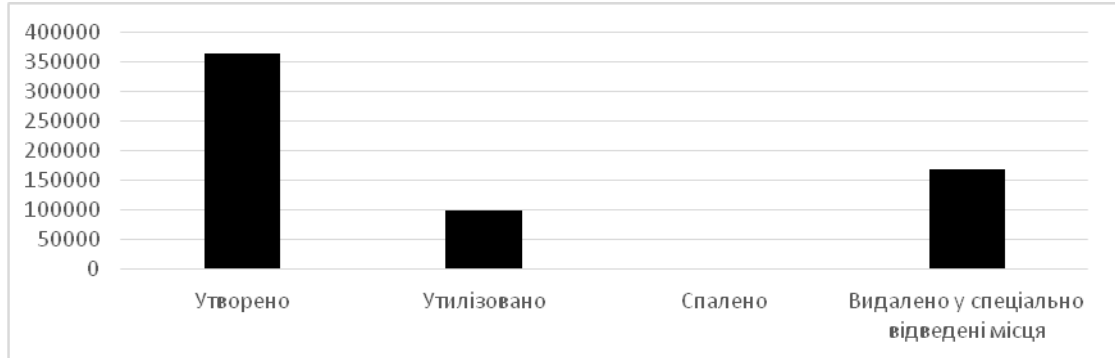
3. Сергієнко Т.І. Розвиток організації в сучасних умовах та проблеми управління опором змінам / Т.І. Сергієнко // Глобальні та локальні проблеми соціально - економічного розвитку України: нові виклики та рішення. Монографія / за ред. Т.М.Берднікової, Н.О. Євтушенко, О.Г. Череп. - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – С. 240-247.

**Гельман А. Ю.**, студентка  
НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»  
**Лазоренко Таїсія Василівна**, к. е. н, доцент  
НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ**

Екологічний менеджмент — частина загальної системи корпоративного управління, яка має чітку організаційну структуру й таку ціль, як досягнення положень, зазначених в екологічній політиці методом реалізації програм по охороні навколишнього середовища. Основною й головною задачею екологічного менеджменту є підтримка балансу між економічними та екологічними інтересами. Дуже важливо розуміти, те, що ми виробляємо зараз не повинно зашкодити в майбутньому. Провідні країни світу вже запроваджують політику екологічного менеджменту на всіх рівнях. У Швейцарії вже давно запровадили політику тотального сортування сміття. Вражає те, що вони не лише сортують сміття, але й за рахунок нього виробляють електроенергію.

На Львівщині існує глобальна сміттева криза. Сміттєзвалища буквально захоплюють територію області, проте не лише Львів відрізняється сміттевою проблемою, але й Україна в цілому. Нижче представлений графік [1], на якому показані масштаби сміттевої проблеми України.



Якщо поррахувати, то 95131, 8 тисяч тон сміття не було утилізовано. Можна зробити висновок, що політика екологічного менеджменту є вкрай необхідною, особливо з питань утилізації утвореного підприємством сміття.

В Україні існує багато підприємств з впровадженням політики екологічного менеджменту. «Еко Нова» – підприємство, що надає послуги з переробки чи утилізації небезпечних відходів виробництва з мінімальною шкодою для навколишнього середовища. Також дане підприємство займається та вкладає кошти в озеленення навколишнього середовища. Відповідно до поставлених завдань підприємство намагатиметься впроваджувати екологічні інновації та поліпшувати й охороняти навколишнє середовище [2]. Такий вид діяльності є соціально відповідальним та корисним для природного стану країни.

Товариство «АБ УКРГАЗБАНК», який з 2016 року взяв напрямок на екобанк. Банк надає підвищену увагу екологічно безпечним проектам, а також надає перевагу у фінансуванні проектів сталого розвитку. Як екологічно відповідальне підприємство «АБ УКРГАЗБАНК» проводить як фінансування інвестиційних проектів з охорони навколишнього середовища, що є одним з наслідків впровадження політики екологічного менеджменту, так і намагається зменшити негативний вплив від безпосередньої діяльності. Наприклад, зменшення використання електроенергії у будівлях банку



(впроваджує LED-освітлення), використання паперу, виготовленого з вторинної сировини, сортування сміття в будівлях банку, збирання паперу [3].

Отже, політика екологічного менеджменту є необхідною для України. Варто впроваджувати законодавчі засади екологічно безпечних виробництв, проводити інформаційну політику підприємців щодо важливості підтримання безпечного стану виробництва. Екологічний менеджмент є доцільною та найбільш правильною політикою ведення управлінської діяльності. Впровадження екологічного менеджмента може вплинути на збереження наявних ресурсів країни, на запобігання шкідливого впливу на ще невикористані ресурси. Підприємства України намагаються зменшувати вплив на навколишнє середовище, проте існує чимало перешкод на законодавчому рівні. Необхідно заохочувати підприємства дотримуватися політики екологічного менеджменту, а також забезпечити на законодавчому рівні можливості виконання даної політики.

### **Література:**

1. Утворення та поводження з відходами за 2017 рік [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Сучасне європейське підприємство з екологічної утилізації відходів [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://econova.org.ua/?page\\_id=33](http://econova.org.ua/?page_id=33)
3. УКРГАЗБАНК звіт за сталого розвитку січень-вересень 2018 рік [Електронний ресурс] Режим доступу [https://www.ukrgasbank.com/upload/file/ugb\\_zvit\\_zi\\_stalogo\\_rozvytku\\_2018.pdf](https://www.ukrgasbank.com/upload/file/ugb_zvit_zi_stalogo_rozvytku_2018.pdf)

**Тетяна Вонберг**, к.е.н., доцент кафедри УП та ЕП, доцент  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕВАГ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Дотримання позиції соціально відповідального ведення бізнесу, розробка стратегії та політики діяльності компанії з урахуванням норм Міжнародного стандарту із соціальної відповідальності – все це сьогодні, на наш погляд, невід’ємні складові успішної діяльності компанії; компанії, котра прагне завоювати не лише вітчизняних споживачів, а й вийти на міжнародні ринки збуту, збільшуючи свої прибутки та укріплюючи лідерські позиції серед конкурентів. Зрозуміло, що будь-яка компанія, яка прагне завойовувати нові ринки, розвиватися та прогресувати повинна створити та впровадити відповідну систему менеджменту. І вирішальне місце в цій системі посідає управління соціальною відповідальністю.

В зарубіжній практиці відношення до соціальної відповідальності вже давно закріпилося в свідомості та діях уряду різноманітних компаній. Очевидно, на Заході прийнято вважати соціально відповідальну поведінку як звичайне буденне явище, без якого неможливе існування бізнесу; як важливу і необхідну складову навіть існування бізнесу.

В українських реаліях відношення до соціальної відповідальності трохи інше, а знайти дійсно соціальну відповідальну компанію з «українським корінням» на сьогодні – це скоріше виняток. Причиною означеного є перш за все менталітет українців, котрі намагаються отримати від бізнесу переваги та прибутки, а не додаткові фінансові та інші вкладення. Разом із тим, наголосимо, що практика впровадження соціально відповідального ведення бізнесу неодноразово підтверджує, що соціальна відповідальність – це не лише витрати у різноманітні сфери, це й колосальні можливості та вигоди.

Зокрема, розширюючи сферу застосування соціально відповідального ведення бізнесу, компанії перетворюють соціальну відповідальність на соціальну вигоду. Репутація соціальної компанії спроможна допомогти навіть великим підприємствам у визначенні нових ринків, нових послуг на існуючих ринках, розширенні існуючих ринків тощо.

Як інструмент корпоративного управління, соціальна відповідальність більше стосується вивчення груп впливу та налагодження діалогу з ними, створення внутрішніх кодексів та інструментів впливу, стандартів менеджменту щодо зовнішніх зв'язків, зовнішньої комунікації тощо.

Крім того, потрібно наголосити, що позиція соціально відповідального ведення бізнесу впливає на економічний розвиток всієї країни, де функціонують соціально відповідальні компанії. Ця позиція переносить на вищий рівень взаємозв'язки компанії з усіма стейкхолдерами: державою, споживачами, працівниками, конкурентами тощо.

Користь від соціально відповідального бізнесу для суспільства очевидна. А найпоширенішою помилкою є уявлення, що соціальні програми, які фінансуються компанією, збиткові для бізнесу. На наш погляд, грамотно вкладені кошти у соціальні програми приносять виключно користь бізнесу. Адже, по-перше, компанія отримує високу репутацію та добре ім'я. А висока соціальна репутація, у свою чергу, опосередковано приносить і матеріальну користь – викликає довіру до бізнесмена, приносить нові можливості для бізнесу. По-друге, соціальна політика бізнесу приносить і комерційний результат:

- позитивний вплив на ринок споживачів;
- позитивний вплив на акціонерний капітал;
- залучення до роботи високопрофесійних фахівців;
- сприяння розвитку інтересу з боку потенційних інвесторів тощо.

**Крупа Андрій Геннадійович**, Ст.гр. МЕН-18-1мд  
Інженерного інституту Запорізького національного університету

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКУ**

Реалії сьогодення свідчать, що успішне стратегічне управління підприємством досягається в сукупності з чітким стратегічним плануванням. Сьогодні розвиток підприємства в умовах постійних змін залежить від уміння своєчасно передбачити вплив різноманітних факторів на загальну діяльність підприємства й відповідно адаптувати свою діяльність, змінюючи асортимент продукції та послуг, форми обслуговування, збутову мережу, організаційну структуру, інші елементи внутрішнього потенціалу.

Проблемам стратегічного управління присвячені праці відомих зарубіжних вчених та вітчизняних дослідників, однак, незважаючи на значні здобутки у дослідженні вказаних проблем, залишаються нерозкритими і потребує поглибленої розробки низка теоретичних і методологічних проблем стосовно стратегічного управління на підприємстві в умовах ринку.

Стратегічне управління базується на вивченні відносин, які можна охарактеризувати за допомогою системи «середовище – підприємство». Серед існуючих сьогодні концепцій управління, більшість з них, розглядає організацію як відкриту систему, котра постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища та іншими суб'єктами господарської діяльності [1, С. 220]. Щодо визначення стратегічно орієнтованого підприємства, то це підприємство, де існує система стратегічного управління та застосовується процес стратегічного планування. З урахуванням вищезазначеного, доведено, що найважливіше призначення стратегічного управління забезпечити в довгостроковому періоді стійкість розвитку і високу конкурентоспроможність складних соціально - економічних систем на основі мотивації персоналу, інновацій, зростання й ефективного

використання економічного та людського потенціалів, протистояння зовнішнім загрозам та досягнення стійких конкурентних переваг.

Таким чином, кожне підприємство, щоб забезпечити обґрунтування свого майбутнього розвитку, має оцінити перспективи та сучасну ситуацію щодо теперішнього стану діяльності з урахуванням впливу як зовнішніх так і внутрішніх факторів. Управління підприємством в довгостроковій перспективі здійснюється в контексті місії підприємства, і його основна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії підприємства з основними цілями які ставить перед собою підприємство [3, С. 195]. Отже, стратегічне управління стосується як цілей підприємства, так і засобів. За допомогою цілей підприємство може представити загальні контури майбутньої діяльності; в якості засобів - передбачити, як ці цілі будуть досягатися. Тож, управління підприємством за допомогою стратегії - це управління на основі прогнозу, яке пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, чого саме бажає підприємство [2, С. 144]. Стратегічне управління повинне розглядатися як один із інструментів розвитку підприємства в довгостроковій перспективі в умовах ринку з урахуванням практики поточного управління. Також, зазначимо, що необхідно пам'ятати, про стратегію як засіб для досягнення цілей підприємства в майбутньому. Стратегія необхідна кожному підприємству, а розробка і її втілення, здатні збільшити ефективність діяльності будь якого підприємства будь якої форми власності.

#### **Література:**

4. Куріс Ю. В., Тарасов В. К., Банах А. В. Соціально-психологічні засади виробничої діяльності / Ю.В.Куріс, В.К. Тарасов, А.В. Банах // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: зб.наук.пр.. - Вип. 68, – 2017, - С. 216-224.

5. Сергієнко Т.І., Браїлов Д.Д. Стратегія управління як один із інструментів розвитку організації в довгостроковій перспективі в умовах

інформаційного суспільства / Т.І. Сергієнко, Д.Д. Браїлов // Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування освітнього простору в умовах інформаційного суспільства» 26-27 квітня 2018р. Україна, м. Запоріжжя Вид-во ЗДІА, 2018.- С. 143-144.

6. Сергієнко Т.І., Крайнік О.М. Напрями підвищення ефективності промислового менеджменту з використанням інформаційних ресурсів / Т.І.Сергієнко, О.М.Крайнік // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: зб.наук.пр., Вип. 75. – 2018. - С. 193 – 204.

**Солод Наталія Олегівна**, Ст.гр. МЕН-17-1бд

Інженерного інституту Запорізького національного університету

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА ПОШУКУ ДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА**

Особлива роль у розробці стратегії відводиться відділу стратегічного планування і стратегічного аналізу. Завдання такого відділу полягає в зборі та обробці інформації, необхідної особам, відповідальним за ухвалення рішення по стратегічному розвитку організації. Кожна організація перебуває та функціонує у певному оточенні. Велику підтримку запасами, необхідну для розвитку виробництва залучає зовнішнє оточення.

Організація постійно обмінюється запасами з зовнішнім оточенням. За допомогою розгалуження різноманітних взаємозв'язків, вона забезпечує себе подальшою можливістю виживання. В якості зовнішніх зв'язків слід бачити канали наближення запасів від постачальників і каналів збуту продукції до постачальників, а саме покупців. Можливі зв'язки із прилеглими організаціями, конкурентами, органами державного управління. Треба мати на увазі, що запаси зовнішнього середовища не безмежні. Також, на них претендують інші підприємства, що перебувають у цьому ж оточенні. Виходячи с цього існує потенційна небезпека, що організація не може

одержати потрібні ресурси з оточуючого середовища. Завдання стратегічного планування - забезпечити таку взаємодію із зовнішнім середовищем, яке дозволило б підтримувати його потенціал на рівні, необхідному для нормального функціонування і розвитку [2, С. 144]. При цьому зовнішнє середовище досліджується, насамперед, для того, щоб якнайшвидше розкрити можливість та небезпеку, яку треба враховувати при формуванні своїх цілей і їх досягнення.

У процесі вивчення важливо розкрити тенденції, характерні для зміни стану окремих параметрів і спробувати передбачити напрямки їх розвитку з тим, щоб передбачити очікують підприємства загрози і переваги в майбутньому.

Знаючи позиції стратегічних цілей та мети підприємства, можна здійснити аналіз бізнес - середовища міжнародних компаній. Висновки, цього аналізу використовують як основу стратегічної оцінки для подальшої розробки та аналізу допустимих варіантів планів стратегії розвитку. Головна мета оцінювання інформації в бізнес-середовищі - з'ясувати чинники позитивного та негативного впливу на майбутню роботу компанії. В процесі оцінки фокус зміщується від розуміння сутності і складових середовища як такого усвідомлення того, що це його стан середовища може означати для організації, становить загрози або створює нові можливості.

Важливим є сприяння розвитку підприємницького потенціалу на рівні регіонів, регулювання й підтримка бізнес-середовища з єдиного центру загалом по країні можливі лише за окремими напрямками [3, С. 107]. Місцеві органи влади мають вірогідну інформацію про стан попиту й пропозиції на ринку, обсяг виробництва товарів і послуг, ступені задоволення виробничих й особистих потреб, про перспективи й можливості розвитку тих чи інших підприємницьких структур і відповідних сфер [1, С. 42].

Таким чином, важливою рисою в одержанні та забезпеченні зростання високих темпів вітчизняної економіки, а також високий рівень її конкурентоспроможності і, як наслідок, довготривалого бізнес-середовища є

дієвість й обґрунтованість податкового і митного законодавства, виключення на законодавчому та самими підприємцями корупції, хабарництва, рейдерства, тінізації економічної діяльності тощо.

### **Література:**

1. Бабарикіна Н. А. Формування внутрішнього ринку як одна із актуальних задач державної політики / Н.А. Бабарикіна // Матеріали міжнародної науковопрактичної конференції «Україна наукова 2003». Дніпропетровськ. – 2003. – С. 41–43.

2. Сергієнко Т.І., Браїлов Д.Д. Стратегія управління як один із інструментів розвитку організації в довгостроковій перспективі в умовах інформаційного суспільства / Т.І. Сергієнко, Д.Д. Браїлов // Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування освітнього простору в умовах інформаційного суспільства» 26-27 квітня 2018р. Україна, м. Запоріжжя Вид-во ЗДІА, 2018.- С. 143-144.

3. Сергієнко Т.І. Вимірювання величини і рівня ефективності використання виробничого потенціалу підприємства / Т.І.Сергієнко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць, Вип. 52. / Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запорізь.держ.інж.акад. - Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2013. – С. 107-114.



## **6. ДЕРЖАВНЕ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ, СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.**

**Рудік Н.М.**, к.с.-г. наук, доцент  
ДВНЗ Херсонський державний аграрний університет,

### **РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ФОРМУВАННІ АГРАРНИХ ВІДНОСИН**

Стратегія євроінтеграційного курсу України потребує вдосконалення державних механізмів регулювання співвідношення економічної та соціальної складових соціально орієнтованої економіки. У сучасному світі будь-яка держава виконує політичну, соціальну та економічну функцію, які пов'язані між собою, проте пріоритетом є соціально-економічна функція. Саме такий підхід відповідає засадничим принципам концепції людського розвитку.

За часів радянської влади, до набуття Україною незалежності, аграрні відносини розглядалися ототожнюючись з земельними відносинами, тобто відносинами, що пов'язані з володінням і користуванням землею, як основним засобом виробництва у сільському господарстві. В умовах адміністративно-командної системи вони розглядалися безвідносно до їх правової та політичної суті, бо єдиним власником землі була держава, яка через владні структури, регулювала земельні, а значить аграрні питання, виключно в інтересах держави.

Після ліквідації монопольної власності держави на землю змінилися форми господарювання, заготівель, реалізації продукції. Як наслідок виникла потреба в зміні макроекономічної політики держави щодо села, ресурсного забезпечення його потреб, правового забезпечення земельних а отже і аграрних відносин. Так сформувалася потреба в науковому, організаційному, макроекономічному забезпеченні складових аграрних відносин, формуванні

конкурентоспроможного виробника. І саме на них були покладені функції продовольчого забезпечення, соціального відтворення, життєзабезпечення, збереження та підтримку способу життя тощо.

Об'єктивно, в умовах становлення ринкової економіки, великою економічною та соціально-політичною проблемою стало підтримання конкурентоспроможності агропромислової продукції як на зовнішньому так і на внутрішньому ринках, тому зросла роль держави в сприянні формування та розвитку конкуренції.

Присутність конкурентного механізму в аграрній економіці є головною умовою прояву найважливіших функцій закону вартості, передовсім стимулювання зниження витрат. Закон конкуренції, як і закон вартості, є законами товарного виробництва. З цього приводу проф. С. Панчишин зазначає, що однією з найважливіших умов дії закону вартості є зв'язки між виробниками, виробниками та споживачами через відносини конкуренції [1].

За адміністративно-командної економіки в аграрній економіці прагнули поєднати фактори інтенсифікації розвитку галузі, (сучасну потужну техніку, сучасні ресурси, добрива, засоби захисту) на рівні країн з розвинутою ринковою економікою, та повну зайнятість на селі, із заробітною платою європейського рівня. Практика показала, що повна зайнятість при високому рівні зарплати, повна механізація виробничого процесу та інші фактори інтенсифікації, в одночасному поєднанні, продукують високу собівартість продукції, що унеможлиблює вихід з нею на ринки та спад конкурентоспроможності.

В економічній теорії немає наукових праць, що доказали б неможливість поєднання відмічених факторів як і немає праць, що обґрунтували б таке поєднання, або визначили економічні пріоритети відповідно до форм організації виробництва.

Практичний досвід багатьох країн показує що, маючи сучасні ресурси, техніку та інтенсивні технології, вони використовують їх не в повній мірі бо на перше місце ставлять проблему зайнятості і самозабезпечення

самодостатності сільського населення у засобах існування. Вони вирішують проблему зайнятості через помірність рівня інтенсифікації і насиченості ресурсами регулюючи конкурентоспроможність виробництва.

В умовах ринкової економіки ефективність функціонування конкурентоспроможного виробника досягається на умовах забезпечення адміністративної незалежності товаровиробника, що гарантується приватною власністю на засоби виробництва. Економічними наслідками цього є створення конкурентного середовища між товаровиробниками; насичення ринку високоякісними товарами із заданими параметрами індивідуальної вартості виробництва та якості продукції, що є гарантом отримання товаровиробником прибутку; підвищення загального добробуту народу. Насичення ринку високоякісними конкурентоспроможними товарами сприяє зростанню валового внутрішнього продукту та національного доходу, як матеріальної основи бюджетних надходжень, вирішенню комплексу соціальних програм.

Економічна теорія розглядає фактор приватної власності як суттєвий ресурс розвитку конкурентоспроможного аграрного виробника який проявляється у подвійній формі: через власність на майно та власність на землю.

В Україні розвиток основних організаційних засад формування конкурентоспроможного аграрного виробника здійснюється непослідовно та суперечливо, з наявністю деформацій у відносинах власності, і несформованості ефективного приватного власника у результаті проведеної приватизації.

Проведені натеper земельні реформи породили численну кількість землевласників, проте не забезпечили ефективного використання головного національного багатства українського народу і не поліпшили соціального становища селян. Більшість власників землі не має змоги обробляти її власними засобами і, не маючи права вільного вибору (адже на такі ринкові

операції із землею, як купівля — продаж та іпотека, в Україні накладено мораторій), здає в оренду [2].

Дослідження ринку землі багатьма вченими та практиками, показує недоцільність зняття мораторію на продаж землі в даний час, оскільки її скуплять великі землевласники, які будуть диктувати ціни на ринку продовольства, вирощувати ті сільськогосподарські культури, які є найбільш прибутковими. Одним із наслідків прогнозується розвиток тенденцій занепаду тваринницької галузі як малорентабельної. Як наслідок, постраждають сільські території, які є основою сільськогосподарського виробництва. З цих позицій накладений мораторій на продаж та іпотеку землі є виправданим.

Більшість проблем в економіці України породжено не недостатньою присутністю в ній держави, а неефективністю державного регулювання економіки. Результативність державного регулювання ускладнюється також наявністю внутрішнього та зовнішнього лагів, тобто регулювання у значній мірі визначається прогнозованістю швидкості прояву прийнятих заходів державного регулювання.

Вітчизняна аграрна галузь, що має потужний ресурсний потенціал, на світовому рівні, характеризується невикористаними резервами щодо виробництва високоякісної продукції, здатної конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Важливою є посиленням ролі держави у спонуканні виробників до використання внутрішніх резервів, наприклад вертикальної інтеграції, коли результати господарювання примножуються за рахунок переробки і маркетингу продукції.

Створення державою умов для формування високоефективного конкурентоспроможного аграрного сектору визначає можливості країни вирішити проблему зайнятості та самодостатності населення сільських територій, та спроможності інтегруватися у світовий аграрний ринок.

### Література:

1. Панчишин С. М. Макроекономічний аналіз товарної форми виробництва : монографія / С.М. Панчишин — Л.: Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. — 452 с.
2. Коваль Л.М. Управління ресурсними ринками а аграрному секторі національної економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. док. екон. наук / Л.М. Коваль. — Львів, 2015. — С. 13—15.

**Бондар А.В.**, здобувач вищої освіти першого рівня  
Науковий керівник: **Ровенець Т.О.**,  
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту  
Національний університет водного господарства та  
природокористування, м. Рівне

## РОЗВИТОК ГРОМАД В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Однією з найважливіших складових структурних реформ, які проводяться в Україні, є реформування місцевого самоврядування на засадах децентралізації державної влади, що передбачає створення фінансово незалежних громад, спроможних ефективно вирішувати питання, які виникають в процесі їх діяльності.

В Україні на рівні регіонів і окремих територій владні органи мають різновиди, що відповідають двом видам децентралізації: демократичній та адміністративній. Адміністративна децентралізація влади проявляється в тому, що за державою зберігається право охорони та забезпечення загальнодержавних інтересів, які здійснюються через утворення централізованої системи відповідних органів державного управління. Демократична децентралізація передбачає утворення органів місцевого

самоврядування – рад відповідного рівня, що представляють інтереси мешканців певної території [1, с. 29].

Децентралізація інтерпретується як можливість громад мати повноваження і розпоряджатися ресурсами на їх реалізацію. Раніше повноваження і ресурси були сконцентровані в центрі і розподілялися по виконавчій вертикалі, що робило громади залежними і створювало складнощі для розвитку реального самоврядування. На сьогодні основна частина зароблених коштів залишається в громаді, і її члени самі приймають рішення, на що їх витратити [2, с. 8].

Впровадження реформи має на меті досягнення наступних цілей, таких як високий рівень спроможності регіонів, ефективна система влади, висока якість послуг. Кінцевою метою є створення безпечного та комфортного середовища для життя людей в Україні шляхом побудови ефективної системи влади [3, с. 21].

Передбачається, що реформування місцевого самоврядування дасть змогу подолати негативні процеси в соціально-економічному та культурному розвитку територіальних громад; забезпечить створення і підтримку сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини; надасть мешканцям територіальних громад якісні і доступні адміністративні та соціальні послуги, відповідно, рівень та якість життя громадян суттєво підвищиться [3, с. 23].

Разом з тим варто враховувати, що нова парадигма місцевого самоврядування повинна відповідати українським особливостям та чітко ідентифікувати значення, роль і функції місцевого самоврядування в життєдіяльності територіальних громад і держави в цілому.

Успішність реформи децентралізації влади в Україні безпосередньо залежить від ефективного розподілу функцій і повноважень між рівнями органів місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на засадах субсидіарності; ефективного та стабільного функціонування органів місцевого самоврядування, забезпечення прозорості діяльності органів

місцевого самоврядування та їх посадових осіб, мінімізації умов для корупції; безпосередньої участі громад у вирішенні питань місцевого значення, ефективності громадського впливу на прийняття рішень органами місцевого самоврядування; організаційної та фінансової самостійності територіальних громад, представницьких органів місцевого самоврядування, наближення їх можливостей та якості діяльності до європейських стандартів [4, с. 50].

Водночас процес децентралізації, об'єднання громад супроводжують чисельні ризики і виклики, які необхідно враховувати для успішної реалізації реформи. Зокрема, існують побоювання втрати представництва на рівні об'єднаних громад у результаті виборів, посилення політичних монополій, що контролюють ресурси в громадах, пасивність членів громади; недовіра і нерозуміння, небажання приймати зміни, побоювання щодо скорочення соціальної інфраструктури; ризики, пов'язані з низьким рівнем кваліфікації управлінського персоналу в об'єднаних громадах, що може дискредитувати реформу; можливе збільшення розриву між бідними і багатими громадами тощо [2, с. 23].

#### **Література:**

1. Ткачук А.Ф. Місцеве самоврядування та децентралізація. Законодавство (навчальний модуль). Київ : ІКЦ «Легальний статус», 2016. 80 с.
2. Децентралізація в Україні: досягнення, надії і побоювання. Український незалежний центр політичних досліджень, 2017. 28 с.
3. Управління стратегічним розвитком об'єднаних територіальних громад: інноваційні підходи та інструменти : монографія / С.М. Серьогін, Ю.П. Шаров, Є.І. Бородін, Н.Т. Гончарук [та ін.] ; за заг. та наук. ред. С.М. Серьогіна, Ю.П. Шарова. Д. : ДРІДУ НАДУ, 2016. 276 с.
4. Ткачук А., Кашевський В., Мавко П. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль). Київ : ІКЦ «Легальний статус», 2016. 96 с.

**Білан А.О.**, Магістрантка спеціальності  
«Публічне управління та адміністрування»  
СумДПУ ім. А.С.Макаренка

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА МІГРАЦІЙНИЙ РУХ**

Глобалізація та активізація інтеграційних процесів економіки України є однією з причин посилення як внутрішніх, так і зовнішніх міграційних потоків. Міграція, як соціальне явище, відноситься до основних джерел формування працездатного населення і значною мірою сприяє кількісним й якісним змінам у чисельності та структурі складу населення окремого регіону і країни в цілому. В умовах трансформації українського суспільства питання здійснення ефективного державного регулювання регіонального розвитку, спрямованого на зменшення негативного впливу міграційних рухів на економіку регіонів України, є досить актуальним і потребує вивчення, адже відсутність обґрунтованої, адаптованої до поточних змін, політики регіонального розвитку держави може призвести до загострення ряду економічних, політичних і соціальних проблем.

У процесі становлення сучасної ринкової економіки України пріоритетним завданням державного управління є регулювання соціально-економічного розвитку як країни в цілому, так і окремих її регіонів, а показники міграційного руху населення є відображенням ефективності його здійснення. Варналій З.С. розглядає регіон як цілісну систему зі своїми структурою, функціями, зв'язками із зовнішнім середовищем, історією, культурою, умовами життя населення, а регіональний фактор відчутно впливає на розвиток держави. Його розвиток і функціонування зумовлюють соціально-економічні та історико-культурні особливості територій держави, загальноєвропейські тенденції регіонального розвитку, полярні тенденції щодо інтеграції та дезінтеграції, загальносвітові процеси. Від того, за



допомогою яких механізмів та інструментів здійснюватиметься державне регулювання регіонального розвитку, залежить якість і швидкість здійснення реформ [1, с. 67].

Погоджуємось з думкою Лебединської О. та Валентюк І. [2, с. 153], що метою державного регулювання територіального розвитку має бути стимулювання розвитку територій, нездатних функціонувати в режимі саморозвитку, та підтримка й активізація соціальної мобільності населення окремих регіонів. Відповідно, регулювання регіонального розвитку в межах компетенції державного рівня управління передбачає створення умов для оптимальної економічної самостійності регіонів, координації міжрегіональних зв'язків, забезпечення сталого і збалансованого функціонування регіональних систем, з метою покращення якості та підвищення рівня життя населення, сприяння окремим регіонам для найефективнішого використання особливостей їх природного, виробничого і ресурсного потенціалу.

На думку Жаліло Я. А. одним з основних напрямів реформування механізму управління регіональним розвитком є його децентралізація, розвиток місцевої ініціативи та місцевого самоврядування. Це пов'язано з тим, що сприятливі економічні умови для суб'єктів господарювання, розвитку галузей та формування людського капіталу створюються саме на регіональному рівні, де закладається і підґрунтя для комплексного розвитку та зростання національної економіки в цілому [3, с. 8].

У процесі дослідження питання проведено аналіз міграційних рухів населення України і Сумської області за останні 10 років. Динаміку міграційних рухів населення України і регіону у 2009-2018 рр. показано в табл. 1.

Таблиця 1 – Динаміка міграційних рухів населення України і Сумської області у 2009-2018 рр.

Регіон	Україна			Сумська область		
Рік	Число прибулих	Число вибулих	Приріст (скорочення)	Число прибулих	Число вибулих	Приріст (скорочення)
2009	642819	629372	13447	19967	21205	-1238
2010	683449	667316	16133	21385	22372	-987
2011	669397	652301	17096	19935	20786	-851
2012	726226	664382	<b>61844</b>	20317	21492	-1175
2013	675942	644029	31913	18234	19718	-1484
2014	542506	519914	22592	17175	17576	-401
2015	533278	519045	14233	18334	19308	-974
2016	256808	246188	<b>10620</b>	15099	13947	<b>1152</b>
2017	442287	430290	11997	16399	17130	-731
2018	629276	610687	18589	21076	23179	<b>-2103</b>
2009 - 2018	Загальний показник по Україні		205017	Загальний показник по Сумській області		-7554

Складено автором на підставі [4].

З табл. 1 видно, що протягом останніх 10 років сальдо міграції населення України залишається позитивним. Загальна кількість осіб, які повернулися в Україну за вказаний період склала 205017 осіб, в тому числі максимальне значення приросту населення зафіксоване у 2012 році – 61844 осіб, а мінімальне в 2016 р. – 10620 осіб. Проте, не можна однозначно стверджувати, що приріст свідчить про створення достойних робочих місць або поліпшення умов проживання в Україні, необхідно враховувати, що причиною повернення українців на батьківщину могло стати зниження показників економічного благоустрою інших країн. Щодо показників міграційного руху населення Сумської області, то ситуація протилежна. Сальдо міграції за період з 2009 по 2018 роки має негативне значення, за виключенням 2016 року, коли приріст склав 1152 особи. Найбільше

скорочення зафіксовано в 2018 році – 2103 особи. Виходячи з вищевикладеного, Сумська область виступає постачальником робочої сили в інші регіони України і інші країни, що зменшує чисельність і масштаби трудового потенціалу регіону. Враховуючи економічну мотивацію міграційної поведінки населення (в тому числі більш зручні умови та вища оплата праці, можливості до самовираження та самореалізації, місцевість сприяє зміцненню здоров'я або його підтримці, тощо) та ресурсний потенціал регіону, якнайшвидше необхідно сформулювати та удосконалити систему важелів впливу на міграційні явища, щоб в подальшому Сумська область могла стати регіоном сталого економічного зростання на основі інноваційної промисловості, важливим продовольчим центром країни з екологічним, високоефективним сільським господарством, комфортним та безпечним довкіллям, де є всі умови для всебічного розвитку і життя людини.

### **Література:**

1. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: монографія / за ред. З.С. Варналія. - К. : Знання України, 2005. - 498 с.
2. Лебединська О., Валентюк І. Державне регулювання розвитку регіону: проблеми та перспективи // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України, вип.3/2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2010-3-22.pdf>
3. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / за заг. ред. В.Є. Воротіна, Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2010. – 288 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://shron1.chtyvo.org.ua/Vorotin\\_Valerii/Derzhavne\\_upravlinnia\\_rehionalnym\\_rozvytkom\\_Ukrainy.pdf](http://shron1.chtyvo.org.ua/Vorotin_Valerii/Derzhavne_upravlinnia_rehionalnym_rozvytkom_Ukrainy.pdf)
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Білорусов С.Г.,**

директор, к.т.н., доцент,

заслужений працівник освіти України

Херсонський обласний центр

перепідготовки та підвищення кваліфікації

## **ФОРМУВАННЯ БАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Розвиток регіону залежить від науково-аналітичного обґрунтованого визначення його стану та бачення соціально-економічних перспектив. В першу чергу уваги заслуговує сучасна інноваційна регіональна політика, яка передбачає запровадження ідеології сучасних економічних реформ на регіональному та місцевому рівнях в умовах децентралізації влади та створення об'єднаних територіальних громад, які мають отримати розвинуту ефективну діючу інфраструктуру. Інтерес та очікування від зазначеної політики закономірно зростає та знаходиться у центрі уваги і постійної співпраці науковців з представниками органів публічної влади.

Важливим напрямком у цьому сегменті наукових досліджень є пошук шляхів динамічного розвитку інфраструктури об'єднаних територіальних громад та створення ефективних комунальних підприємств, принципів та можливостей щодо залучення інвестицій, що є пріоритетом місцевої і регіональної політики держави та органів публічного управління. Зазначене передбачає формування системи стратегічного менеджменту. В даний час в межах розроблення проекту Стратегії розвитку Херсонської області на період 2021-2027 років здійснюється соціально-економічний аналіз регіону.

З урахуванням Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2019 рік та основних прогнозних макропоказників економічного і соціального розвитку України на 2019-2021 роки, Херсонською обласною державною адміністрацією реалізується Програма соціально-економічного та культурного розвитку Херсонської області на 2019 рік [1].

На підставі оцінки тенденцій економічного і соціального розвитку області у 2018 році, існуючих проблем регіону визначено цілі, основні завдання на 2019 – 2020 роки, сформовано прогностні показники до 2021 року. Програма містить переліки обласних цільових програм, інвестиційних проектів, реалізація яких передбачається у 2019 році і які є основою для формування та раціонального використання фінансових ресурсів відповідно до визначених завдань соціально-економічного розвитку області.

Відповідно, Херсонський обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій (далі – Центр) спільно із Одеським регіональним інститутом державного управління НАДУ при Президентіві України щорічно на постійній основі проводить дослідження за напрямом: «Публічне управління в умовах децентралізації: удосконалення реалізації секторальних реформ у регіональному вимірі». В цілому треба визначити актуальність опрацювання питань запровадження сучасного менеджменту на місцевому рівні з урахуванням специфіки формування укрупнених об'єднаних територіальних громад, що сприятиме створенню досконалої моделі соціально-економічних відносин.

В межах реалізації програми з впровадження державної регіональної політики в Україні та вдосконалення механізмів фінансування регіонального розвитку «U-LEAD з Європою» Центр системно здійснює підготовку тренерів з питань публічного управління та адміністрування; з питань місцевого та сільського і місцевого розвитку; залучення прямих іноземних інвестицій для регіонального розвитку, тощо. Проведено низку досліджень серед сільських та селищних голів об'єднаних територіальних громад області з питань бачення комплексного розвитку соціально-економічної інфраструктури, здійснення застосування ефективних практик муніципального розвитку.

В даний час в Центрі здійснюється оцінка потреб щодо навчання в 2019 році з метою запобігання дублювання та збалансованого підвищення

кваліфікації окремих категорій працівників органів публічної влади з урахуванням вищезазначених актуальних питань в межах децентралізації влади та розвитку територіальних громад Херсонської області.

Для визначення пріоритетних векторів ефективного розвитку Херсонського регіону, на базі Центру в контексті навчання працівників органів публічної влади було проведено опитування. Результати зазначеного дослідження представлені на рисунку 1.

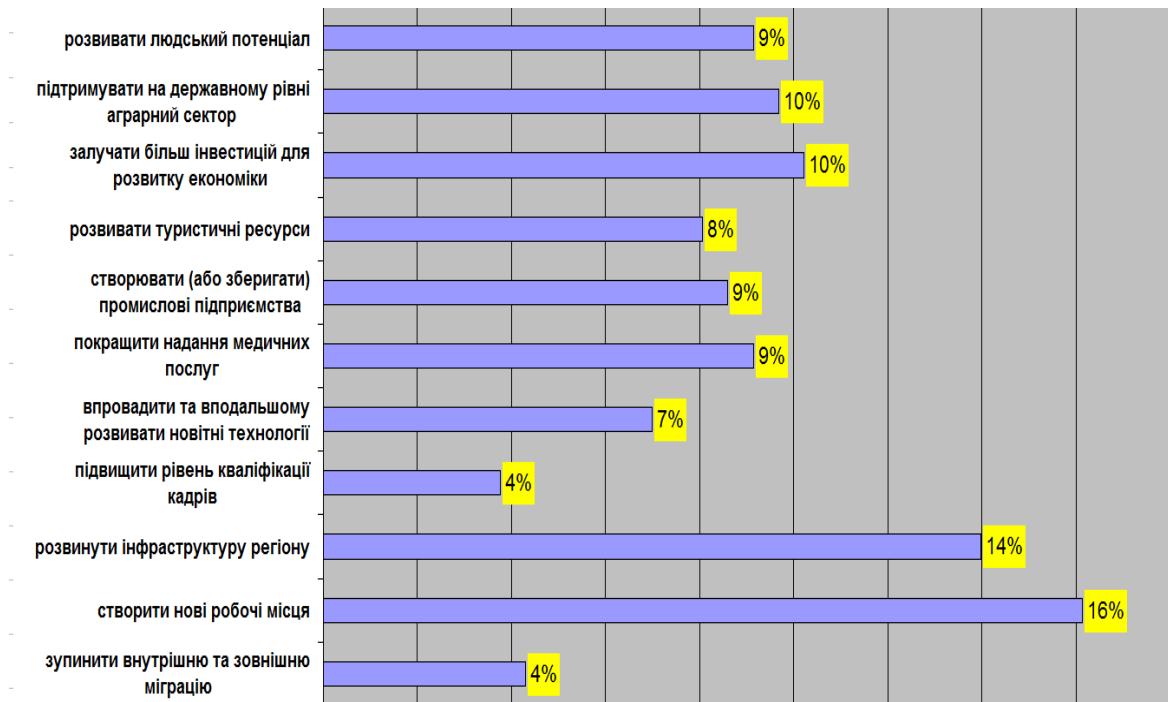


Рис. 1 Пріоритетні вектори розвитку Херсонської області

Метою регіональної політики є згладжування соціально-економічних диспропорцій у розвитку окремих територій на фоні загального підвищення рівня економічного розвитку, стандартів життя та добробуту населення країни, підвищення продуктивності й конкурентоспроможності національної та регіональних економік.

### *Література*

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 11.07.2018 р. № 546 «Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2019-2021 роки» – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/546-2018-%D0%BF>

## КОММУНИКАТИВНЫЙ МЕТОД В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

В процессе подготовки кадров государственного управления особенное значение приобретает коммуникативный метод преподавания иностранного языка, в частности английского. О том, что английский язык наиболее распространён в современном мире, известно каждому. Тот факт, что общаться на английском языке должен уметь каждый, кто принадлежит структуре государственного управления, не вызывает сомнений, ибо социально-экономические и политические связи нашего государства с каждым годом становятся всё шире. Наличие в государственных структурах штатных переводчиков не отменяет умения общаться с глазу на глаз представителей госструктур разных стран между собой. Знание иностранного языка – это серьёзное преимущество. "Подготовка в области государственного управления соответствует деятельности тех, кто учится, а именно – публичному управлению, как с точки зрения тематики, так и языкового содержания и деятельности по обучению языка", – отмечают современные украинские учёные – кандидат наук по государственному управлению, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков, Н.Колисниченко и старший преподаватель Одесского регионального института государственного управления при Президенте Украины Е. Яцун [1, с. 158].

**Цель тезисов** – представить достоинства коммуникативного метода преподавания английского языка в процессе подготовки кадров государственного управления.

Преподавание английского языка в процессе подготовки государственных служащих, как известно, не является ключевым предметом,

но это не решает проблемы необходимости владения им. В связи с чем, у преподавателей возникает обязанность выделения определённых аспектов в методике таким образом, чтобы профессиональное обучение совпадало с общеязыковым. Как правило, обучение должно осуществляться в группах, разделённых по уровневому принципу, включающему в себя достаточный, средний и низкий уровни владения иностранным языком. В отличие от групп достаточного уровня владения английским языком, в группах среднего и низкого уровней необходимо уделять внимание общей языковой подготовке, и лишь после вводить профессиональную лексику [1, с. 159]. Так, Скотт Торнби и Питер Хопкинс рекомендуют использование учебника грамматики Реймонда Мерфи [3, с. 13], лексическая составляющая которого развивает навыки устной разговорной речи, применимой на всех коммуникативных уровнях. Следует также отметить, что данный учебник признан в мировом сообществе одним из лучших для студентов, изучающих английский язык как иностранный [2].

Украинские учёные, рассмотрев 4 основных метода преподавания английского языка в хронологическом развитии, не безосновательно пришли к выводу о целесообразности внедрения коммуникативного метода преподавания английского языка государственным служащим как современного стандартного метода. По мнению Н. Колисниченко и Е. Яцун, метод коммуникативного преподавания языка является естественным итогом реакции на использование грамматико-переводного, прямого метода и аудиолингвализма, акцентирующихся на "преподавании грамматических структур и предложений-шаблонов" [1, с. 166], и которые "вообще не придавали значения тому, как практически используется язык" [1, с. 166]. "Коммуникативный метод изучения языка имеет различные признаки, которые отличают его от предыдущих методов: понимание происходит через активное взаимодействие студентов при общении на иностранном языке; преподавание происходит с помощью аутентичных английских текстов; студенты не только изучают второй язык, но и учатся стратегии понимания;



большое значение приобретает личный опыт и ситуации, которые рассматриваются как бесценный вклад в содержание занятий; использование нового языка в непроверенных контекстах создает возможности для обучения вне учебной аудитории. Суть этого метода заключается в том, что основные языковые навыки (говорение, слушание, чтение и письмо) развиваются одновременно в процессе реального общения. Основная задача метода - научить государственных служащих общаться на английском языке [1, с. 166]. Среди преимуществ этого метода наблюдаются следующие: развитие разговорной речи: учебная цель - научить человека легко и относительно правильно говорить и выражать собственные идеи на английском языке [1, с. 166].

Таким образом, можно сделать вывод об эффективности внедрения данного метода обучения иностранному языку, в частности английскому, в курсе дисциплины "Иностранный язык профессиональной направленности" для государственных служащих.

#### **Литература:**

1. Колісніченко Н. М., Яцун Є. М. Чотири основні методики викладання англійської мови в хронологічному порядку їх розвитку: застосування в системі підготовки з публічного управління // Публічне урядування : збірник. – № 2 (12) – лютий 2018. – Київ : ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2018. – С. 154-172.
2. Murphy Raymond. English Grammar in Use. - Cambridge University Press, 2010. - 380 p.
3. Thornbury S., Watkins P. The CELTA Course: Certificate in English Language Teaching to Adults Cambridge University Press, 2015. - 184 p.

**Одейчук І.Ю.**, здобувач вищої освіти першого рівня

Науковий керівник: **Ровенець Т. О.**,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Національний університет водного господарства

та природокористування м. Рівне

## **ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН З РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

На даний час реформування органів державної влади в українському суспільстві є досить складним й суперечливим завданням. Оскільки задля того, щоб оптимізувати цей процес, потрібно уважно вивчати й активно використовувати досвід європейських країн з удосконалення їх систем державного управління.

В будь-якій країні здійснення реформи державного управління це завжди складне завдання. Щоб запровадити системні зміни знадобиться декілька років.

Так, Словенія розпочала реформу державного управління як цілісний курс у 1996 році, коли уряд визначив наміри набути статус члена ЄС, що і відбулося в 2014 році. З того часу кожні два-три роки стратегію реформи переглядають, щоб розстатися та бути інноваційною країною. Державне управління представлене 15 міністерствами, 16 допоміжними державними службами, близько 50 автономними підрозділами у складі міністерств і 58 місцевими адміністративними підрозділами. Органи місцевого самоврядування не відносяться до цієї категорії, їхня структура вибудована в процесі децентралізації, що триває з 2006 року. Словенія – найбільш централізована країна серед держав ЄС. Все це вимагало внесення змін у конституцію для передачі частини питань з загальнодержавного на регіональний рівень [1].

У 1989 році після Оксамитової революції процес реформування розпочався у Чехії. Децентралізація фінансових потоків і відповідальності,

створення широкого спектру місцевих органів, стали ключовими питаннями, оскільки дали б можливість людям швидше та зручніше отримувати різні послуги. Реформа в даній країні здійснювалась за принципом: «Державні функції, як правило, повинні здійснюватися переважно тими органами влади, які найближчі до громадян. В процесі надання відповідальності іншому органу влади слід зважувати масштаби і характер завдання та вимоги до результативності й економії» [1].

Адміністративні реформи країн Центральної і Східної Європи у ході підготовки до членства в ЄС зосереджувалися на удосконаленні трьох базових взаємозалежних компонентів системи державного управління:

- 1) інституцій;
- 2) правил і процедур, що регулюють їх внутрішню роботу, та процесів і механізмів координації їхньої співпраці;
- 3) кадрового забезпечення (підготовку державних службовців із належним рівнем кваліфікації) [2].

Щодо просування реформ державного управління в Україні, то на сьогодні важливим кроком в даному напрямку є затвердження нової редакції Стратегії реформування державного управління України на період до 2021 року та плану заходів з її реалізації на 2019-2021 роки. Дані нормативні документи з урахуванням принципів державного управління визначають такі напрями реформування:

- 1) формування і координація державної політики (стратегічне планування державної політики, якість нормативно-правової бази та державної політики в цілому);
- 2) модернізація державної служби та управління людськими ресурсами;
- 3) забезпечення підзвітності органів державного управління (прозорість роботи, вільний доступ до публічної інформації, організація системи органів державного управління з чітким визначенням підзвітності, можливість судового перегляду рішень);

4) надання адміністративних послуг (стандарти надання та гарантії щодо адміністративних процедур, якість адміністративних послуг, електронне урядування);

5) управління державними фінансами (адміністрування податків, підготовка та виконання державного бюджету, система державних закупівель, внутрішній аудит, облік та звітність, зовнішній аудит) [3].

Отже, демократизація українського суспільства та розбудова сучасної системи державного управління в контексті Стратегії реформування державного управління України зумовлює необхідність впровадження нових цінностей та принципів публічного менеджменту в діяльність владних інститутів, вимагає підвищення результативності їх функціонування та якості послуг, що надаються населенню з врахуванням міжнародного досвіду. Вирішення цих завдань потребує значного поліпшення організації роботи органів державного управління та місцевого самоврядування, а також зумовлює зростання вимог до рівня професійної підготовки спеціалістів даного напрямку.

### **Література:**

1. Чим корисний Україні досвід державного управління в країнах ЄС? Високий замок. URL: <https://wz.lviv.ua/article/368754-chym-korysnyi-ukraini-dosvid-derzhavnoho-upravlinnia-v-krainakh-yes>

2. Заруба Л.Д. Реформування державного управління: світовий досвід та вітчизняна практика. 2018. 22 с. URL: <http://www.centre-kiev.kiev.ua/files/konkurs/present2-2018/ZARUBA.pdf>

3. Стратегія реформування державного управління України на 2016-2020 роки: розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 червня 2016 р. № 474-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/strategiya-reformuvannya-derzhavnoho-upravlinnya-na-2016-2020-roki>.

**Підгрушний В.А.**, здобувач вищої освіти другого рівня

Науковий керівник: **Ровенець Т.О.**,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Національний університет водного господарства та

природокористування, м. Рівне

## **ЕЛЕКТРОННІ ПОСЛУГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ**

Електронне врядування є частиною реформи державного управління, ключовим аспектом реформи децентралізації. Електронне врядування вирішує низку питань, зокрема налагодження взаємодії між усіма рівнями державної влади, органами місцевого самоврядування та громадянами; економить час і фінансові ресурси, мінімізує корупційні ризики.

Впровадження принципів електронного врядування у практику державних органів відбулося із часу схвалення урядом Концепції розвитку електронного урядування в Україні, якою визначено напрями, механізми та строки формування ефективної системи електронного врядування. Електронні послуги є чи не найважливішим напрямком у сфері електронного урядування. Станом на серпень 2018 року налічувалося близько 138 електронних публічних послуг [1], в тому числі такі як: реєстрація та припинення діяльності фізичної особи-підприємця, призначення допомоги при народженні дитини, призначення житлової субсидії, подання повідомлення про початок будівельних робіт та надання довідки про несудимість тощо.

30 січня 2019 року уряд, затвердивши План заходів щодо реалізації Концепції розвитку системи електронних послуг в Україні на 2019-2020 роки [2], передбачив впровадження ще близько 50-ти видів електронних послуг, які будуть стосуватися виробництва ліків, водовідведення, послуг будівництва, оформлення водійських посвідчень тощо. Уряд планує зосереджувати увагу не лише на створенні нових електронних сервісів, а й на

їх оптимізації шляхом впровадження системи «Трембіта», «Е-малятко», «E-Social», кожна з яких в собі міститиме декілька пов'язаних за характером адміністративних послуг.

За показниками цифровізації державних послуг, згідно з даними дослідження E-Government Development Index [3], Україна у 2018 році посіла 82 місце з індексом 0,6165 серед 193 країн світу. Незважаючи на велику кількість та різноманітність оцифрованих державних послуг, лише незначна їх частина розрахована на задоволення потреб вразливих верств населення. Сьогодні такими послугами є: видача пенсійного посвідчення; видача свідоцтва про загальнообов'язкове державне соціальне страхування; призначення допомоги при народженні дитини; призначення субсидій для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг тощо. Виникає нагальна потреба зробити електронні послуги більш доступними, зокрема, для вразливих верств населення.

Одним із ключових елементів інфраструктури надання якісних електронних послуг громадянам та бізнесу є системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів. Сьогодні така система активно впроваджується Державним агентством з питань електронного урядування України. Зокрема, у вересні 2018 році на основі естонської системи «X-Road» була розроблена вітчизняна система «Трембіта» – сучасне організаційно-технічне рішення, яке дозволяє будувати безпечні інформаційні міжвідомчі взаємодії державним органам та органам місцевого самоврядування через мережу Інтернет шляхом обміну електронними повідомленнями між їх інформаційними системами.

Електронні послуги є частиною сучасного цифрового суспільства, їх реалізація дозволяє налагодити ефективну комунікацію між владою та громадянами, що й свого часу відбулося в м. Дрогобич. Місцеве самоврядування одразу після зміни складу депутатів та міського голови стали на шлях відкритості, в рекордно короткий час підключивши близько 40 електронних послуг для громадян. Завдяки широкому впровадженню

електронних послуг та інших інструментів електронного врядування Дрогобич за результатами дослідження громадської організації Transparency International Ukraine у 2018 році отримав найбільшу кількість балів (85,2 зі 100 можливих) у рейтингу прозорості міст України [4]. У місті впровадили електронне декларування лікаря з пацієнтом, запустили електронну реєстрацію домашніх тварин та автоматично видають жетони на проїзд у громадському транспорті. На порталі Дрогобицької міської ради працює електронний сервіс «Відкрите місто», який дозволяє миттєво повідомити жителям міста про виявлену проблему чи несправність. Це сприяє формуванню перспективних планів щодо роботи комунальних та інших служб міста.

Очевидно, що переведення процедури надання адміністративних послуг в електронний формат сприяє підвищенню їх якості, оскільки мінімізує безпосередню участь у процесі державних службовців, а також витрати часу громадян та суб'єктів господарювання. Кількість електронних послуг щоразу зростає та регулюється запитами з боку громадянського суспільства. А, відтак, змушує органи місцевого самоврядування працювати відкрито, прозоро та ефективно.

#### **Література:**

1. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/services>.
2. Про схвалення Концепції розвитку системи електронних послуг в Україні: розпорядження КМУ від 16 листопада 2016 року № 918-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249570503>.
3. Дослідження United Nations E-Government Survey 2018. URL: [https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018\\_FINAL%20for%20web.pdf](https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_FINAL%20for%20web.pdf)
4. Рейтинг прозорості 100 найбільших міст України 2018. URL: <https://transparentcities.in.ua/wp-content/uploads/2019/03/Rejtynh-prozorosti-mist-Ukrajiny-2018.pdf>.

**Оксана Савастєєва**, кандидат  
економічних наук, доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування ОНУ імені І.І.Мечникова

## **ІНДЕКС СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

Сучасність все більш наполегливо вимагає від України забезпечення умов для покращення життя людей, зокрема найменш забезпечених верств населення, та сприяння соціальному прогресу. З метою цілісної оцінки рівня соціального розвитку країни незалежно від економічних чинників щорічно організацією Social Progress Imperative здійснюється дослідження індексу соціального розвитку країн світу та складається відповідний звіт. Цей індекс містить сукупність показників, що відображають стан соціального розвитку та навколишнього середовища, та ґрунтується на таких векторах, як базові людські потреби, людські можливості та добробут. Значення індексу соціального розвитку полягає в тому, що він забезпечує більш цілісне та точне уявлення щодо загального рівня розвитку світових країн та розглядається у сукупності із показником ВВП та іншими макроекономічними індикаторами.

Індекс соціального розвитку за 2018 рік охоплює дані 146 країн за 51 показником, що становить 98% усього населення світу. Індекс соціального розвитку також пропонує практичний спосіб відстеження досягнутого прогресу порівняно з цілями ООН у сфері сталого розвитку. Україна опинилася на 64 сходинці за рівнем соціального розвитку серед країн світу. За цим показником Україна посіла місце між Кубою (63) і Македонією (65) та залишається у групі країн із розвитком вище середнього. Незначне покращення показників України відбулося у категоріях «Основні потреби людини», «Основи благополуччя» та «Можливості». Рівень ВВП України на душу населення підвищився із \$7,457 у 2017 році до \$7,668 у 2018 році [1].



Слід зазначити, що Україна в умовах проведення децентралізаційних перетворень намагається створювати відповідні передумови для збільшення рівня соціального розвитку шляхом забезпечення громадян якісними соціальними послугами. Зазначене відбувається в тому числі шляхом реалізації трансфертної політики.

Основною метою трансфертної політики адже її основною метою є зближення рівнів фінансового забезпечення соціально – економічного розвитку регіонів [2].

Дієвим інструментом реалізації трансфертної політики та, відповідно, забезпечення визначеного рівня соціально – економічного розвитку є субвенції.

Чинне бюджетне законодавство передбачає наявність субвенцій різного роду, зокрема на здійснення програм соціального захисту, на компенсацію втрат доходів бюджетів місцевого самоврядування на виконання власних повноважень унаслідок надання визначених пільг, установлених державою, на виконання конкретних інвестиційних проектів або розвиток цілих регіонів та інші [3].

Водночас слід зазначити, що починаючи з 2015 року органи місцевого самоврядування отримали значно більше повноважень, завдяки чому мають можливість вирішувати низку питань соціально – економічного розвитку на рівні регіонів. Відповідно спостерігається зростання суми видатків місцевих бюджетів на соціальний захист і соціальне забезпечення, охорону здоров'я, освіти у Зведеному бюджеті України (рисунок 1).

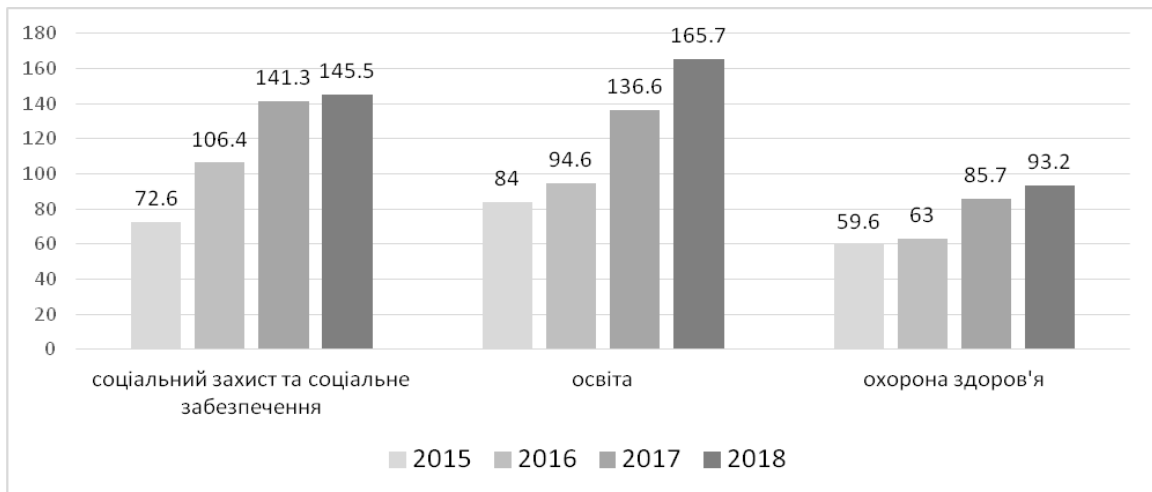


Рис. 1. Видатки місцевих бюджетів за 2015 – 2018 рр. (млрд.грн.)

Джерело: складено автором на основі [4].

Підсумовуючи викладене, необхідно зазначити наступне. Незважаючи на значні успіхи децентралізації, індекс соціального розвитку залишається на недостатньо високому рівні. З метою його підвищення необхідні подальші дії, спрямовані на збільшення соціальної справедливості розподілу і споживання суспільних благ, підвищення якості та розширення переліку соціальних послуг, залучення ресурсів суб'єктів господарської діяльності для розбудови соціальної інфраструктури тощо.

#### Література:

1. 2018 Social Progress Index. URL: <https://www.socialprogress.org/>. (дата звернення 18.05.2019).
2. Савастєєва О.М. Концептуальна модель трансфертної політики. Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». 2019. № 1. с.61-67
3. Савастєєва О.М. Проблематика системи міжбюджетного вирівнювання в сучасних умовах. Науково – виробничий журнал Бізнес – Навігатор. 2019. №1 (50). с.154-159
4. Державна казначейська служба України: офіційний ресурс. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richniy-zvit-pro-vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu-ukraini-za-2015-rik>. (дата звернення 18.05.2019).

Соколова Л.В., старший викладач кафедри менеджменту  
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», м. Херсон

## **СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЯКОСТІ В ТУРИЗМІ**

Необхідність активізації сфери туристичних послуг України потребує розробки та впровадження системи управління якістю, як обов'язкової складової стратегії розвитку туризму, як на рівні галузі так і на рівні окремого підприємства, що передбачає реалізацію комплексу заходів спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розроблення дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшення якості роботи туристичних підприємств.

За визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) «якість – це виконання за встановленою і прийнятною ціною будь-яких бажань і сподівань клієнта, які не суперечать законодавству, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг та гармонії людського і природного середовища». Фактично якість у туризмі є елементом якості життя під час тимчасового перебування туристів поза місцем постійного проживання, що залежить не тільки від рівня якості наданих послуг, а й потребує врахування людського та природного середовища.

Відповідно до концепції суті турпродукту Н.Є. Кудла [1] пропонує аналізувати якість у широкому та вузькому тлумаченні, а саме: якість туристичного продукту як комплексу послуг; якість поодинокі (окремої) послуги або однорідної асортиментної групи туристичних послуг.

На специфічні фактори туризму, які мають найбільший вплив на створення якісного туристичного продукту, вказує Л.В. Баумгартен [2], до них відносяться: дискретність (безперервність) виробництва туристичних послуг і цілісність їх споживання; можливість повторного виробництва

туристичних послуг на однаково високому рівні, або тривалість якості; сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи невідчутним, споживається одночасно з виробництвом.

Одним із засобів спеціального механізму впливу держави на суб'єкти підприємництва, що застосовується для вдосконалення організації туристичної діяльності в більшості країн світу, є процедура стандартизації.

Визначення мети, об'єктів, суб'єктів і їх функцій, принципів формування та реалізації державної політики стандартизації відбувається у відповідності до Закону України «Про стандартизацію», де в частині першій статті 1 визначено сутність «стандартизації», як діяльності по встановленню положень для загального та неодноразового використання; та «стандарту» – як нормативного документу, прийнятого вищим органом для встановлення правил, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів.

У відповідності до Закону України «Про туризм» одним із засобів реалізації державної політики в галузі туризму є стандартизація туристичних послуг, організовує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг центральний орган виконавчої влади у сфері туризму і курортів. Таким органом нині є Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України) в межах компетенції якого організація та виконання робіт із стандартизації та сертифікації туристичних послуг.

Враховуючи, що стандартизації підлягають практично всі види послуг, необхідно визначити її завдання в галузі туризму. На думку В.І. Охота [3] основними завданнями стандартизації в туристичній індустрії є: встановлення показників якості туристичних послуг відповідно до потреб споживачів; забезпечення уніфікації та взаємозамінності туристичних послуг; установлення вимог до естетичності та ергономічності послуг та умов обслуговування; забезпечення охорони туристичних ресурсів, навколишнього середовища та екологічності туристичної діяльності; установлення гранично допустимих навантажень на об'єкти культурної

спадщини та довкілля; збереження належної безпеки подорожуючих у туристичних дестинаціях.

В туризмі, як зазначають В.В. Папп, Н.В. Бошота [4], застосовуються три типи систем управління якістю, що мають концептуальні розходження: системи, що відповідають вимогам стандартам ISO серії 9000; загальнофірмові системи управління якістю (TQM – загальне управління якістю – Total Quality Management); системи, що відповідають критеріям національних або міжнародних (регіональних) премій, дипломів з якості.

Міжнародні стандарти ISO серії 9000 є основними директивними настановами в яких встановлені ідентичні норми, принципи, правила, та вимоги до аналогічної продукції чи послуги на міжнародному туристичному ринку. Total Quality Management спрямовується на планомірне досягнення стратегічної мети підприємства через безперервне загальне поліпшення якості. Присудження премії за якістю з видачею диплому вказує на більш високий у порівнянні із сертифікатом ISO серії 9000 рівень обслуговування клієнтів, кращу результативність системи управління якістю підприємства.

Таким чином, стандартизація, як засіб державного регулювання в туризмі, представляє собою діяльність центрального органу виконавчої влади у сфері туризму і курортів спрямовану на встановлення обов'язкових чи рекомендованих правил, принципів, вимог до підприємств галузі туризму щодо забезпечення належного рівня якості надання туристичної послуги. Розробляючи стандарти та контролюючи відповідність підприємств встановленим нормам, держава здійснює регулювання туристичної діяльності, гарантуючи якість та безпеку обслуговування туристів.

### **Література:**

1. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ : Знання, 2012. 343 с.
2. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Москва : Издательский центр «Академия», 2010. 304 с.

3. Охота В.І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 195-199.

4. Папп В.В., Бошота Н.В. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах. *Економіка і суспільство*. Мукачєво. 2018. Випуск 15. С. 437-443.

**Волошин Д.О.**, здобувач другого (магістерського) рівня,

**Остапенко А.С.**, к.т.н., доцент

Херсонський національний технічний університет

## **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Туризм є одним із пріоритетних напрямків розвитку національної економіки на законодавчому та концептуальному рівнях, це також впливає й на розвиток окремих регіонів, в том числі і Херсонської області, яка завдяки своєму географічному положенню та природно-ресурсному потенціалу характеризується активним розвитком туризму та рекреації.

Метою роботи є дослідження проблем та перспектив інвестиційного розвитку туристичної сфери Херсонської області як об'єктивної основи розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

В області активно розвивається водний туризм, сільський зелений, винний, екологічний, історико-культурний, гастрономічний, подієвий, фестивальний. Туристичні пропозиції задовольняють попит на атмосферні тури на будь-який смак для різних вікових категорій та пору року. Це і кайтінг, і яхтинг, байдарки, прогулянки на квадроциклах, рибалка, полювання, театр під відкритим небом, відвідування «долини тюльпанів», подорожування козацькими шляхами та інших туристичних атракцій [1].

Крім того, що Херсонська область входить у п'ятірку провідних регіонів України по кількості закладів тривалого перебування серед

санаторно-курортних і оздоровчих закладів [3]. Переваги області, в першу чергу, визначають її приморське та річкове розташування біля важливих транспортних та торгово-економічних шляхів, а також великі транзитні можливості та курортно-рекреаційний потенціал.

Але, зростання туристичних потоків не є головною стратегічною метою, в пріоритеті створювати високі стандарти та безпеку туризму на Херсонщині, підвищувати рівень обслуговування та якості надання туристичних послуг, адже це автоматично сприятиме збільшенню рівня туристичних відвідувань, відповідно, й зростанню надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності.

Розглядаючи туристичну сферу як фактор підвищення інвестиційної привабливості Херсонщини, було визначено, що на неї впливає низка факторів. Так, великою проблемою туристичного комплексу Херсонщини є мала тривалість туристичного сезону. Опитування представників влади та робітників туристичної сфери свідчить, реально на повну потужність туристичні заклади Херсонщини завантажені не більше 2 місяців на рік. Враховуючи реальну тривалість літа 3,5 місяці галузь працює менше ніж на 50% своєї потужності [2, с. 84].

Значною проблемою в туристичній діяльності краю є транспортне забезпечення: 2 державні морські торговельні порти, 2 річкових порти; державне підприємство залізничного транспорту, аеропорт «Херсон» міжнародного значення, 5002 км – дороги загального користування [3].

Для стимулювання подальшого сталого розвитку внутрішнього та в'їзного туризму розроблено проект окремої програми розвитку галузі туризму та курортів у Херсонській області за такими основними напрямками як: розвиток сучасної туристично-інформаційної інфраструктури та індустрії гостинності області, маркетингове просування туристичного продукту на українському та міжнародному туристичних ринках, підвищення рівня обслуговування та якості надання туристичних послуг [4, с. 412].

Отже, Херсонська область має цілий рід сприятливих для інвестування

умов: по-перше, це природо-кліматичні ресурси, по-друге, бізнес-клімат, по-третє, конкурентні ціни на виробничі площі та нерухомість, по-четверте, наявність аеропорту та розвинена транспортна інфраструктура, по-п'яте, наявність кваліфікованих кадрів і висока економічна активність населення, по-шосте, наявний значний потенціал для розвитку туристичної сфери.

Таким чином, Херсонська область має потужний потенціал для розвитку туристичної сфери, але для цього необхідно розширювати та укріплювати державно-приватне партнерство місцевої влади з провідними підприємствами області, що сприятиме покращенню туристичної інфраструктури, розбудові туристично-рекреаційних закладів, створенню курортів місцевого значення, а також забезпеченню безпеки туристів.

### **Література:**

1. Інвесторам про туристичний та рекреаційно-курортний потенціал Херсонщини. URL: <http://khoda.gov.ua/investoram-pro-turistichnij-ta-rekreacijno-kurortnij-potencial-xersonshhini> (дата звернення 15.05.2019).
2. Василевська Я.В. Туризм як один із факторів розвитку Херсонської області. Вісник Дніпропетровського національного університету. 2008. Т. 16. №3/2. С. 80-86.
3. Івченко Л.О. Колісніченко Г.С. Туристично-рекреаційний потенціал Херсонського регіону з точки зору інвестиційної привабливості. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6483&i=10> (дата звернення 15.05.2019).
4. Про проект програми розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019-2021 роки. URL: <http://khoda.gov.ua/image/catalog/files/862.pdf> (дата звернення 15.05.2019).
5. Стройко Т.В., Савченко К.В. Стратегічні аспекти розвитку інвестиційної привабливості Херсонщини як туристичного регіону. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 409-413.



**7. ДОСЯГНЕННЯ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ УПРАВЛІННЯ  
РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ: МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ,  
ІНФОРМАЦІЙНІ, РЕСУРСНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТА ПИТАННЯ  
КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА.**

**Аверчева Н.О.**, к. е. н., доцент

**Павленко Г.**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ  
У ВІВЧАРСТВІ**

Вівчарство є окремою галуззю тваринництва, яка в процесі економічних реформ втратила виробничий потенціал і є найбільш проблемною галуззю щодо нарощування обсягів виробництва і підвищення ефективності. Тому дослідження особливостей управління виробничими витратами у галузі надає можливість визначити резерви їх оптимізації і економії ресурсів, чим обумовлює актуальність обраної теми. Поставлені завдання спрямовані на визначення особливостей формування виробничих витрат у вівчарстві, калькулювання собівартості кожного виду продукції.

Питання ефективного розвитку вівчарства та формування витратного механізму виробництва продукції висвітлені у наукових публікаціях Мощенок Т.С., Жарук П.Г., Жарук Л.В., Вовченко Б.О., Гузь Н.С. [3-5]. Проте, деякі аспекти залишаються дискусійними і потребують законодавчо-нормативного обґрунтування.

Витрати у вівчарстві – це використані у процесі виробництва засоби і предмети праці, витрати на робочу силу, які здійснюються з метою виробництва готової продукції. Особливістю галузі вівчарства є те, що в процесі утримання овець формуються два основні види продукції - вовна і прирости овець, додаткова продукція – ягнята, смужки, побічна продукція - гній. Якщо вівчарство має молочний напрям продуктивності, то основними видами продукції є молоко і прирости овець, а додатковими - вовна і ягнята.

Основною метою економічного управління витратами є своєчасне, повне, вірогідне відображення фактичного розміру і складу витрат та контроль за використанням усіх видів виробничих ресурсів.

На думку Мощенок Т.С. до основних завдань управління витратами на сільськогосподарських підприємствах можна віднести: планування собівартості, облік витрат та визначення собівартості сільськогосподарської продукції, калькулювання собівартості одиниці продукції, визначення напрямів та реалізація заходів щодо зниження собівартості продукції [3, с. 11-18].

Основні завдання економічного управління виробничими витратами у вівчарстві, на нашу думку, можна систематизувати наступним чином (рис. 1).

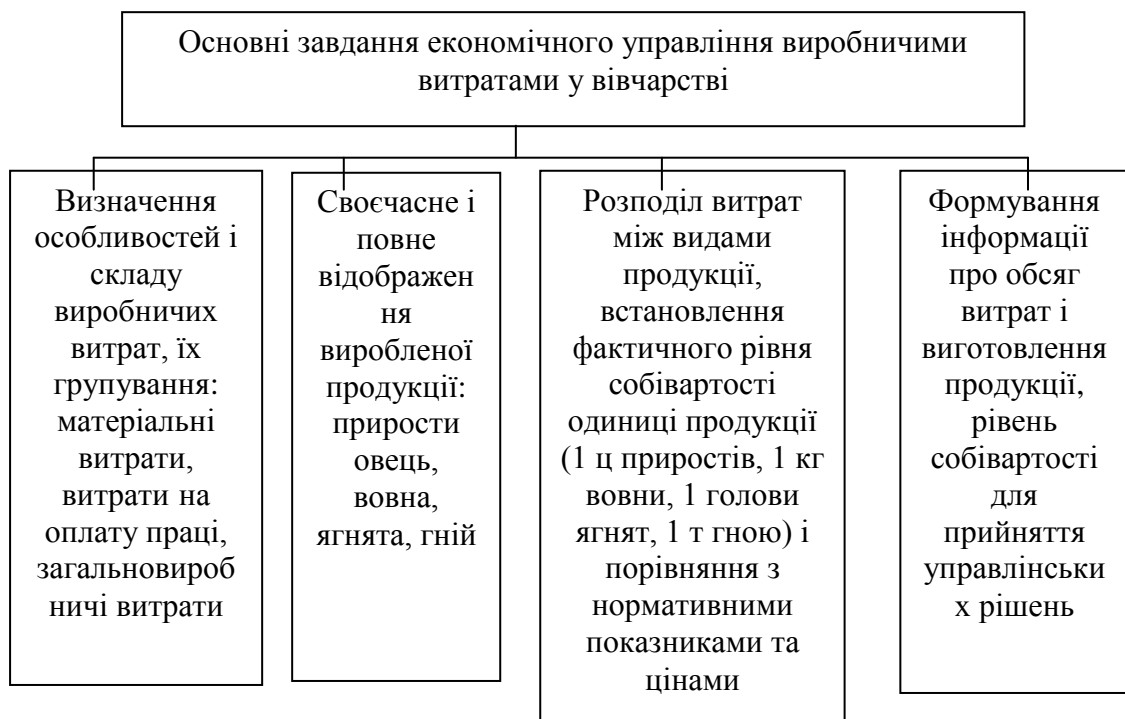


Рис. 1. Завдання економічного управління виробничими витратами у вівчарстві.

На собівартість приплоду ягнят відноситься в романівському вівчарстві 12 %, каракульському – 15 %, а в усіх інших напрямках – 10 % загальної суми на утримання овець основного стада. Витрати на утримання овець (без вартості побічної продукції та приплоду) розподіляються між приростом

живої маси (один центнер його береться за одиницю) і вовною (один центнер прирівнюється до 5). Витрати на утримання стригального пункту, стрижку, визначення класу та інші відносяться на собівартість вовни. Собівартість 1 ц живої маси молодняку і овець на відгодівлі розраховується діленням витрат, які віднесені на даний вид продукції на вагу приросту у живій масі [2].

На думку Жарук П.Г, Жарук Л.В., враховуючи розрахунки по співставленню собівартості і ціни на м'ясо сільськогосподарських тварин, існуючий розподіл витрат у вівчарстві втратив свою регулюючу економічну сутність і не відображає істинний стан речей. За умови використання існуючої методики відбувається штучне підвищення собівартості вовни і зниження собівартості приросту овець.

Запропоновано методику перерозподілу витрат на продукцію в межах: вовна – 20%, баранина – 70%, суміжну – 10%, використання якої дозволяє співставити собівартість різних видів м'яса сільськогосподарських тварин і адаптувати до цін реалізації, що склалися на ринку сільськогосподарської продукції. [4, с. 133-140].

При існуючій системі обліку витрат найбільш простим, зрозумілим і доступним способом визначення собівартості продукції вівчарства є показник рівня грошових витрат і матеріальних ресурсів на догляд і утримання однієї голови овець. Цей показник розраховується діленням всіх витрат на утримання стада по фермі на кількість поголів'я овець.

Вовченко Б.О., Гузь Н.С. пропонують враховувати те, що у структурі валової продукції вівчарства вовна займає 20 %, а прирости - 80 %, та запровадити наступний розподіл витрат на виробництво основних видів продукції вівчарства: вовна - 22 %, овчини - 22 %, прирости овець та продаж на племінні цілі - 55 %, молоко - 1 % [5, С. 32-35].

Отже, до основних завдань управління виробничими витратами галузі вівчарства належать:

- визначення складу виробничих витрат у вівчарстві за основними статтями калькуляції та видами продукції;

- планування виробничих витрат на основі технологічних вимог утримання овець та нормативів витрат матеріальних ресурсів і кормів;
- організація своєчасного і повного відображення виробничих витрат, їх облік, аналіз, економічне обґрунтування з метою прийняття управлінських рішень;
- встановлення фактичного рівня собівартості основної, додаткової і побічної продукції та порівняння з її з плановими показниками.

Прийнята практика отримання продукції вівчарства один раз на рік - (стрижка овець, реалізація їх на м'ясо у 8 місячному-річному віці) не сприяє контролю над рівнем виробничих витрат, які необхідно здійснювати протягом року. Тому підприємства, які утримують овець, повинні запровадити системи управлінського обліку, бюджетування операційної діяльності з метою удосконалення економічного управління галуззю.

У виробництво слід впровадити такі методи визначення собівартості продукції вівчарства, які:

- враховуватимуть особливості витратного механізму операційної діяльності в галузі, сезонність виробництва, інфляційні процеси в країні;
- сприятимуть справедливому розподілу витрат між видами продукції (вовна, баранина, ягнятина, смужки, овчини, молоко);
- надаватимуть можливість визначити показники прибутку, рентабельності та ефективності в цілому по галузі і за видами товарної продукції.

Оптимізація собівартості виробництва кожного виду вівчарської продукції є основним економічним важелем ефективного ведення галузі.

### **Література:**

1. Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств. Постанова КМУ від 23 квітня 1996 р. №452.URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/452-96-%D0%BF>. (дата звернення 05.05.2019 р.).

2. Про затвердження Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: наказ Міністерство аграрної політики України № 132 від 18.05.2001 р. URL: – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1021.122.1&nobreak=1> (дата звернення 05.05.2019 р.).

3. Морщенок Т.С. Особливості визначення собівартості основних видів сільськогосподарської продукції. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Випуск 2 (02). 2016. С. 11-18.

4. Жарук П.Г., Жарук Л. В Фактори формування ефективності галузі вівчарства. Науковий вісник «Асканія-Нова». 2015. Вип. 8. С. 133-140.

5. Вовченко Б.О., Гузь Н.С. Основи економіки вівчарства у фермерському господарстві. Таврійський науковий вісник. Вип. 78. Ч. 2. Т.2. Херсон: С. 32-35. URL: [http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/78-2-2\\_2012/8.pdf](http://www.tnv-agro.ksauniv.ks.ua/archives/78-2-2_2012/8.pdf) (дата звернення 02.05.2019 р.).

**Морозов Р.В.**, д.е.н., професор  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОЩУВАННЯ РИСУ В УКРАЇНІ**

Досягнення екологічної безпеки населення на основі здійснення широкого комплексу природоохоронних заходів належить до пріоритетних завдань. Нині особливу актуальність набуває проблема забезпечення всебічної екологізації агропромислового виробництва та забезпечення сталого еколого-економічного його функціонування.

Слід відмітити, що українська економічна наука має значний досвід

дослідження аспектів екологічних проблем агропромислового комплексу та його складових елементів. Вітчизняні науковці зазначають, що "...при формуванні та визначенні раціональної структури матеріальних потреб, ефективних засобів і методів найбільш повного задоволення цих потреб нині вже неможливо не брати до уваги інтереси екології. Тому необхідно йти по шляху інтеграції інтересів екології й економіки. Дві взаємозв'язані проблеми – що необхідно для суспільства і що можна взяти у природи – слід розглядати та вирішувати одночасно при розробленні оптимальних і екологічнобезпечних варіантів взаємодії природи, суспільства й агропромислового виробництва, управління агроприродокористуванням тощо. Ні в якому разі зазначені проблеми не повинні вирішуватися кожна окремо, а тим більше тільки одна – що необхідно та як його взяти з найменшими затратами" [3, с. 98].

Крім того, не можна не погодитися із О.В. Ковальновою в тому, що "поєднання виробничих, економічних та екологічних складових сільського господарства на практиці можливо в рамках концепції еколого-спрямованого сільськогосподарського виробництва, яке ми визначаємо як господарську діяльність, кінцева мета якої – отримання прибутку – досягається через задоволення попиту на ринку продовольства і сировини за одночасного зменшення тиску на довкілля сільської території та сприяння її сталому розвитку" [2, с. 300].

У контексті дослідження сучасних проблем розвитку галузі рисівництва у даний період надзвичайно важливе значення має вирішення екологічних проблем, в першу чергу через масштаби використання зрошувальної води, земельних та інших ресурсів. За нинішньої економічної ситуації вирішення екологічних проблем галузі рисівництва ускладнюють фактори організаційно-економічного характеру. Серед них можна назвати:

- недосконалість інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку галузі рисівництва, у тому числі й еколого-меліоративного моніторингу

ефективності галузі на різних рівнях управління;

- недосконалість правових нормативів, які б регулювали економічні аспекти виробничої діяльності та економічних санкцій за неекологічне виробництво;

- відсутність екологічно орієнтованого стратегічного управління розвитком галузі рисівництва в Україні.

Таким чином, усе це зумовлює необхідність формування і запровадження екологічно спрямованої системи стратегічного управління розвитком галузі рисівництва.

Враховуючи вищенаведене, можна визначити сутність екологізації галузі рисівництва. Екологізацію галузі рисівництва доцільно розглядати як управлінський процес послідовного впровадження системи організаційно-економічних та техніко-технологічних заходів, що забезпечать раціональне використання зрошувальної води, земельних та інших наявних ресурсів із врахуванням конкретних зональних умов, екологічну збалансованість та стабільність довкілля традиційної території рисосіяння.

За такого підходу одним із головних завдань екологізації галузі рисівництва є підвищення її екологічної ефективності, яке ґрунтується на збереженні і відтворенні природних ресурсів та вирощуванні екологічно чистої продукції. При цьому екологічна ефективність характеризується можливістю зменшення витрат на усунення наслідків антропогенного впливу і втручання в навколишнє середовище, створення умов для розширеного відтворення природних ресурсів.

Слід враховувати також і те, що нині екологічна складова у вирощуванні рису має пріоритетне значення (рис. 1).

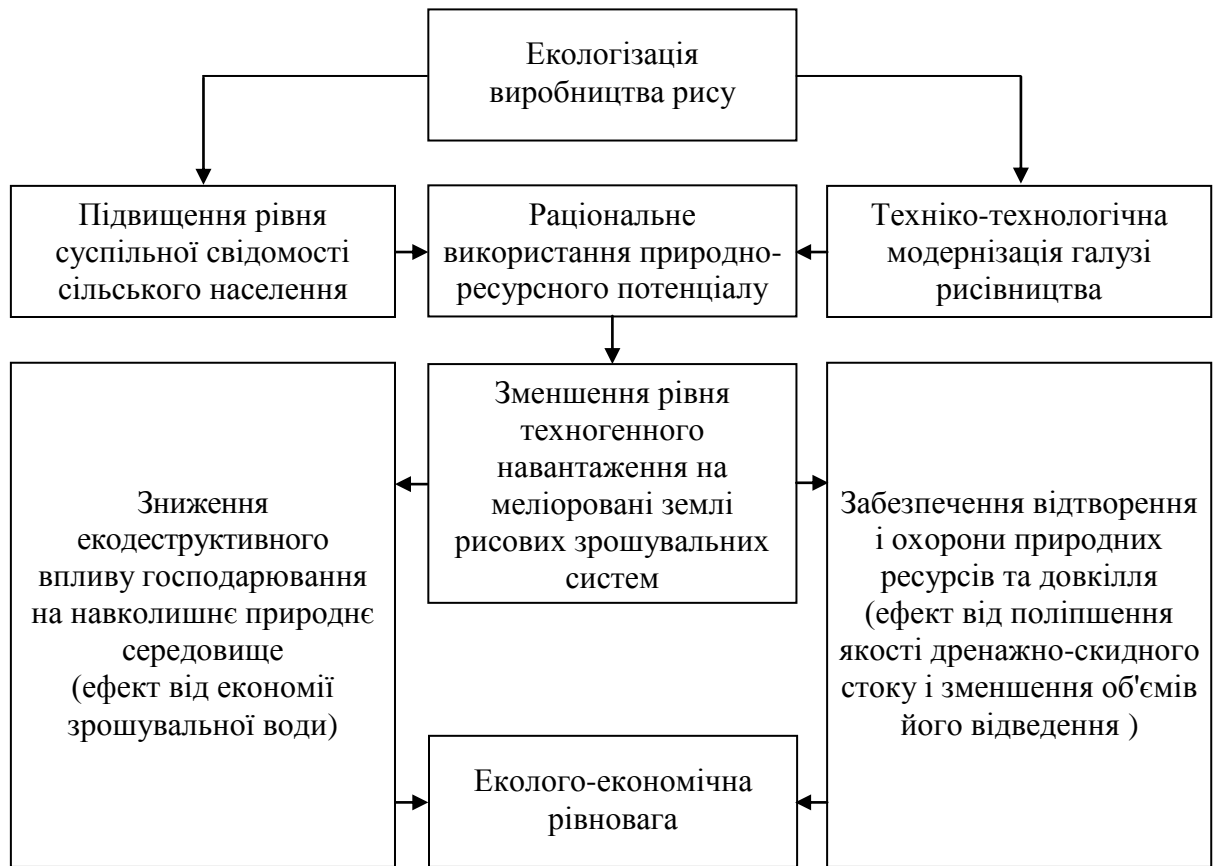


Рис. 1 Структурні складові екологізації виробництва рису

Щодо екологізації виробництва рису, поділяємо думку Л.М. Грановської, яка у монографії "Економіка природокористування в зоні рисосіяння України" зазначає, що "під екологізацією виробництва розуміється система заходів по запобіганню негативного впливу виробничих процесів на природне середовище. Вона реалізується шляхом розробки маловідходних технологій або технологічних ланцюгів, які дають на виході мінімум шкідливих викидів у навколишнє середовище..." [1, с. 25, 26].

Основними напрямками вирішення першочергових завдань по екологізації галузі рисівництва слід вважати:

- удосконалення й структурну перебудову матеріально-технічної бази рисівницьких господарств із заміною застарілих основних фондів з урахуванням екологічних чинників, вимог, критеріїв і стандартів;



- проведення реконструкції внутрішньогосподарської мережі рисових зрошувальних систем, окремих об'єктів інженерної інфраструктури, ремонтно-відновлювальних робіт та капітального планування чеків;

- раціоналізацію хімізації виробництва рису з метою істотного підвищення рівня її екологічної безпечності;

- більш широке впровадження зональних ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій вирощування високопродуктивних сортів рису, в тому числі і з обмеженим (мінімальним) використанням мінеральних добрив, пестицидів, гербіцидів;

- запровадження ефективного екологічного моніторингу й контролю за рівнями забруднення навколишнього природного середовища.

Таким чином, виходячи з концепції сталого розвитку сільського господарства і сільських територій, підвищення еколого-економічної ефективності виробництва рису, на нашу думку, має досягатися за рахунок: підвищення технічної (технологічної) ефективності; проведення техніко-технологічної модернізації галузі; раціонального використання природно-ресурсного потенціалу територій рисосіяння і екологізації виробництва рису.

### **Література:**

1. Грановська Л. М. Економіка природокористування в зоні рисосіяння України / Грановська Л. М. ; за ред. П. П. Руснака. – Київ-Херсон : Наддніпряночка, 2004. – 300 с.

2. Організація управління аграрною економікою : монографія / [М. Ф. Кропивко, В. П. Немчук, В. В. Россоха та ін.] ; за ред. М. Ф. Кропивка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 420 с.

3. Трегобчук В. М. Концептуальні основи сталого та екологічнобезпечного розвитку національного АПК / В. М. Трегобчук // Проблеми сталого розвитку України. – 1998. – С. 93–105.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н, доцент,

**Кривонос С.О.**, здобувач вищої освіти першого( бакалаврського) рівня  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ПОЗИЦІЙ ВЛАСНОГО БРЕНДУ НА РИНКУ АКСЕСУАРІВ РУЧНОЇ РОБОТИ**

Хенд мейд – це креативна і оригінальна робота, виконана своїми руками. Це метод самовираження і відмінна терапія від депресії і поганого настрою. Неповторність стилю цих незвичайних виробів ставить їх в один ряд з виробами відомих кутюр'є. Виконані за індивідуальним замовленням, вони виглядають «не як у всіх», вважаються більш модними, ніж ті, що можна зустріти де-небудь ще і коштують досить дорого. Кожна особистість хоче бути індивідуальністю, зберігати оригінальність і особливість в самовираженні. Виходячи з цього, популярність хенд мейду падати не буде. За результатами досліджень сьогоднішній попит в світі на вироби ручної роботи суттєво перевищує пропозицію. Практично усі інтернет-майданчики, що реалізують такі товари, відкриті для майстрів зі всього світу. І тому в Україні зараз величезні перспективи. Тому цю продукцію можна реалізовувати не тільки на території України, а й за кордоном за допомогою ведення власного сайту. Але для успішного просування продукції треба знати, чого хоче ринок handmade, постійно відстежувати тенденції, прораховувати величину комісії майданчиків і платіжних систем, специфіку роботи логістичних компаній, уточнювати всі тонкощі роботи. Також потрібно враховувати комісії платіжних систем, відсоток псування, втрати товару при доставці.

Останніми роками в українських містах проходить багато ярмарків і виставок, де можна придбати ексклюзивні іграшки, статуєтки або прикраси. Такі заклади популярні серед українців: люди втомилися від поганих новин,

вони хочуть свята і розваг. Виходить, попит на вироби ручної роботи високий навіть у кризу.

Стійке прагнення українців купувати хендмейд робить цей напрямок цікавим і перспективним для інвестицій. Тому створення власного бренду з виготовлення аксесуарів є актуальним. Назва власного бренду «SofiCrown», що дозволить сформувати персоніфікований образ виробів у свідомості покупця та збільшити ступінь лояльності до товару. Асортимент хендмейду, що пропонується клієнтам: кокошники, корони, діадеми, сережки, коміри, вінки та букети. В місті Херсоні на сьогодні наявна значна кількість фотографів та фотостудій, що потребують реквізитів для своїх образів. Тому цільовими клієнтами бренду «SofiCrown» вважаємо фотографів, моделей, наречених та фотостудії. Основними конкурентами на сьогодні є автори, що займаються таким же видом робіт та інтернет-магазини, що реалізують подібного роду вироби. За мету на сьогодні для бренду «SofiCrown» можна поставити збільшення різновидів товару і збільшення доходу. Для просування продукції в даний час використовується розміщення рекламних об'яв як безкоштовних, так і платних на сайтах ОЛХ, в Instagram(soficrown); здійснюється смс розсилка для фотографів і фотостудій про асортимент товару, що виготовляється; регулярно друкуються і роздаються візитки в ТЦ Фабриці в Мультиплексі і кафе. Перспективним для розвитку бізнесу вважаємо розробку власного сайту, для просування якого необхідно використовувати контекстну рекламу Google AdWords. Доцільним для популяризації бренду буде також розміщення оголошення з деталізованими якісними фотографіями виробів в херсонських журналах Veter і KHERSONsity, а також реклама виробів на іноземному сайті ETSY. Для приваблення покупців можна запропонувати стимулюючі заходи: знижки для постійних клієнтів; рекламну продукцію з власним логотипом: (календарики, ручки) та авторську упаковку.

Таким чином застосування маркетингових заходів забезпечить збільшення кількості клієнтів та зростання доходів за обраним напрямком бізнесу.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н., доцент,

**Вальтер Р.В.**, здобувач вищої освіти другого ( магістерського) рівня

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ ТОРГОВОЇ МАРКИ ПРОДУКЦІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБКИ**

Марочна продукція викликає більшу довіру у споживача, дозволяє вирізнити її з інших конкурентних позицій та сформувати лояльність покупця. Один з елементів підтримки її в торговельних мережах це ефективна система мерчандайзингу, яка може значно підвищити рівень продажу. Стратегія мерчандайзингу для продукції м'ясопереробки повинна містити план дій в наступних ключових областях: організація ефективного запасу товарів, ефективне розташування точок продажу в залі і викладення товарів, ефективне представлення просувних товарів.

На полицях, в першу чергу, необхідно представити ті асортиментні позиції, які покупці чекають знайти в даному магазині. Виробник в своїй стратегії мерчандайзингу напевно вкаже набір марок і упаковок, який він просуватиме в кожній торгівельній точці. Вочевидь, що цей набір може диференціюватися в різних торгівельних каналах. Наприклад, в супермаркетах покупець швидше чекає знайти дорогі сирокочені або сиров'ялені ковбаси або ширший спектр продукції м'ясопереробки, чим в дрібних магазинах. Марки і упаковки, які користуються найбільшою популярністю у покупців, необхідно завжди мати на полицях, отже, закупівлі у постачальників повинні здійснюватися пропорційно продажам. Більш того, товари повинні займати місце на полицях відповідно до рівня продажів. Це

необхідно для того, щоб уникнути ситуації відсутності товарів, що найбільш продаються.

Основні і додаткові точки продажу необхідно розташувати згідно руху потоку покупців в торговельному залі. Додаткова точка продажу дає покупцеві ще один шанс побачити і вибрати товар. Тому вона розташовується окремо від основної, і на ній дублюються товари, що самі продаються. Особливо ефективно додаткові точки продажу діють, розташовуючись по зовнішньому периметру торговельного залу (де проходить 80% покупців), а також біля кас. Продукція має бути викладена так, щоб пошук потрібного товару був максимально полегшений. Для цього на полицях необхідно створити видимі блоки по торговельній марці, упаковці і товарній групі. При цьому слід пам'ятати, що нижні полиці секцій в магазинах без самообслуговування не видно, а в супермаркетах на них доводиться лише 5% від продажів всієї точки продажу. Тому слід прагнути до вертикальних корпоративних блоків. Крім того, викладення також повинне організовувати запозичення популярності слабкими марками сильніших. Для цього сильні марки (види) починають і закінчують ряд на полиці. Таким чином, слабкі (менш знайомі споживачеві) товари, знаходяться в межах впливу, організованого сильними товарами, і запозичуватимуть у них додаткову увагу покупців. Слід дотримуватися правила, що товари з меншим терміном зберігання мають бути доступні покупцеві в першу чергу. Ротація продукції обов'язкова. Вочевидь, що лише після виконання двох перших умов ефективного мерчандайзингу (запас і розташування) можна приступати до завершального етапу – представлення товару. Покупці більш охоче вибирають товари, ціна на яких позначена і добре видна, тому магазин повинен піклуватися про правильне розміщення цінників. Аби не вводити покупців в оману цінники повинні розташовуватися точно під тим товаром, ціну на який вони вказують. Часто виробники самі надають магазину фірмові цінники, а також піклуються про надання додаткових цінників. Необхідно дуже уважно стежити за

правильним розміщенням рекламних матеріалів. Існує декілька загальних правил, якими користуються практично всі компанії, коли встановлюють стандарти розміщення своїх рекламних матеріалів: повинні знаходитися безпосередньо біля точки продажу вказаного товару або по ходу до неї; мають бути добре видні покупцеві; мають бути актуальними (матеріали конкретної рекламної кампанії встановлюються на початку проведення кампанії і вилучаються після її закінчення). Необхідно пам'ятати, що мета розміщення рекламних матеріалів – нагадати покупцеві про те, що в даному магазині він може придбати даний товар. Коли один і той же рекламний матеріал довгий час знаходиться біля точки продажу, покупці перестають звертати на нього увагу, тому виробники піклуються про постійне оновлення рекламних матеріалів. Ще один дуже важливий момент, про який повинен піклуватися мерчандайзер - утримання в чистоті торгівельної точки і самої продукції. Від цього залежить не лише рівень продажів даного товару в конкретному магазині, але і імідж компанії в цілому. Зазначена послідовність дій з просування марочного товару в точці продажу (запас, розташування, вистава) логічна. Дійсно, додаткового прибутку не отримати, якщо розмістити багато реклами в магазині, але при цьому товар важко знайти на полицях або його взагалі немає у продажу. Добитися успіху, використовуючи мерчандайзинг, можна лише при кооперації зусиль виробника, дистриб'ютора і роздрібного продавця, направлених на поліпшення обслуговування споживача. Наприклад, деякий виробник досяг значних успіхів у виробництві і просуванні товарів під певною маркою. Цей виробник постійно удосконалює асортимент, а також піклується про створення позитивного іміджу і стимулювання марочної переваги серед потенційних споживачів. Він робить свій внесок в задоволення споживачів. Дистриб'ютори цього виробника удосконалюють свою організацію для того, щоб забезпечити постійну присутність товарів в роздрібній мережі при мінімальних витратах. Це їх внесок. Роздрібному продавцеві вигідно продавати продукти цієї марки, і він прагне використовувати інструменти

мерчандайзингу для стимулювання незапланованих покупок, а також для нагадування покупцям, що вони можуть придбати вже відому ним марку саме в його магазині. Таким чином, головне правило ефективного мерчандайзингу при підтримці товарної марки: він має бути результатом спільних зусиль виробника, дистриб'ютора і продавця. План по проведенню мерчандайзингу може бути здійснений лише в тому випадку, якщо він враховує інтереси всіх трьох учасників, і, при цьому, ставить основною задачею потреби покупця.

**Боліла С.Ю.**, к.с-г.н., доцент,

**Прищепа А.В.**, здобувач вищої освіти другого ( магістерського) рівня  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЛОДООВОЧЕВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ**

Овочівництво – складна і трудомістка галузь АПК, повноцінний розвиток якої стримується низкою причин, які можна згрупувати за двома основними напрямками, такими як формування пропозиції (виробництво) та управління процесами задоволення попиту (маркетингова діяльність).

До проблем формування пропозиції належать: низький рівень агротехнологій під час вирощування овочевих культур унаслідок недостатнього ресурсного та технологічного забезпечення, зокрема, використання технологій, які адаптовані для окремих сортів і гібридів, точного висіву, касетної розсади, внесення мікродоз регуляторів росту та пестицидів. Актуальною залишається також проблема енергозбереження та ефективності, особливо з огляду на те, що порівняно з розвиненими країнами світу відзначається низький рівень продуктивності праці (не більше 10%).

До проблем управління процесами задоволення попиту належать: відсутність необхідних потужностей для доробки і зберігання, низький розвиток агрологістики та відсутність професійного брендингу. В Україні до цього часу не створено крупнооптової торгівлі через організовані продовольчі ринки, де гарантується збут продукції на економічно вигідних умовах. Внаслідок цього ланцюг «виробник – оптовик – роздрібний продавець – споживач» залишається перевантаженим великою кількістю суб'єктів господарювання. Для постачання багатьох видів овочевих культур на експорт потрібні серйозні інвестиції в інфраструктуру. З поглибленням ринкових процесів індивідуальний виробник овочевих культур фактично не здатний конкурувати з аграрними формуваннями, його продукція фактично «випадає» з активного економічного обігу, бо до цього часу не створено систему оптової торгівлі овочами через організовані оптові продовольчі ринки. У результаті діє система стихійного продажу овочів, а зв'язок між виробником, оптовиком та роздрібним покупцем не має системного характеру. Особливість української ментальності породжує тягу до персонального продажу (сусідам, знайомим), що є надзвичайно розповсюдженим та ефективним в Україні.

Кінцевою метою маркетингу є одержання максимального прибутку за рахунок розширення обсягів продажу виробленої продукції і послуг у результаті проведення цілеспрямованої збутової політики. Основними інструментами цієї політики будуть: аналіз структури і розмірів попиту на продукцію чи послуги в групах споживачів; розробка і організація використання асортиментних програм виробництва з урахуванням попиту покупців; здійснення заходів з підвищення якості споживчих властивостей товару; забезпечення якнайшвидшого просування товару до покупців з використанням найбільш ефективних і зручних форм торгівельної діяльності; проведення рекламних заходів, що сприяють збільшенню попиту.

Досить часто виробники не слухають маркетологів і не хочуть вкладати додаткові кошти у пакування. Як саме європейські бренди та маркетологи



працюють на свою впізнаваність споживачами, і як збільшують продажі? Приміром, перед святами вони разом із супермаркетами, випускають спеціальні святкові каталоги із рецептами. Взявши його безкоштовно, покупець може йти по магазину і збирати на різних полицях інгредієнти до цих страв (вони заздалегідь помічені штрих-кодами чи спеціальними стікерами). Потім покупці роблять, для прикладу, овочеве соте і думають, що вони шеф-кухарі та включаються у процес. А насправді це маркетолог і був цим «шеф-кухарем», який приготував вас для вас цю ідею. І ще один важливий момент – це гарна викладка і презентація товару. Люди «їдять» очима, а особливо це стосується овочів і фруктів. Ніхто не буде купувати брудний товар, який потрібно шукати десь на дальніх полицях, і нахилитися до нього. Тому наш ринок теж, рано чи пізно, прийде до того, щоб пакувати і мити усі овочі.

В сучасному світі глобалізація економіки змушує аграрних товаровиробників здійснювати активний пошук масштабних ринкових сегментів і в цьому відношенні широкий асортимент овочевої продукції та виробів з неї гарантує зайняття певної ніші ринку та постійні грошові надходження. Овочі, як складова бренду, мають великі перспективи з позицій нарощування вартості останнього, тим самим посилюючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Правильний підхід – це заздалегідь визначити продукт, визначити місце, де його можна продавати, хто його буде купувати, за якою ціною, чому. Написати чіткі відповіді і провести рекламну кампанію. Такою маркетинговою підтримкою можливо забезпечити продажі наперед. Виробникові буде значно простіше працювати, він буде думати не про продажі, а про майбутнє компанії та її розвиток. Потрібно розділити сфери – виробник має думати над виробництвом, а маркетологи та менеджери з продажів над збутом продукції.

В умовах цивілізованого ринку необхідно розвивати всі напрямки переробки плодоовочевої продукції (консервування, замороження, сушіння),

що забезпечить раціональне її використання, різноманітність асортименту і споживання в необхідній кількості протягом цілого року.

Конкуренція та інші принципи функціонування ринкових відносин зумовлюють необхідність розширення та істотного поліпшення роботи кожної складової частини системи маркетингу плодоовочевої продукції на основі впровадження науки і передового досвіду.

Таким чином, враховуючи досвід зарубіжних країн з розвинутою економікою, можна передбачити, що роль маркетингу буде зростати. Це пов'язано з процесами формування розподілу праці та зміцнення міжгалузевих зв'язків АПК і в окремих підкомплексах.

**Теплюк М. А.**, к.е.н, старший викладач  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогоднішній день, для забезпечення стабільного функціонування економіки необхідною умовою є вектор інноваційної спрямованості суб'єктів господарювання. Відповідно для прогресивного функціонування бізнесу необхідним є використання динамічних можливостей та новітніх технік і технологій у своїй господарській діяльності, з врахуванням творчих підходів до ідентифікації способів задоволення потреб споживачів, вдосконалення та оновлення характеристик продукції, що зумовлює посилення ринкової позиції.

Потрібно зазначити, що «індустріальна революція 4.0» набирає економічної популярності. Мова йде про комплексні кіберфізичні системи, в яких *IT- системи* поєднані в одну мережу, що дозволяє їм на всіх стадіях виробничого процесу взаємодіяти та налаштовуватись. Планується, що людина повністю буде виключена саме з виробничого процесу, система сама

буде приймати технічні рішення ґрунтуючись на показниках апаратури. Разом з тим, ефективне функціонування бізнесу в умовах діджиталізації економіки вимагає ґрунтовних змін в організації підприємницької діяльності. В сучасному бізнесі успішними стають лише ті підприємства, які можуть генерувати інновації, ідентифікувати стратегічні ресурси та формувати компетентності.

Останні розглядаються важливим джерелом конкурентної переваги в діяльності глобально діючих підприємств, а в ряді галузей – ще й безальтернативною умовою виживання. Водночас, інформаційна революція змінила середовище функціонування сучасних підприємств, створивши першочергово принципово нові умови для активізації їх інноваційного розвитку. Безперечно, інтелектуальні ресурси значною мірою зумовлені характером і специфікою сформованих бізнес-моделей, а також можливостями використання релевантних організаційних форм інноваційної діяльності та адекватних систем і способів її інвестиційного забезпечення.

В умовах глобалізаційних процесів пріоритетним завданням для інноваційного розвитку бізнесу є вектор діджиталізації. Тобто, ефективне функціонування суб'єктів ринкових відносин можливе, за рахунок, ідентифікації альтернативних конкурентних стратегій розвитку, з врахуванням *digital-трендів*, де ключовим моментом є швидка реалізація *digital-технологій* у господарську діяльність суб'єктів господарювання. Тобто, можна стверджувати, що цифрова революція є потужним драйвером розвитку інноваційного бізнесу. Разом з тим, на думку *Андерссона ван дер Хейдена* [1], при *digital-трансформації* на підприємстві варто зосередити увагу на ключових аспектах розвитку бізнес-середовища.

В умовах насиченості ринку та поширення наслідків четвертої промислової революції відбувається переосмислення поведінки лідерів і персоналу підприємств з позицій збереження їх конкурентоспроможності. Про що свідчить щорічний *Форум EFQM*, який відбувся у Мілані в серпні 2016 р. [2]. Основним лейтмотивом виступів лідерів найуспішніших

європейських організацій є: операційна досконалість, тобто якісне виконання процесів, стабільне виробництво; ошадливе виробництво є загальновідомим трендом, але є недостатньою умовою для успіху на глобальному ринку; недостатньо тільки виконувати вимоги зацікавлених сторін, необхідно викликати їх захоплення; залучати персонал до вдосконалення та бути для нього джерелом щастя і гордості; займатись корпоративною соціальною відповідальністю та активно вибудовувати майбутнє для подальшого розвитку; будувати гнучкі системи управління та визнати неминучість непередбачених змін і формувати системи, стійкі до опору.

Відомо, що держави, які пропагували у підприємницьких колах найсучасніший промисловий та управлінський досвід, перемогли у світовій конкурентній боротьбі. В цих державах органами влади надзвичайно висока увага приділялася узагальненню найкращих підходів і практик в аспекті організації та управління підприємствами. Водночас в нашій країні не робиться акцент на продукції, регламентах і стандартах і не досліджують проблематику ділової досконалості підприємств, від якої в кінцевому рахунку залежить ефективність вітчизняної економіки [3]. Разом з тим, ряд схвалив концепцію розвитку цифрової економіки до 2020 року, яка передбачає перехід від сировинного типу економіки до високотехнологічного виробництва за допомогою *IT- технологій та комунікацій*. Планується за допомогою проектів державно-приватного партнерства за кілька років досягти покриття широкосмугового *Інтернету* понад 80%. Концепція визначає пріоритетні завдання на найближчі три роки, зокрема: розвиток цифрової інфраструктури - широкосмуговий Інтернет повинен бути по всій території України;

діджиталізація освітніх процесів і стимулювання цифрових перетворень в системі освіти, медицини, екології, безготівковій економіки, інфраструктури, транспорті, громадської безпеки та інше.

Задля збереження своєї незалежності Україна має лише один вибір: стати сильною, вдосконалювати свою ділову культуру, сконцентрувавшись

на досконалості, як свого часу це зробили Японія, Німеччина та ряд інших розвинутих країн, де ключовим постулатом є вислів: «Чим досконаліше підприємство, тим комфортніше йому у державі», який має стати єдиним для всіх суб'єктів українського ділового світу.

### **Література:**

1. Andriushchenko K., Rudyk V., Riabchenko O., Kachynska M., Marynenko N., Shergina L., Kovtun V., Tepliuk M., Zhemba A., Kuchai O. Processes of managing information infrastructure of a digital enterprise in the framework of the «Industry 4.0» concept // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. Vol. 1/3 (97). 2019. Pp.60-72. [https://doi.org/ 10.15587/1729-4061.2019.157765](https://doi.org/10.15587/1729-4061.2019.157765)
2. Shvidanenko G.O. Tepliuk M. A., Budiaiev M.A. Developing an innovative model of resource efficiency for industry. // *Periodyk naukowy Akademii Polonijnej, Częstochowa, Akademia Polonijna w Częstochowie*, 25(6), s.140 – pp. 19-127

**8. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА  
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ РЕАЛЬНОГО  
СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ:  
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ Й НАВЧАННЯ, НОВІТНІ  
СВІТОВІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ.**

**Степаненко Н.В.**, к.с-г.н, доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ У ВИСШІЙ ШКОЛІ**

Сучасний соціально-економічний розвиток суспільства вимагає використовувати нові інноваційні методи та технології навчання студентів у вищих навчальних закладів, які дозволять майбутнім фахівцям бути більш конкурентоспроможними на ринку праці.

На думку, Бистрова Ю.В., поняттям «інноваційні методики викладання» є полікомпонентним, оскільки об'єднує всі ті нові й ефективні способи освітнього процесу (здобуття, передачі й продукування знань), які, власне, сприяють інтенсифікації та модернізації навчання, розвивають творчий підхід і особистісний потенціал здобувачів вищої освіти. [1]

Сьогодні інновації в галузі освіти поділяють на:

- психолого-педагогічні – нововведення в навчальний, виховний, управлінський процес;
- науково-виробничі – комп'ютерні та мультимедійні технології;
- соціально-економічні – правові, юридичні та економічні нововведення.

В свою чергу інноваційні технології у вищому навчальному закладі характеризують, як технології, засновані на нововведеннях: організаційних (пов'язаних із оптимізацією умов освітньої діяльності), методичних (спрямованих на оновлення змісту освіти та підвищення її якості); які дозволяють:

студентам: ефективно використовувати навчально-методичну літературу та матеріали; засвоювати професійні знання; розвивати проблемно-пошукове мислення; формувати професійне мрікування; активувати науково-дослідницьку роботу; розширювати можливості самоконтролю отриманих знань;

викладачам: оперативно обновлювати навчально-методичну літературу; впроваджувати модульні технології навчання; використовувати імітаційні технології навчання; розширювати можливості контролю знань студентів;

у цілому: удосконалювати якість наявних технологій підготовки спеціалістів. [2]

Сьогодні найбільш популярними інноваційними методами навчання, які дозволяють використовувати нові технології викладання є: контекстне навчання, імітаційне навчання, проблемне навчання, модульне повне засвоєння знань, дистанційне навчання.

Розглянемо вище наведені методи більш детально.

1. Контекстне навчання. Ґрунтується на інтеграції різних видів діяльності студентів: навчальної, наукової, практичної.

2. Імітаційне навчання. Його основою є імітаційно-ігрове моделювання в умовах навчання процесів, що відбуваються в реальній системі.

3. Проблемне навчання. Здійснюється на основі ініціювання самостійного пошуку студентом знань через проблематизацію (викладачем) навчального матеріалу.

4. Модульне навчання. Становить різновид програмованого навчання, сутність якого полягає в тому, що зміст навчального матеріалу жорстко структурується з метою його максимально повного засвоєння, супроводжуючись обов'язковими блоками вправ і контролю за кожним фрагментом.

5. Повне засвоєння знань. Розробляється на основі ідей Дж. Керролла і Б.С. Блума - про необхідність зробити фіксованими результати навчання,

оптимально змінюючи при цьому параметри умов навчання залежно від здібностей учнів.

6. Дистанційне навчання. Різновид (досить самостійний) заочного навчання, з опертям на використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій і засобів. [3]

У табл.1 представлено порівняльну характеристику інноваційних методів навчання.

**Таблиця 1**

**Порівняльна характеристика інноваційних методів навчання [3]**

Інноваційні моделі навчання	Ключові особливості	Характеристика традиційної моделі, що розвивається
Контекстне навчання	Інтеграція різних видів діяльності студентів: навчальної, наукової, практичної. Створення умов, максимально наближених до реальних	Збільшення частки практичної роботи студента (з акцентом на прикладну)
Імітаційне навчання	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Збільшення частки активних методів навчання (імітації й імітаційні ігри)
Проблемне навчання	Ініціювання самостійного пошуку (студентом) знань через проблематизацію (викладачем) навчального матеріалу	Зміна характеру навчального завдання і навчальної праці (з репродуктивного на продуктивний, творчий)
Модульне навчання	Зміст навчального матеріалу жорстко структурується з метою його максимально повного засвоєння, супроводжуючись обов'язковими блоками вправ і контролю за кожним фрагментом	Специфічна організація навчального матеріалу в найбільш стислому і зрозумілому для студента вигляді
Повне засвоєння знань	Розроблення варіантів досягнення навчальних результатів (на основі зміни параметрів умов навчання) для учнів з різними здібностями	Увага на фіксації результатів навчання
Дистанційне навчання	Широкий доступ до освітніх ресурсів, гранично опосередкована роль викладача та самостійна й автономна роль студента	Використання новітніх інформаційно-комунікаційних засобів і технологій



Аналіз характеристик інноваційних методів навчання показав, що вище наведені методи можуть бути ефективно використані у навчальному процесі кожний окремо, але на нашу думку більш ефективний результат можливо отримати від комплексного та системного використання деяких методів, наприклад, модульне навчання можна поєднати з проблемним навчанням.

Отже, враховуючи сучасне активне використання інноваційних методів навчання, інноваційний шлях розвитку та використання інноваційних технологій викладання у вітчизняних вищих навчальних закладах є запорукою їх конкурентоспроможності серед великої кількості, як вітчизняних вищих навчальних закладах так й закордонних.

### **Література:**

1. Бистрова Ю.В. Інноваційні методи навчання у вищій школі України. /Право та інноваційне суспільство. 2015. №1 (4). С. 27-33.
2. Берестова А. Інноваційні технології та методи навчання у професійній освіті [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nadoest.com/innovacijni-tehnologiyi-ta-metodi-navchannya-u-profesijnij-osv>
3. Шестопалюк О.В. Інноваційні моделі навчання в діяльності вищих навчальних закладів. /Теорія і практика управління соціальними системами. 2013. №3. С. 118-124.

**Захарчук І.О., Ніколайчук Н.Л.**

студентки магістратури за спеціальністю Менеджмент

Науковий керівник: **Захаркевич Н.П.**, к.е.н., доцент

Хмельницького університету управління та права ім. Юзькова

## **ПРОЦЕС МОТИВАЦІЇ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ОСНОВА КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Вся система управління організацією будується на прагненні до досягнення поставлених цілей, а для цього потрібна злагоджена робота, співпраця керівних органів і рядових співробітників, які досягаються за рахунок ефективної мотивації персоналу.

Мотивація являє собою внутрішнє спонукання до дії, викликане особистою зацікавленістю індивіда в його скоєнні. Тобто для вчинення будь-якої дії індивідом, йому необхідна мотивація або стимулювання [1].

Поєднання колективного та індивідуального підходів до мотивації персоналу, на основі врахування особливостей його окремих категорій, кваліфікації, потенціалу розвитку, з одного боку, і стратегій розвитку підприємства (фірми), з іншого, дозволяє підібрати ефективні форми та інструменти мотивації і більш точно сфокусувати їх дію на досягнення загальної мети.

Існує велика кількість мотиваційних тенденцій, з яких і складається поняття мотивації, але на жаль, чіткого і загальноновизнаного визначення поняття мотивації не існує.

Як показав огляд визначень, «мотивації» відзначена особлива роль процесу. В рамках простої моделі процесу мотивуції виділяють три елементи: потреби, цілеспрямовану поведінку і задоволення потреб.

Процес мотивації складається з шести послідовних етапів, першим з яких є виникнення потреби. Людина (індивід, співробітник) відчуває, що йому чогось не вистачає і приймає рішення почати якісь дії [1]. Потреби

можуть виникати найрізноманітніші: фізіологічні, психологічні, соціальні і т. п.

Другим етапом є пошук шляхів задоволення існуючої потреби. Для забезпечення потреби можна зробити якісь дії, а можна просто не звертати уваги і не вживати ніяких дій для її задоволення. У другому випадку процес мотивації припиняється на даному етапі.

Третім етапом є визначення основних напрямків дій. На даному етапі індивід визначає, що саме йому потрібно зробити для задоволення своєї потреби. Тоді представляється певний алгоритм конкретних дій, вирішення яких необхідно для досягнення потреби.

Четвертий етап полягає в безпосередньому здійсненні дій, визначених на попередньому етапі. Індивід витрачає певні зусилля для забезпечення задоволення своєї потреби. Може відбуватися коригування, оскільки сам процес роботи впливає на мотивацію.

П'ятим етапом є отримання винагороди за реалізацію дії. Виконавши необхідні дії, індивід отримує те, заради чого він ці дії здійснював. На даному етапі виявляється, наскільки виконання дій забезпечило бажаний результат.

На шостому, заключному етапі, відбувається ліквідація потреби. Індивід в даному випадку або припиняє діяльність до виникнення нової потреби, або продовжує шукати можливості здійснювати дії по усуненню потреби.

Дана схема наочно доводить факт того, що співробітники будь-якої організації повинні бути в обов'язковому порядку мотивовані на досягнення певних цілей. Без розробленої системи мотивації персоналу організація не зможе досягати поставлених цілей і завдань.

Визначимо основні цілі мотивації. Цілі мотивації персоналу залежать від того, хто їх ставить перед собою - організація або співробітник. Якщо виходити з цілей організації, то для неї основною метою мотивації є створення комплексу умов, що спонукають співробітників організації до дій,

спрямованих на досягнення мети з максимальним ефектом. Якщо виходити з цілей співробітників, то для них основною метою мотивації є забезпечення особистих потреб. Тобто, кожна сторона в системі мотивації персоналу зацікавлена в досягненні своїх особистих цілей і завдань.

Одним із завдань системи мотивації персоналу є формування у кожного співробітника організації розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці. Дане завдання полягає в тому, що кожен співробітник організації повинен розуміти, що для отримання будь-яких додаткових благ йому необхідно виконати певні завдання, поставлені перед ним керівництвом.

Іншим завданням мотивації персоналу організації є навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутрішньо-організаційному спілкуванню. Довгий час вважалося, що єдиним стимулом для спонукання персоналу до дії є матеріальна винагорода. Однак психологічні взаємини співробітників в колективі роблять значний вплив на ефективність управлінської праці. Тому створення сприятливої атмосфери в колективі є одним із завдань мотивації.

Якщо говорити про механізм мотивації, то він працює наступним чином: поява і усвідомлення своїх потреб і переваг; сприйняття імпульсів, що йдуть від них; аналіз ситуації з урахуванням очікувань, домагань, стимулів (останні можуть при цьому відхилятися або прийматися); актуалізація мотивів.

Зразковим варіантом мотиваційного механізму є першочергове виникнення внутрішніх мотивів (бажань), а потім виникнення спонукання у вигляді зовнішніх позитивних стимулів.

Таким чином, ефективне управління та висока віддача від підлеглих неможливі без цілеспрямованого і вмілого впливу на мотивацію працівників за допомогою якісної системи стимулювання праці.

### **Література:**

1. Як мотивувати персонал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ckp.in.ua/business/20163>.

**Дашевська Л.М.,** викладач  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **EDUCATIONAL MANAGEMENT**

The origin of the development of educational management as a field of study began in the United States in the early part of the twentieth century. Development in the United Kingdom came as late as the 1960's. Educational management, as the name implies, operates in educational organizations or institutions.

There is no single accepted definition of educational management as its development observed in several disciplines or fields like business, industry, political science, economics, administration and law. So while defining the meaning of the term educational management can be said that, Educational management is a complex human enterprise in which different resources are brought together and made available to achieve and to accomplish the desire and expected goals or objectives.

It is being mainly a human endeavor should be properly planned without emphasizing the rigid application of mechanical and physical principles. It is fundamentally a social organization where inter human relationships must play a major role. For success of educational management, there must be adequate freedom and flexibility on the one hand and necessary discipline and decorum on the other hand in the educational institution.

Thus, management of education or educational management implies the practical measures for ensuring the system to work for achieving the goals or objectives of an educational institution.

There is no single accepted definition of educational management as its development has drawn heavily on several disciplines like economics, sociology and political science.

Educational management is a comprehensive effort intended to achieve some specific educational objectives. It deals with the educational practices, whereas educational philosophy sets the goals, educational psychology explains the principles, educational administration tells how to achieve educational objectives and principles. It is the dynamic side of education.

It deals with educational institutions – right from the schools and colleges to the secretariat. It is concerned with both human and material resources which are essential.

### **Types of Educational Management:**

#### **1. Human Resources:**

Human Resources of an educational institution comprise the entire staff, both the teaching and non-teaching – teachers, clerks, researchers and other elements such as students, parents, members of the community, members of the managing or governing body and departmental officials. Management of human resources is of vital importance at present and calls for selection, recruitment, appointment, hire, retention, development and motivation of the personnel to achieve the educational objectives.

The individuals involved in the process should be provided with adequate facilities for reaching the highest levels of achievement and for improving the professional growth to the maximum. So an educational institution or organization in order to be effective and efficient has to ensure that there are right types of people with the right skills, in the right place and at the right time for carrying out the various jobs and services.

For these human resource needs are to be identified. Proper selection and recruitment are to be made, demands and supply of services be properly matched and suitable forecasting be made about the future requirements. There are problems of working conditions, promotion prospects, appointment and transfer,

motivation and security, career development and so on which have to be handled with sympathy, understanding, fellow feeling and co-operation on the one hand and proper sense of commitment and accountability and involvement on the other hand.

## **2. Physical and Material Resources:**

For every organization or institution, basic infrastructure in concrete terms is essential. Buildings, playgrounds, equipment's, furniture's, machineries and stationeries are required for various practical purposes. Libraries, laboratories, auditorium and so on are a part of an educational institution for organizing different curricular and co-curricular programmes.

The modern age of science and technology has made it possible to equip the educational institution with various media and materials, electronic gadgets including radio, television computers, projectors of many kinds and traditional aids like illustrations, models, charts, maps etc. at reasonable prices.

Like human resources, there must be proper identification of physical resource needs, installation, maintenance and the most important thing is their proper utilization. But the material resources must be of right type with right specifications to be available in the right place and at the right time so that the educational goals can be realized without difficulty, duplication and wastage. It is also necessary that physical resources should have adequate flexibility, adoptability and stability for meeting the future needs and conditions.

## **3. Ideational Resources:**

The resources which are mostly based on ideas and ideals, heritage, image are the curriculum, methods of teaching, innovations and experiments. Like the individual, every organization has its own personality with integrity, its own culture and its own values which are unique and influential for the smooth functioning and effective management of the institutions for creating motivation and self- pride among individuals.

All these create feelings, belongingness, involvement and self-satisfaction among the personnel for working and implementing the programmes in

educational institutions. At last it can be said educational management will be meaningful if there will be a great deal of co-ordination and inter relation among these three resources. The cause is that all these three resources are interdependent and immensely contribute to holistic development of every educational institution as a whole.

**Макухіна С. В.**, викладач  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО СЕКТОРУ**

На сучасному етапі головним пріоритетом є розширення міжнародних зв'язків України у різних галузях господарства, виникає нагальна потреба у професійно спрямованому спілкуванні фахівців-економістів із зарубіжними колегами в ситуаціях економічної діяльності. Перед Україною відкриваються можливості інтеграції її культури, політики, економіки, технології в світовий простір. Тому значення іноземної мови дуже велике, оскільки вона як засіб спілкування між народами є важливим інструментом інтеграції нашої батьківщини до світової цивілізації; засобом відкриття і пізнання світом України. Усе це спонукає підвищенню вимог до знань іноземної мови, набутих у школі, до використання їх у процесі навчання та досягнення стандартного рівня знань, адекватного прийнятому в світі.

Відомо, що процес формування культури професійного мовлення складається з таких основних компонентів: засвоєння професійної лексики і термінології; прищеплення студентам навичок роботи зі словниками, довідниками; формування вмінь сприймання, відтворення і створення фахових текстів; моделювання мовленнєвих ситуацій, які виникатимуть у майбутній професійній діяльності; уникнення типових порушень літературної мови в мовленнєвих стереотипах фахової галузі. Згідно умов інтенсивного розвитку науково-технічного прогресу, який постійно насичує



професійне мовлення новими поняттями й термінами, основним критерієм визначення рівня культури професійного мовлення є ступінь оволодіння професійною термінологією і лексикою. Тому передумовою успішного засвоєння й подальшого активного використання базової наукової та професійної лексики майбутніх фахівців економічного спрямування слугує раціональне поєднання комунікативного підходу та професійного контексту.

Навчання професійно-орієнтованого спілкування іноземною мовою студентів немовних спеціальностей засобами ділової гри дозволяє активізувати навчальний процес, наблизити його до умов професійної діяльності майбутніх фахівців, сформуванню комунікативну компетенцію та стимулювати мовленнєво-розумову активність студентів. У межах мовної компетенції студенти отримують знання з граматики й фонетики англійської мови, поповнюють лексичний запас як загального, так і професійного спрямування, у межах комунікативної – повинні навчитися проводити англійською мовою ділові зустрічі, презентації, переговори, телефонні розмови. Зміст навчального матеріалу економічних факультетів орієнтований на конкретні задачі й ситуації, тому під час вивчення ділової англійської мови велику увагу приділено розвитку комунікативної компетенції за допомогою різноманітних рольових вправ та ситуацій, пов'язаних із фахом. Через це комунікативний підхід є основним при викладанні англійської мови студентам економічних спеціальностей. Він передбачає навчання мови як вмінню й засобу спілкування в комунікативних контекстах із використанням автентичних матеріалів, при цьому ситуації з реального життя переносяться в аудиторію.

Не менш важливою проблемою навчання іноземної мови майбутніх економістів є розвиток навичок читання фахових джерел іноземною мовою, професійно-орієнтованих автентичних текстів, економічних джерел іноземною мовою для навчальної, науково-дослідної та майбутньої професійної діяльності з метою формування фахової компетентності майбутніх економістів.

Найбільш складним видом мовленнєвої діяльності, до якої залучаються всі мовленнєві аналізатори студентів у процесі вивчення іноземної мови професійного спрямування, є письмо. Професійне володіння іноземною мовою майбутніми економістами передбачає знання принципів оформлення ділового листа й електронного повідомлення, написання анотацій й особливостей реферування; уміння занотовувати, писати ділові листи різного призначення, а також складати різного роду документи (автобіографії, резюме, анкети тощо).

Учені вважають, що навчання іноземної мови студентів економічного профілю шляхом навчальних проектів та ігрових форм навчання є одними з найефективніших і, моделюючи реальні професійні ситуації, дозволяють поєднати навчально пізнавальну діяльність із професійним середовищем. Гра є важливою формою життєдіяльності, а не віковою ознакою та охоплює всі періоди життя людини як визнає сучасна психологія, за О. Савченко, і з грою людина не розлучається все життя, змінюються лише її мотиви, форми проведення, ступінь вияву почуттів та емоцій. До того ж, на думку Н. Бібік, використання дидактичних ігор і ситуацій успіху в навчальному процесі є домінуючими методами реалізації змісту освіти, які, у свою чергу, вважаємо мають застосовуватися протягом усього процесу навчання іноземної мови у вищій школі, хоча й потребують оновлення шляхом використання мультимедійних засобів навчання.

### **Література:**

1. Бібік Н. М. Проблема профільного навчання в педагогічній теорії і практиці / Надія Михайлівна Бібік // Педагогічна і психологічна науки в Україні : зб. наук. пр. до 15-річчя АПН України : в 5 т. – Т. 2 : Дидактика, методика, інформаційні технології. – К. : Пед. думка, 2007. – С. 95–106.

2. Давиденко Ю. Є. Використання мультимедійних технологій та інтернет-ресурсів у навчанні іноземних мов / Ю. Є. Давиденко // Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень та дидактичні особливості викладання

іноземних мов професійного спілкування у вищій школі : матеріали міжн. наук.-практ. конф. 31 травня – 1 червня 2007. – Львів, 2007. – С. 67–72.

3. Карпова О. О. Читання іноземних економічних статей он-лайн як засіб організації НДР студентів-економістів / Олена Олегівна Карпова // Наука і освіта. – 2012. – №8. – С. 68–70.

**Тарас Вайда**, кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри спеціальної фізичної  
та вогневої підготовки Херсонського факультету  
Одеського державного університету внутрішніх справ

**ДЕЯКІ УМОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОГО  
МЕНЕДЖМЕНТУ В ГАЛУЗІ ПРАВООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:  
ВРАХУВАННЯ ВІКОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДОРΟΣЛОЇ ЛЮДИНИ  
ТА ДОТРИМАННЯ ПРИНЦИПІВ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ  
СЛУХАЧІВ КУРСІВ ПЕРВИННОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ  
ПОЛІЦЕЙСЬКИХ**

*Актуальність проблеми.* Національна поліція України (далі – поліція, НПУ) – це підрозділи центрального органу виконавчої влади, який служить суспільству шляхом забезпечення охорони прав і свобод людини, протидії злочинності, підтримання публічної безпеки і порядку. Відомчі вимоги щодо підготовки працівників НПУ передбачені нормами Закону України «Про Національну поліцію» [1]. Зокрема, стаття 49 «Вимоги до кандидатів на службу в поліції» вищезазначеного нормативного документу передбачає, що:

- 1) на службу в поліції можуть бути прийняті громадяни України віком від 18 років, які мають повну загальну середню освіту, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, які володіють українською мовою;
- 2) вимоги щодо рівня фізичної підготовки для поліцейських та кандидатів, які вступають на службу в поліції, затверджує Міністерство внутрішніх справ України (далі – МВС України);
- 3) незалежно

від професійних та особистих якостей, рівня фізичної підготовки та стану здоров'я на службу в поліції не можуть бути прийняті особи у випадках, визначених частиною другою статті 61 цього Закону, а також особи які: а) відмовляються від взяття на себе зобов'язань дотримуватися обмежень та/або від складання Присяги поліцейського, визначених законом; б) особи, які звільнені або мали бути звільнені з посад на підставі Закону України «Про очищення влади» [2].

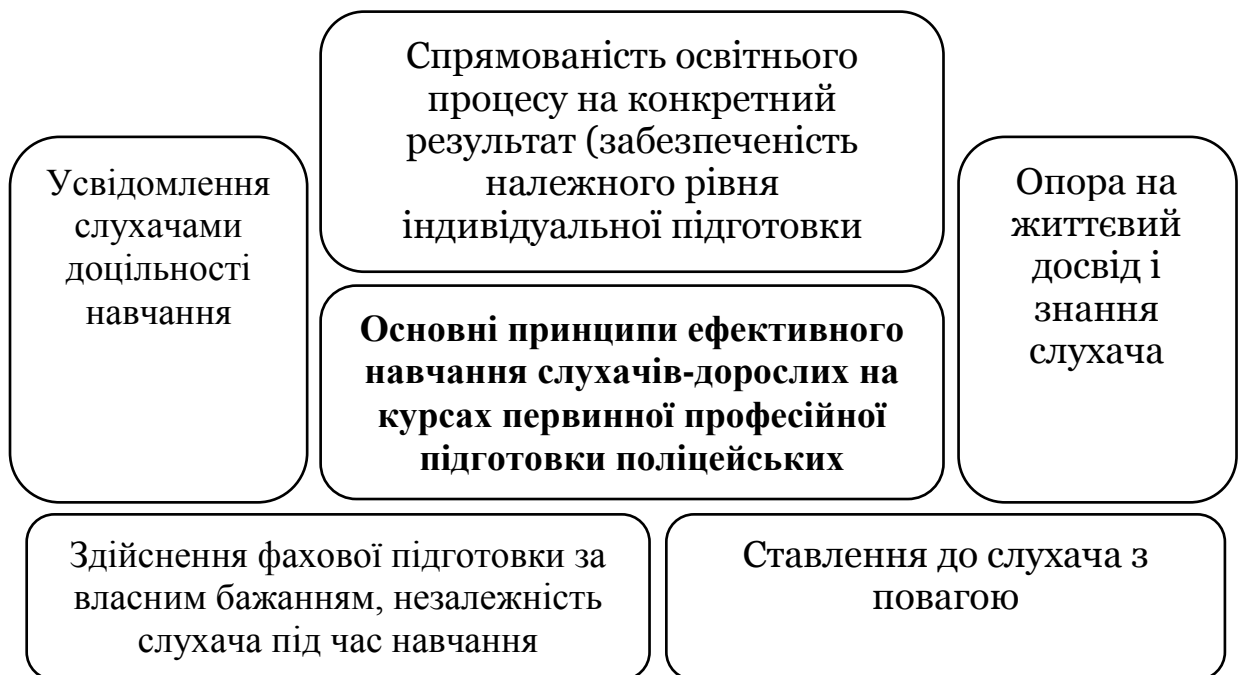
*Під кадровим менеджментом нами розуміється комплексний, цілеспрямований вплив на групи слухачів курсів первинної професійної підготовки (далі – КППП) та окремих працівників поліції, котрі забезпечують оптимальні умови для творчої, ініціативної праці (навчання) для досягнення цілей відомчого навчального закладу. Метою кадрового менеджменту в системі освітніх закладів НПУ є формування у слухачів умінь працювати з людьми, правильно їх відбирати та оцінювати для забезпечення ефективної подальшої фахової діяльності у практичних підрозділах поліції, домагатися їх заінтересованості у підвищенні свого кваліфікаційного рівня [3, с. 47-56].*

З метою покращення кадрового менеджменту правоохоронної сфери важливо приділяти увагу професійній підготовці майбутніх фахівців-поліцейських вже на першому етапі – при відборі цивільної молоді кадровими комісіями та адаптації її до служби в підрозділах НПУ під час навчання на КППП. При цьому значне місце впродовж всього початкового періоду повинно забезпечуватись дотримання таких умов: 1) правильне усвідомлення викладачем (інструктором) своєї ролі та місця в освітньому процесі ПППП поліцейських; 2) важливість належного розуміння фахівцями-викладачами вікових особливостей слухачів (дорослих людей), 3) врахування їх мотиваційної сфери у частині ставлення до навчання і очікування від нього конкретних результатів (належного професійного зростання з врахуванням відомчих вимог); 4) створення сприятливих умов щодо навчання одночасно із зростанням вимог як для дорослої людини (відповідального правоохоронця

за результати подальшої індивідуальної служби з забезпечення публічної безпеки у суспільстві) [4].

Можна виділити деякі найбільш важливі принципи навчання дорослої людини – слухача КППП (див. рис. 1). Охарактеризуємо специфіку реалізації цих принципів в освітньому процесі майбутніх працівників органів та підрозділів НПУ [там само].

**1. Здійснення своєї фахової підготовки на основі власного бажання, незалежність слухача під час навчання** – дорослі (на прикладі кандидатів на службу в НПУ) віддають перевагу умовам навчання, в яких вони відчують себе незалежними та діють за власним бажанням. Під час первинної професійної підготовки дорослі люди дуже цілеспрямовані, тож вони найкраще сприймають навчальний матеріал, коли відчують



відповідальність за своє навчання і приймають активну участь у освітньому процесі. На свідомому і підсвідомому рівні дорослі слухачі хочуть контролювати те, що вони вчать і самостійно вирішувати, як правильно застосовувати ці знання.

**Рис. 1** Основні принципи ефективного навчання слухачів-дорослих на курсах первинної професійної підготовки поліцейських

Завдання науково-педагогічних (педагогічних) працівників КППП –

заохочувати активність слухачів під час освітнього процесу і практичних тренувань. Найкраще дорослі сприймають дидактичних програмний матеріал, коли вони беруть активну участь у теоретичних заняттях і на практичних заняттях. І навпаки, вони скоріше забудуть матеріал, котрий вони отримали під час лекції чи семінарів, ніж той, який вони засвоїли на власному досвіді. Тому, слід використовувати такі форми навчання, котрі б були максимально зосереджені на фахових інтересах слухачів, на вирішенні окремих завдань правоохоронної діяльності, на відпрацюванні навичок та практичних вправ, за допомогою яких дорослі слухачі (майбутні працівники підрозділів НПУ) зможуть застосовувати свої знання на практиці.

Організація та проведення занять зі слухачами КППП передбачає особливий підхід – на відміну від занять з курсантами закладів вищої освіти МВС України викладач з дорослою аудиторією скоріше за все має бути наставником, аніж викладачем (інструктором). Іншими словами, завдання викладача – стимулювання слухачів до навчання, а не управління ними. Викладач повинен провести учасників через освітній процес – замість того, щоб самому відповідати на питання, доцільно підвести слухачів до правильної відповіді за допомогою вже наявних в них фахових знань та одночасно пояснення того, чого вони не знають. Викладач як наставник повинен заохотити слухачів взяти на себе відповідальність за освітній процес за допомогою педагогічних прийомів та вправ, де учасники-поліцейські діють за власним бажанням, а отже – діють незалежно.

**2. Спрямованість ППП на конкретний результат (забезпечення належного рівня індивідуальної підготовки поліцейського).** Під час навчання викладачі та слухачі КППП орієнтуються на кінцевий результат – готовність до несення служби в практичних підрозділах НПУ. Тому суб'єкти освітнього процесу засвоюють матеріал краще, адже розуміють чого від них очікують і коли ці очікування реальні.

З цієї метою викладачам курсів важливо чітко визначати навчальні цілі: коли ясно та реалістично конкретизовано цілі на початку практичного

заняття (тренінгу), то слухачі знають, що від них очікується під час його проведення та розуміють загальну мету тренінгу. Ефективність процесу навчання залежить від того, наскільки слухачі ним задоволені, особливо наскільки вони задоволені своїм прогресом в засвоєнні професійних знань.

Значне місце має оцінювання викладачем досягнутих навчальних цілей: коли слухачі знають цілі освітнього процесу, то вони повинні розуміти, яким чином будуть оцінювати їх пізнавальну діяльність та активність на занятті). Іншими словами, слухачі хочуть знати, як саме вони дізнаються про те, що вони вже досягнули своїх цілей. Наприкінці кожного заняття викладач повинен перевіряти, чи досягли правоохоронці поставлених цілей – тобто якщо слухачі зможуть відтворити нові фахові знання чи продемонструвати необхідні навички.

**3. Усвідомлення слухачами доцільності навчання.** Дорослі (слухачі КППП) повинні орієнтуватися на практичну значущість освітнього процесу – тобто вони мають розуміти, що вивчений матеріал їм буде потрібен у правоохоронній діяльності і вони зможуть застосувати його на практиці. Дорослі учасник освітнього процесу сприймають належним чином тренування тоді, коли розуміють навіщо це їм буде потрібно.

Завдання викладача курсів – пояснити практичну корисність фахових знань: при навчанні чи тренуванні дорослих важливо пояснити їм можливість подальшого застосування знань чи навичок у правоохоронній сфері. Іншими словами, навчання має приносити якусь користь майбутній практичній роботі слухача у практичних підрозділах НПУ або в будь-якій іншій сфері його життя.

З цією метою викладач має показати, що знання можуть бути використані на практиці, крім того дорослі слухачі КППП й так надають перевагу тренуванням, які включають реальні проблеми та ситуації, з якими вони стикаються чи будуть стикатися в оперативно-службовій діяльності, або які відображують реалії повсякденного життя, про які слухачі хотіли б знати більше. Це означає, що всі теоретичні питання (терміни, вимоги норм

законодавства) повинні відноситися до чогось знайомого для слухачів. Щоб задовольнити цю потребу, слухачам можна надати вибір проектів (моделювання ситуацій службової діяльності поліцейського), які відображають їх інтереси та/або розробити тренінг з урахуванням побажань слухачів,

**4. Опора на життєвий досвід і знання слухача.** Дорослі слухачі КППП володіють життєвим досвідом та індивідуальними повсякденними знаннями, які можуть включати пов'язану з майбутньою правоохоронною сферою діяльність, домашні обов'язки (вміння) та попередню освіту. Дорослі слухачі сприймають нову інформацію, базуючись на власному минулому досвіді, тож викладачам потрібно пов'язувати новизну фахового навчання з вже існуючими у них знаннями/досвідом.

Тому для викладачів різних навчальних дисциплін важливо вже на початковому періоді навчання оцінити наявний рівень знань слухачів і сприяти його підвищенню впродовж навчання на курсах: слухачі – це люди з почуттям власного «я», що намагаються пов'язати нові знання з попереднім досвідом, як особистим, так і професійним. Минулий досвід слухача – це основа для нових знань в новій галузі правоохоронної діяльності. Коли викладач вчить слухачів, дуже важливо оцінити вже наявні у них знання та досвід щоб переконатися, що нове навчання пов'язується або ґрунтується на минулому досвіді. Тому на початку кожного заняття викладач повинен з'ясувати рівень наявних знань та досвіду слухачів.

Враховуючи вікові особливості дорослої людини, доцільно викладачеві дозволяти ділитися знаннями і своїм фаховим досвідом під час дискусій: коли викладач допомагає і вчить слухачів, то варто використовувати їх як допомогу. Доцільно під час заняття зробити так, щоб слухачі ділилися своїм досвідом, успіхами в роботі, професійними «байками» і таким чином навчалися один у одного. Це покаже їх розуміння речей, володіння вже існуючими знаннями та наявний досвід, а також підтвердить, що слухачі КППП є знаючими та вмілими суб'єктами освітнього процесу.



**5. Ставлення до слухача з повагою.** Викладачам курсів потрібно до слухачів ставитися як до особистісно сформованих дорослих та самостійних людей. Краще за все слухачі навчаються у дружній обстановці, де панує довіра та взаємоповага.

Викладам при проведенні занять потрібно спілкуватися зі слухачами, а не звертатися до них офіційно. Всі учасники освітнього процесу, включаючи викладача (інструктора), повинні ділитися своїми думками та вчитися один у одного. Педагог повинен допомагати слухачам у навчальному процесі засвоювати нові для них знання, а не просто володіти знаннями.

Викладач постійно має наголошувати на важливості самоповаги: самоповага – це важливий елемент освітнього процесу. Треба поважати різні вміння та знання учасників. Наприклад, викладач може встановити основні правила, щоб слухачі курсів могли ставити будь-які питання, дурних питань не буває. Так само як і діти, дорослі не хочуть, щоб під час занять над ними знущались або сміялися. У слухачів можуть виникнути погані асоціації з класною кімнатою загальноосвітньої школи, тому важливо створити обстановку поваги, де всі готові спілкуватися та ділитися один з одним знаннями та набутим життєвим досвідом.

Зворотній зв'язок та критика мають бути конструктивними: викладачеві варто переконатися в тому, що його оцінка є дієвою – хвалити слухача за те, що йому вдалося і обговорювати з ним, як можна покращити слабкі місця щодо компетенції правоохоронця. При цьому слід разом із слухачами домовитися в тому, що помилки – невід'ємна частина освітнього процесу.

Створивши сприятливе освітнє середовище, викладач та **слухачі переконуються в тому, що вони відчуватимуть себе** комфортно у належних умовах навчання, в них учасники освітнього процесу можуть бути собою без страху та осуду. Необхідність в комфорті поширюється також і на фізичні умови (санітарно-гігієнічні параметри мікроклімату – температурні, вологість, чисті та прибрані спортивні зали, стрілецький тир, тренувальний

полігон, наявність вентиляції повітря тощо). Періодичні перерви у відповідності з розкладом занять допоможуть слухачам залишатися уважними та зацікавленими впродовж тривалого часу.

**Висновки.** Враховуючи складність процесу адаптації представників цивільного населення до вимог правоохоронної діяльності важливо, на нашу думку, з метою удосконалення кадрового менеджменту в галузі правоохоронної діяльності враховувати наступні вікові особливості та такі принципи організації освітнього процесу зі слухачами КППП: 1) незалежність слухача під час навчання та здійснення фахової підготовки за власним бажанням; 2) спрямованість освітнього процесу на конкретний результат (забезпеченість належного рівня індивідуальної підготовки поліцейського); 3) усвідомлення слухачами доцільності свого навчання; 4) ставлення керівника центру (КППП) та викладачів до слухача з повагою; 5) опора на життєвий досвід і знання слухача.

### Література:

1. Про Національну поліцію: Закон України від 02 липня 2015 року № 580-VIII. Дата оновлення: 01.01.2019. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/580-19/conv/page1-4>. (дата звернення: 05.05.2019).

2. Про очищення влади : Закон України від 16 вересня 2014 року № 1682-VII. Дата оновлення: 31.08.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-18> (дата звернення: 06.05.2019).

3. Вайда Т.С. Сучасні парадигми стратегічного та корпоративного менеджменту знань у відомчих вищих навчальних закладів МВС України. Проблеми сучасного менеджменту: співвідношення теорії та практики : Збірник наукових праць I-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції (19 грудня 2014 року, м. Херсон). Вип. 1. Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. С. 47-56.

4. Методичні рекомендації з підвищення кваліфікації науково-

педагогічних (педагогічних) працівників закладів вищої освіти МВС України, які залучаються до проведення занять з тактичної та спеціальної фізичної підготовки поліцейських. Харків: ХНУВС, 2018. 80 с.

**Федорова Т.В.**, к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЗВИТОК ФРІЛАНСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Розвиток інформаційного суспільства змінює не тільки процес, але й форми організації праці. Інформатизація трудових процесів формує передумови для існування і розвитку віртуального ринку праці. Загалом ринок праці є системою економічних механізмів, норм та інститутів, які забезпечують відтворення робочої сили та її використання. Він є певним економічним простором, тобто сферою працевлаштування, в якій взаємодіють покупці і продавці робочої сили. Проводячи моніторинг становлення та розвитку фрілансу в світі, ми звернули увагу на значні модифікаційні зміни у процесі надання фрілансерами послуг та виконання робіт, формі переходу від праці індивідуальних виконавців до створення спеціалізованих компаній з постійним розширенням та оновленням напрямів діяльності. Розвиток інноваційних технологій, постійно вдосконалюване та оптимізоване програмне забезпечення, ерудованість та допитливість сучасної молоді дозволяють «розмивати кордони» між країнами і працювати в іноземних організаціях не виходячи з дому. Світовий ринок фрілансу за оцінками експертів найбільшої в світі фріланс-платформи «Upwork» ринок фрілансу послуг має стабільне зростання, при якому до 2020 року фрілансери складуть 60% всього світового ринку праці, а обіг ринку віддаленої роботи досягне 46 млрд. доларів США. Що стосується оплати праці, то аналітики

відмічають, що сумарний заробіток незалежних спеціалістів складає близько 1 трлн. доларів США в рік.

Для визначення особливостей фрілансу в Україні було проведено опитування 200 фрілансерів з різних міст країни. Результати опитування окреслили коло основних причин, що спонукають українців ставати фрілансерами, а саме:

- відсутність вакансій на ринку праці, що відповідають їх кваліфікації та бажаному рівню заробітної плати;
- необхідність додаткового заробітку;
- гнучкий графік виконання проектів;
- можливість уникнення сплати податків з отриманого прибутку через відсутність належної законодавчої бази;
- відчуття «захищеності» в разі раптової втрати основного місця роботи;
- спосіб перетворення хобі в оплачувану роботу;
- можливість вивчати та вдосконалювати знання іноземних мов для отримання можливості співробітництва на постійній основі з іноземними роботодавцями.

Згідно з результатами опитування, представлених на рисунку 3, більше третини всього обсягу робіт виконаних вітчизняними спеціалістами є низькооплачуваною (до 10 доларів США за годину). Окремі фрілансери стикаються з проблемою переведення зароблених валютних коштів у готівку, оскільки іноземні роботодавці перераховують заробітну плату на банківські картки їх держави, що змушує українців знімати гроші в банкоматах у національній валюті за не вигідним курсом та сплатою додаткової комісії. Відкривати рахунок у вітчизняних банках більшість фрілансерів відмовляються, оскільки не бажають висвітлювати свій дохід перед державою.

Дані фріланс-майданчику Freelancehunt свідчать, що внутрішній фріланс-ринок в Україні продовжує зростати, кількість користувачів складає

близько 30% (зараз на сервісі працює майже 100 000 фрілансерів), а кількість публікованих щодня проектів у порівнянні з аналогічним періодом минулого року збільшилася в два рази.

Деякі українські фрілансери стикаються з проблемою різних часових поясів, співпрацюючи із замовниками зі Сполучених Штатів Америки, Китаю та Австралії, що обмежує ефективність цієї взаємодії. Загалом, середньо тижневе робоче навантаження пересічного фрілансера складає 34 години, а робочий день триває 6-7 годин, проте не кожний фрілансер погоджується працювати протягом зазначеного часу. Але слід констатувати той факт, що однією з ключових умов на шляху до формування позитивного іміджу та репутації є подолання зазначеного часового бар'єру для отримання високого рівня заробітку. Так, усі без виключення іноземні компанії ставлять перед виконавцями наступні вимоги: знання іноземних мов, професіоналізм, технічна грамотність, гарантія якості виконаного замовлення, вартість роботи, час виконання замовлення.

На думку багатьох теоретиків та практиків, найбільш суттєвим недоліком фрілансу як перспективної форми організації трудових взаємин на віртуальному ринку праці виступають відсутність гарантій, які мають працівники, що використовують традиційну форму співробітництва. Тому досить дієвим інструментом регулювання віртуальних трудових взаємин виступають електронні договори, зокрема електронні листи і повідомлення. Вони є своєрідними фіксаторами взаємодії між замовником і виконавцем робіт на фріланс-біржах.

Отже, перспективними напрямками діяльності фрілансерів, на нашу думку, будуть: робота програміста; робота з контентом сайту; переклад; розвиток торгівлі і маркетингу із використання методів оптимізації, роботи в соціальних мережах та врахуванням тенденцій поширення електронної комерції; інжиніринг; розробка програмних продуктів і програмного забезпечення. До напрямів, які втратять свою актуальність, належатимуть графічний дизайн та робота зі стандартними презентаціями. Так, виявлені

загальні тенденції розвитку фрілансу в Україні мають як позитивний, так і негативний вектор дії на економіку нашої країни, проте для фрілансера надають можливості сприяти росту ефективності своєї роботи, знаходити альтернативні напрями діяльності та підвищувати рівень конкурентоспроможності.

**Осадчук І.В.**, к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СУСПІЛЬНОМУ РОЗВИТКУ**

Життя, людське існування та існування суспільства будується лише за допомогою розвитку. Тому джерелом розвитку є не зовнішній поштовх, а внутрішня суперечка всіх явищ і процесів. Внаслідок цього, розвиток – це саморух [1]. В той же час, варто зазначити, що існує вагома відмінність між поняттями зростання і розвитку. Зростання означає збільшення за кількісними параметрами, розвиток означає покращення або зміну якості. Тому, хоча існують межі зростання, не існує меж для розвитку, що відбувається на сталій основі. Саме тому сьогодні окремо виділяють сталий розвиток, який з простого виду економічного розвитку перетворився в найперспективнішу ідеологію XXI століття.

Термін «сталий розвиток» (англ. – sustainable development) сьогодні починає сприйматися в усьому світі як універсальне поняття, як модель цивілізованого розвитку, сталий також означає життєдайний, безпечний та корисний для людей, кожної окремої особистості та суспільства в цілому.

Соціальна складова сталого розвитку орієнтована на людський розвиток, на збереження стабільності суспільних і культурних систем, на зменшення кількості конфліктів у суспільстві. Концепція соціальної відповідальності є засобом гармонізації, покращення життя суспільства,

наслідком якого є забезпечення збалансованого (сталого) розвитку суспільства [2].

Соціальна відповідальність є тією основою, на якій побудовано майже уся система взаємовідносин у суспільстві. Вона виступає невід'ємною складовою у системі відносин особистість-держава-підприємництво-суспільство.

Відповідальна особистість – це людина, яка усвідомлює персональну відповідальність перед сім'єю, трудовим колективом тощо, і, будучи у своїх установах відповідною до вимог моралі, з якими є взаємозалежними усталені традиції сім'ї та колективу, реалізує це своє усвідомлення в практичній сфері, що дає змогу визначити її як відповідальну людину. У даному контексті значення поняття відповідальності, «соціальна відповідальність» осмислюється як особистісна моральна якість, котра реалізується у поведінці, що відповідає суспільним очікуванням відповідно до усталених моральних норм поведінки.

Соціальна відповідальність у підприємстві – це відповідальне ставлення кожної компанії до свого виробу чи послуги, до споживачів, працівників підприємства, партнерів, конкурентів та влади; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [3]. Поступовий розвиток підприємництва на соціальних засадах, маючи об'єктивний характер, у значній мірі залежить від тих загальних умов, за яких здійснюється підприємницька діяльність. Йдеться про ступінь економічної, політичної, правової, громадянської зрілості суспільства.

Соціальна відповідальність як поняття є багаторівневим. Воно виявляється на особистісному рівні через ступінь громадянської зрілості особистості та є базовим для інших рівнів. Від світосприйняття та усвідомлення людиною своєї значущості у світових перетвореннях, від її

прагнення до перетворень у всіх сферах життя, залежать її прояви і на інших рівнях.

На рівні підприємства соціальна відповідальність визначається як корпоративна соціальна відповідальність; на суспільному – вона передбачає соціальну відповідальність суспільства за гідний рівень життя теперішнього і майбутнього поколінь; на державному – визначає кращі шляхи досягнення сталого, соціального та людського розвитку. На глобальному рівні соціальна відповідальність окреслює пріоритети світового розвитку, людської цивілізації завдяки міжнародним домовленостям щодо запровадження сталого розвитку.

Основними пріоритетами сталого розвитку суспільства мають бути: обов'язки особистості перед своєю совістю та суспільством, вільний доступ широких верств суспільства до культурних надбань, що і забезпечить високі соціальні стандарти життя. Соціальна відповідальність усіх учасників суспільних відносин і держави має бути взаємною. Гармонійне поєднання аспектів соціальної відповідальності є запорукою розбудови морально-етичного, демократичного та соціально-орієнтованого суспільства.

### Література

1. Грищук В.К. Соціальна відповідальність: навч. посіб.. Львів : Львівський державний ун-т внутрішніх справ, 2012. 152 с.
2. Куценко В.Й. Соціальна відповідальність. Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. – 51 с.
3. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. К.: Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.



**Кириченко Н.В.**, к.е.н, доцент кафедри менеджменту організацій  
**Грудко О.В.**, здобувач вищої освіти магістерського рівня підготовки  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ**

В останні десятиріччя аграрні технології активно йдуть шляхом інтенсифікації виробництва, а також інтеграції з іншими галузями людської діяльності, що дозволяє збільшити біопродуктивність наявних угідь. Так, наприклад, активно впроваджуються генно модифіковані культури, біологічні пестициди, супутникові та хмарні технології моніторингу, робототехніка та штучний інтелект. Звичайно, що зазначені технологічні впровадження дозволяють збільшити потенціал аграрного сектору, але реалізація цього потенціалу не є гарантованою та передбачуваною. Проблема полягає в тому, що отримавши сучасні надпродуктивні технології та знаряддя праці, господарства все ще користуються традиційними методами організації праці. Так, наприклад, найточніші метеодані з погодинною розбивкою давно вже знаходяться у відкритому доступі, а різноманітні сенсорні системи дозволяють відстежувати стан ґрунту, повітря та води. Масиви цих даних збільшуються з кожним днем і для них давно вже з'явилися такі терміни як Big Data та Інтернет Речей. Все це приводить нас до логічного висновку: система управління аграрною сферою також потребує змін. Технологічні карти, що описували виробничий процес і були незмінними довгий час, на сьогодні вже не дають адекватних відповідей на зміну різних аспектів: агрономічного, ринкового, технологічного та ін.

Одним із можливих рішень даної проблеми є застосування та адаптація управлінських технологій, запозичених з інших передових галузей, таких як фінанси, енергетика, розробка програмного забезпечення, а саме використання Agile-методологій управління або гнучких методологій, які вперше були викладені у спеціальному маніфесті для розробників

програмного забезпечення у 2001 році. Чотири головні принципи Agile говорять про те, що:

1. Люди та співпраця важливіші за процеси та інструменти.
2. Результати праці важливіші за документи та стандарти.
3. Співпраця із замовником важливіша за обговорення умов контракту.
4. Готовність до змін важливіша за дотримання плану.

Цей клас методологій управління базується на процесі безперервного отримання результатів, в якому вимоги, задачі та їх рішення еволюціонують через співпрацю між багатофункціональними командами, здатними до самоорганізації.

Більшість гнучких методологій націлені на мінімізацію ризиків. Для цього виробничий процес розподіляється на короткі (від двох тижнів то двох місяців) виробничі цикли-ітерації, кожен з яких розглядається як проект в мініатюрі. Гнучкі методології роблять ставку на спілкування людей та ставлять в центр уваги ініціативність, креативність та залучення учасників. В результаті більш тісного спілкування групи, як наслідок, зменшується обсяг письмової документації в порівнянні зі традиційними методами, в яких звітність має визначальну роль. Знижуються ризики завдяки гнучкій системі внесення змін, та всі учасники починають орієнтуватися на загальний результат, а не на власні дії.

Недоліками гнучких методологій є високі вимоги до кваліфікації та досвіду команди: крім створення продукту команда повинна аналізувати можливі способи поліпшення ефективності власної роботи, безперервно обмінюватися інформацією по проекту, бути вмотивованою і самоорганізованою. Далеко не завжди ресурси проекту дозволяють залучити таких фахівців. Також до недоліків можна віднести складність підрахунку підсумку робіт: стимуляція змін і вдосконалення кінцевого продукту призводить до плаваючого значення вартості проекту.

Складність застосування зазначених методологій у тому, що це terra incognita для аграрного сектору, в ній бракує як фахівців, що змогли б налагодити процес та виступити коучами для реальних команд та проектів, так і реальних кейсів і досвіду інших компаній. В той же час безсумнівно гнучкі методології відкривають нові горизонти та перспективи для розвитку агробізнесу в сучасному висококонкурентному середовищі.

### **Організатори конференції:**

- кафедра менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;
- Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки ДВНЗ «ХДАУ»;
- UNBDP Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва;
- Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної держадміністрації;
- Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ НААН;
- Полтавська державна аграрна академія.

### **Тематичні напрямки роботи конференції:**

1. Актуальні проблеми економіки, управління, фінансів, обліку і оподаткування та аналізу діяльності підприємств.
2. Тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в світлі трансформаційних перетворень.
3. Актуальні питання менеджменту в аграрному, фінансовому, інфраструктурному, сервісному та інших секторах економіки.
4. Проблеми розвитку сучасного підприємництва в умовах структурних змін в економіці.
5. Нові виклики менеджменту: соціальна відповідальність бізнесу, управління змінами та інноваціями, стратегічне та антикризове управління, проектний менеджмент та моделювання, управління якістю, вірусний менеджмент, екологічний менеджмент та органічне виробництво продукції.
6. Державне та регіональне управління, соціально-економічний розвиток територій: проблеми та шляхи їх вирішення.
7. Досягнення теорії та практики управління розвитком підприємств: маркетингові, логістичні, інформаційні, ресурсні та правові аспекти та питання комерціалізації результатів діяльності сучасного підприємства.

8. Перспективи розвитку освітнього менеджменту та актуальні питання підготовки фахівців для реального сектору економіки в умовах економіки знань: інноваційні методи викладання й навчання, новітні світові та європейські практики.

**Офіційні мови конференції:** українська, англійська.

**Електронна адреса:** [mega\\_management2018@ukr.net](mailto:mega_management2018@ukr.net)

У конференції прийняли участь \_\_\_\_\_ учасник

## Іменний покажчик:

ІМ'Я	стор.	ІМ'Я	стор.
Арзянцева Д.А.	164		
	12, 16,		76, 118,
Аверчева Н.О.	237		141,
Арутюнова О. А.	79	Лобода О.М.	156, 189
Балакірева Є.В.	85	Макуха О.В.	103
Білан А.О.	212	Макухіна С. В.	268
Білорусов С.Г.	216	Матейченко К.Ю.	141
	106,		
	131,		
	246,		
Боліла С.Ю.	248, 251	Миколайчук І.П.	173
Бондар А.В.	209	Морозов О.В.	159
Булах І.І.	82	Морозов Р.В.	241
Бучковська Я.Г	147		
Вальтер Р.В.	248	Морозова О.С.	159
Величко Т.О.	162	Ніколайчук Н.Л.	262
	61,115,		
Виноградова Т.І.	138	Новіков А.О.	40
Віхтюк А.Д.	147	Одейчук І.Ю.	222
Волошин Д.О.	234	Оксана Савастєєва	228
	67	Осадчий О.Д.	37
Воляк О.О.		Осадчук І.В.	282
Гаврилюк Н. О.	122	Остапенко А.С.	96
Гаврилюк С.А.	122, 173	Остапенко Т. М.	234
Гельман А. Ю.	195	Підгрушний В.А.	225
	99	Подаков Є.С.	135
Годзенко В. В.		Павленко Г.	237
Головань Д.В.	70	Пономарьова М.С.	28
Головіна Світлана	170	Поправко О.В.	144
Горбонос Н. П.	93	Прищепа А.В.	251
Грицина В.В.	49		
Грудко О.В.	285	Радецька Д.О.	147
Дашевська Л.М.	265	Рибак Владислава	34
			180,
			209,222,
Дідик О.О.	156	Ровенець Т.О.	225
Довгопол А.В.	61	Рудік Н.М.	205
Дорох А. І.	122	Самайчук С.І.	20

Друшляк І.М.	23	Самбурська К. С	99
Дяченко Т.А.	76	Самойлик Ю.В.	64
Євдокимова К.А.	180	Сергієнко Т.І.	192
Жмуцький В.В.	164	Єрова А. М.	150
	122,		
Захаркевич Н.П.	125, 262	Сисоєнко І.А.	58
Захаров І.К.	31	Скачков О.М.	150
Захарчук І.О.	262	Скляренко А.О.	43
Іванов І.В.	131	Соколова Л.В.	231
Інна Лупеха	177	Солод Н.О.	202
Кайдаш О.В.	87	Сорокіна А.М.	55
Канцедал Н. А.	99	Стаднік А.В.	189
Карась Ю.	90	Степаненко Н.В.	258
Карлюка Д.О.	85	Тарас Вайда	271
Карпюк С.І	154	Теленік Вікторія	46
Кириченко Ю.О.	118		254
Кириченко Н.В.	285	Теплюк М. А.	
Кістінь Н.В.	106	Тетяна Вонберг	198
Клименко Т.А.	154	Трикоз А.	90
Ковальов В.В.	34, 46	Ушкаренко Ю.В.	55
Ковальчук В.Г.	186	Федорчук О. М.	170
		Федина А.А.	25
		Федорова Т.В.	279
		Фолькіна О.М.	183
Кольцова А.О.	115	Фуклева І.Е.	16
Кравчина І. В.	99	Черненко К.В.	79
Krymtseva Т.	52	Чмут А.В.	168
Кривонос С.О.	246	Шапоринська Н.М.	159
Кривошея Є.В.	109	Шиманська О.В.	82
Крупа А.Г.	200	Шовкун Л.В.	40
	87,90,		
Кубецька О.М	93	Шульга М.О.	129
Курносов О.В.	73	Ющенко Т.Ю.	58
Лазоренко Т.В.	162, 195		
Лебедева Н. А.	219		
Лігоненко Л.	112		