



**2-А 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 післядипломної освіти та дорадництва ДВНЗ «ХДАУ»**

**Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної**

**держадміністрації**

**Житомирський національний агроекологічний університет**

**Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ НААН**

## **МАТЕРІАЛИ**



**2-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції**

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

**19 травня 2017 року**

**м. Херсон**

### Оргкомітет конференції

**Кирилов Ю.Є.** – д.е.н., професор, ректор ДВНЗ «ХДАУ»;

**Яремко Ю.І.** – д.е.н., доцент, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи ДВНЗ «ХДАУ»;

**Грановська В.Г.** – к.е.н., доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «ХДАУ»;

**Федорова Т.В.** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «ХДАУ»;

**Боліла С.Ю.** – к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «ХДАУ»;

**Аверчев О.В.** – д.с.-г.н., професор, директор ІПОД ДВНЗ «ХДАУ»;

**Зіновчук В.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Житомирського національного агроекологічного університету;

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

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

УДК 005 (049)

Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали 2-ої Всеукраїнської наук.-практ. конф. / упоряд. Федорова Т.В., Боліла С.Ю. – Херсон., ХДАУ. - 19.05.2017: тези доповідей. – 2017. – 362 с.

В матеріалах конференції висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, отриманих в галузі сучасного менеджменту.

Для студентів, аспірантів, 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 – к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «ХДАУ» Федорова Т.В.

Технічний редактор: Шепель Т.С.

## ЗМІСТ

### 1. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

<b>Степаненко Н.В., Шерман М.І., Шерман Є.М.</b> Теоретико-методологічні аспекти управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств.....	<b>12</b>
<b>Барсук Ю.В.</b> Аналіз сучасного положення інноваційної діяльності в аграрному секторі України.....	<b>17</b>
<b>Булах І.І., Шиманська О.В.</b> Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: сучасний стан та перспективи.....	<b>20</b>
<b>Михайлов М.Г.</b> Стан та перспективи інноваційно-інвестиційного забезпечення аграрних підприємств.....	<b>23</b>
<b>Осадчий О.Д.</b> Актуальні питання підтримки інноваційного підприємництва.....	<b>26</b>
<b>Якимченко В.Г.</b> Венчурний бізнес як елемент інноваційної моделі розвитку економіки.....	<b>29</b>
<b>Сердюкова О.Д., Сілецька Н.В.</b> Сучасний стан та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні.....	<b>32</b>
<b>Осадчук І.В., Прищепа А.В.</b> Інноваційні методи управління сімейними фермерськими господарствами.....	<b>35</b>
<b>Вермієнко Т.Г.</b> Вдосконалення фінансового забезпечення інноваційної діяльності на підприємствах.....	<b>39</b>
<b>Степанова І.В.</b> Принципи реалізації інноваційних процесів у сільськогосподарських підприємствах.....	<b>42</b>
<b>Барсук Ю.В.</b> Аналіз сучасного положення інноваційної діяльності в аграрному секторі України.....	<b>45</b>

## 2. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

<b>Самайчук С.І.</b> Аналіз доходів в сільськогосподарських підприємствах Херсонської області.....	<b>48</b>
<b>Прищеп А.В., Федорова Т.В.</b> Малий бізнес в Україні: перспективи розвитку.....	<b>51</b>
<b>Рудік Н.М.</b> Актуальні аспекти управління трудовим потенціалом.....	<b>55</b>
<b>Шепель І.В.</b> Економічні та правові основи для консолідації фінансової звітності в Україні.....	<b>59</b>
<b>Скрипник С.В.</b> Основні правила нарахування щорічної відпустки.....	<b>62</b>
<b>Рябенко Г.М.</b> Щодо конкурентоспроможності підприємств та їх продукції.....	<b>65</b>
<b>Смолієнко Н.Д.</b> Підвищення ефективності використання земель сільськогосподарського призначення в Україні.....	<b>68</b>
<b>Скиданенко Ю.Д., Ермолаєва А.Ю.</b> Особенности организации учета наличных средств на предприятиях Украины.....	<b>71</b>
<b>Єрмолаєва М.В., Ферманюк А.В.</b> Формування фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств.....	<b>74</b>
<b>Тютюнник С.В., Тютюнник І.Ю.</b> Методичні аспекти оцінювання коефіцієнта абсолютної ліквідності.....	<b>77</b>
<b>Лега О.В., Мироненко О.В., Олійник Т.О.</b> Облік паливо-мастильних матеріалів за смарт-картками.....	<b>80</b>
<b>Фурдак М.М.</b> Вітчизняна виноградарсько - виноробна галузь - шлях до євроінтеграції.....	<b>83</b>
<b>Мокієнко Т.В., Прийдак Т.Б., Лісний А.Г.</b> Сутність, класифікація та значення облікової інформації.....	<b>86</b>
<b>Грибовська Ю.М.</b> Матеріальна відповідальність: види та порядок застосування.....	<b>89</b>
<b>Канцедал Н.А., Марченко Л.В.</b> Критерії розмежування цільової та нецільової благодійної допомоги підприємства фізичним особам, що не є	<b>93</b>

його співробітниками.....	
<b>Єрмолаєва М.В., Руда К.Р.</b> Внесення грошових коштів до статутного капіталу: оцінка, документування, облік.....	<b>96</b>
<b>Левицька С.</b> Управління економічною безпекою підприємства в умовах інтеграційного процесу.....	<b>99</b>
<b>Шульга М.О.</b> Розвиток підприємств харчової промисловості в умовах глобальної конкуренції.....	<b>102</b>
<b>Черненко К.В.</b> Облік основних засобів: шляхи вдосконалення.....	<b>104</b>
<b>Пономаренко О.Г., Шпідько Ю.Л.</b> Удосконалення обліково-економічного механізму оплати праці та розрахунків за єдиним соціальним внеском.....	<b>107</b>
<b>Шепель Т.С.</b> Особливості організації управлінського обліку на аграрних підприємствах.....	<b>110</b>
<b>Зябко Ю.В., Сілецька Н.В.</b> Особливості оподаткування аграріїв в Україні.....	<b>113</b>
<b>Лега О.В., Ліпський Р.В., Тараненко Я.Г.</b> Бюджетні дотації сільськогосподарських товаровиробників: новації 2017 року.....	<b>116</b>
<b>Плаксієнко В.Я., Журавель М.В.</b> Річна фінансова звітність: вимоги, подання та відповідальність.....	<b>119</b>
<b>Шабля О.С., Боліла С.Ю.</b> Види та класифікація ризиків при вирощуванні баштанних культур та методи управління ними.....	<b>122</b>
<b>Петрова О.О.</b> Форми і методи управління аграрними ризиками.....	<b>126</b>
<b>Ковтун В.А.</b> Виробництво та ринок збуту молока.....	<b>129</b>
<b>Бевз Т.М., Федорова Т.В.</b> Удосконалення системи управління конкурентоспроможності ТОВ «Данон Дніпро» м. Херсон.....	<b>131</b>
<b>Марєєва С.М., Федорова Т.В.</b> Посилення конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства в сучасних економічних реаліях.....	<b>134</b>
<b>Сілецька Н.В.</b> Теоретико-методичні аспекти аналізу оборотного капіталу в контексті управління підприємством.....	<b>137</b>

### **3. ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

<b>Герасименко М.</b> Вплив національного менталітету на підприємницьку діяльність.....	<b>140</b>
<b>Шепель Т.С.</b> Стратегії зростання підприємств готельного бізнесу та його державна підтримка.....	<b>144</b>
<b>Минкіна Г.О.</b> Стан та перспективи розвитку аграрного сектору економіки в умовах глобалізації.....	<b>147</b>
<b>Боліла С.Ю., Литвинов В.О.</b> Перспективи розвитку готельно - ресторанного бізнесу України.....	<b>150</b>
<b>Ящук Т.А.</b> Досвід фінансування вищої освіти у зарубіжних країнах.....	<b>153</b>
<b>Мелконян А.Ю.</b> Підвищення ролі керівника як фактор ефективного управління розвитком підприємства в сучасних умовах.....	<b>156</b>
<b>Польовий Д.В.</b> Вплив інформаційно-комунікативного процесу на розвиток організації в умовах інформаційного суспільства: синергетичні виміри.....	<b>159</b>
<b>Грошев Я.С.</b> Формування механізму мотивації праці як важеля стабільності підприємства в умовах ринку.....	<b>162</b>
<b>Лосєв М.В.</b> Удосконалення механізмів корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами на підприємстві в умовах ринку.....	<b>165</b>
<b>Передакова О.Б.</b> Удосконалення управління соціальною сферою в організації в умовах ринку.....	<b>169</b>
<b>Глущенко І.М., Станіславчук Н.О.</b> Моніторинг як ефективна технологія управління розвитком банків.....	<b>172</b>
<b>Мица І.Г., Станіславчук Н.О.</b> Управління банком в умовах глобалізації фінансових ринків.....	<b>175</b>
<b>Хрищук П.П.</b> Особливості формування конкурентної політики підприємства в умовах ринку.....	<b>177</b>
<b>Кузнецова А.І.</b> Трансформація поглядів на дослідження економічних	<b>181</b>

систем: метод емерджентності.....	
<b>Мохненко А.С.</b> Управління розвитком малих підприємств регіону.....	<b>184</b>
<b>Карташова О.Г., Барсук Ю.В.</b> Системи управління в сучасних транснаціональних компаніях.....	<b>187</b>
<b>Неменко К.С., Виноградова Т.І.</b> Ресторанне господарство, його місце в індустрії гостинності.....	<b>190</b>
<b>Осадчук І.В.</b> Умови формування соціально відповідальної поведінки власників і керівників підприємств сфери обслуговування.....	<b>193</b>
<b>Антош Н.В.</b> Система управління конкурентоспроможністю молочної продукції.....	<b>196</b>
<b>Вязь І.С., Виноградова Т.І.</b> Готельно-ресторанний бізнес як суб'єкт господарської діяльності.....	<b>199</b>
<b>Альошечкіна В.О., Федорова Т.В.</b> Соціальне розшарування населення України.....	<b>202</b>
<b>Губа М.І.</b> Розвиток зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору в умовах забезпечення продовольчої безпеки України.....	<b>207</b>
<b>Самойлик Ю.В., Ржепішевська В.В.</b> Синергетика в управлінні розвитком соціально-економічних систем.....	<b>210</b>

#### **4. МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ФІНАНСОВІ, КАДРОВІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

<b>Галат Л.М.</b> Особливості логістики на ринку овочів в Україні.....	<b>212</b>
<b>Великий В.М.</b> Професіональна мобільність як чинник конкурентоспроможності фахівця.....	<b>217</b>
<b>Боліла С.Ю.</b> Маркетингові дослідження споживчих уподобань та їх значення для сфери обслуговування.....	<b>220</b>
<b>Федорчук О.М.</b> Функціонування інформаційної складової інфраструктури аграрного сектору.....	<b>222</b>
<b>Боліла С.Ю., Прищепа А.В.</b> Управлінські рішення у менеджменті	



підприємств готельно-ресторанного бізнесу.....	226
<b>Лобода О.М., Кириченко Н.В.</b> Інформаційні системи управління підприємством на основі контролінгу.....	229
<b>Ковальов В.В., Ковальова К.І.</b> Система управління якістю послуг господарюючих суб'єктів: теоретичний аспект.....	232
<b>Лебедєва Н.А.</b> Інформаційні аспекти в контексті інноваційних засобів навчання іноземній мові.....	235
<b>Станіславчук Н.О.</b> Корпоративна культура як важливий аспект управління сучасним банківським бізнесом.....	238
<b>Лобода О.М., Кириченко Н.В.</b> Інформаційна модель синтезу організаційної структури у сфері послуг.....	242
<b>Шукліна В.В., Костюніна А.М.</b> Перспективи розвитку партизанського маркетингу як концепції відносин у рекламі сучасних підприємств.....	245
<b>Мельничук Я.В., Кравченко Ю.М., Станіславчук Н.О.</b> Сучасне управління кадровим персоналом в комерційному банку.....	248
<b>Нікітенко К.Г., Осипова Л.Д.</b> Управління персоналом як магістральна складова управління підприємством.....	251
<b>Самайчук С.І.</b> Аналіз рівня заробітної плати в Херсонській області.....	254
<b>Дашевська Л.М.</b> Сучасне навчання іноземної мови майбутніх менеджерів у немовних ВНЗ.....	258
<b>Дроботя Я.А.</b> Особливості управління фінансовими ризиками ТНК.....	261
<b>Лапіна А.В., Виноградова Т.І.</b> Управління персоналом в готельно-ресторанному бізнесі.....	263
<b>Панкратьєва Т.Л.</b> Сучасні проблеми збутової політики підприємств.....	266
<b>Яшина І.М.</b> Напрями застосування маркетингу у мережі Інтернет.....	269
<b>Ковальов Д.В.</b> Еволюція форм та методів маркетингової діяльності в агросфері.....	272
<b>Федорова Т.В.</b> Оптимізація ресурсного потенціалу підприємств сфери обслуговування.....	275

## **5. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ**

<b>Пилипенко К.А.</b> Перешкоди продовольчого забезпечення населення у світі.....	<b>278</b>
<b>Боліла С.Ю.</b> Кар'єра як чинник підвищення ефективності державного управління.....	<b>281</b>
<b>Вайда Т.</b> Забезпечення персональної охорони керівника як проблема сучасного менеджменту безпеки підприємства.....	<b>284</b>
<b>Білорусов С.Г.</b> Пріоритети інформаційно-правової та організаційної підтримки децентралізації влади щодо функціонування об'єднаних територіальних громад Херсонської області.....	<b>289</b>
<b>Недбалюк О.</b> Методичні аспекти визначення потреб в процесі розробки програм територіального розвитку.....	<b>293</b>
<b>Карташова О.Г.</b> Розвиток місцевої демократії та самоврядування в Україні.....	<b>296</b>
<b>Осадчук І.В., Кекух О.</b> Роль сімейного фермерства у вирішенні проблеми сталого розвитку сільських територій.....	<b>299</b>
<b>Боліла С.Ю., Гребенюк Д.С.</b> Модель нового публічного менеджменту як інструмент взаємодії між державою та населенням.....	<b>302</b>

## **6. СУЧАСНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ,**

### **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА**

#### **СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

<b>Рудік О.Л., Грицкова К.Ю.</b> Сучасні біологічні засоби захисту рослин.....	<b>305</b>
<b>Бурак В.Г.</b> Обґрунтування виробництва охолоджених напівфабрикатів з використанням системи управління якістю НАССР.....	<b>311</b>
<b>Щербина О.В., Григоренко В.В.</b> Удосконалення механізму інноваційного підходу при оцінці корисних ознак птиці.....	<b>315</b>
<b>Рудік О.Л., Ящик М.В.</b> Особливості організації ведення органічного	

виробництва.....	317
<b>Бурак В.Г., Драга А.</b> Розробка технології м'ясних виробів з використанням антиоксидантної харчової добавки.....	322
<b>Рудік Н.М., Рудік О.Л.</b> Теорія та практика розвитку органічного виробництва.....	326
<b>Макуха О.В.</b> Технологія вирощування фенхелю звичайного на півдні України.....	331
<b>Бурак В.Г.</b> Якість, безпека, фальсифікація та конкурентоспроможність м'ясної продукції.....	333

## **7. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО**

### **ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

<b>Виноградова Т.І.</b> Конфліктологічна культура як складова професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування.....	337
<b>Боліла С.Ю., Коваль С.В.</b> Проблеми та особливості освіти дорослих для підготовки фахівців в сфері управління.....	340
<b>Макухіна С.В.</b> Роль кейс-методу при вивченні іноземної мови для підготовки майбутніх менеджерів.....	343
<b>Виноградова Т.І.</b> Шляхи формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців сфери обслуговування.....	346
<b>Осадчук І.В., Самчук Л.М.</b> Взаємодія суб'єктів навчально-виховного процесу як умова якісної професійної підготовки студентів спеціальності «Менеджмент».....	350
<b>Великий В.М.</b> Формування конкурентоспроможності фахівця як комплексна проблема.....	353
<b>Ракша М.С., Великий В.М.</b> Комунікативна компетентність персоналу сфери обслуговування.....	356

## **1. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Степаненко Н.В.,**

к.с.-г.н., доцент кафедри прикладної математики та економічної  
кібернетики ДВНЗ «Херсонський ДАУ»,

**Шерман М.І.,**

доктор пед. н., професор кафедри інформатики, програмної інженерії  
та економічної кібернетики Херсонський державний університет,

**Шерман Є.М.,**

к.е.н., провідний фахівець,  
Херсонське навчально-виховне об'єднання «Хабад»

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сільськогосподарська продукція завжди матиме попит, адже щоденна потреба людського організму в поживних речовинах і забезпечення його життєдіяльності, безперечно, робить її актуальною на всіх континентах земної кулі, незалежно від пори року. На сьогодні, за максимальної розораності ґрунтів та щорічного збільшення кількості населення планети необхідно нарощувати виробництво сільськогосподарської продукції не за рахунок розширення посівних площ, а за рахунок впровадження технічних, технологічних, організаційних та інших інновацій. Під терміном «інновація» ми маємо, насамперед, на увазі процес впровадження науково обґрунтованих, екологічно безпечних новацій. Підвищення прибутку на аграрних підприємствах за рахунок використання дешевших, але, водночас, потенційно небезпечних хімічних речовин, чи геномодифікованих сортів рослин тощо, які дають економічний ефект «високою ціною», на наш погляд, є хибним

орієнтиром в інноваційно-інвестиційній діяльності. Тому досить актуальним є дослідження теоретико-методологічних аспектів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств на початковому етапі формування діяльності підприємства.

У багатьох працях вітчизняних та іноземних науковців досліджуються проблеми управління інноваційно-інвестиційною діяльністю, зокрема у працях Е.А. Уткіна, В.Г. Федоренко, О.Д. Гудзинського, М. Хаммера, Н.М. Сіренко та інших.

Праці вчених присвячені, здебільшого, закономірностям процесу та методології управління. Але недостатньо розкриті взаємозалежність та зв'язок аспектів управління інноваційно-інвестиційної діяльності аграрних підприємств та формування на початковому етапі цілей, завдань і принципів господарської діяльності.

Мета дослідження – вивчення теоретико-методологічних аспектів управління інноваційно-інвестиційною діяльністю аграрних підприємств.

Згідно із законодавчою базою України, інноваційна діяльність (англ. innovation — нововведення) — це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1]. Інновація є однією з форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науковотехнічного прогресу у виробництво і соціальну сферу [2].

Закон України “Про інвестиційну діяльність” визначає інвестиційну діяльність як вкладення інвестицій, або інвестування, і сукупність практичних дій з реалізації інвестицій. Інвестування у створення й відтворення основних фондів здійснюється у формі капітальних вкладень [2].

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств – це форма діяльності, за якої впроваджується комплекс технологічних, організаційних та інших нововведень у виробничий процес, що супроводжуються інвестуванням капітальних вкладень та діями, що супроводжують реалізацію інвестицій.

Метою цієї діяльності є поліпшення якості продукції, комфортності життя споживачів і, як наслідок, новизна й нова ринкова ніша, високі прибутки.

Планування господарської діяльності, впровадження у виробництво нових технологій виробництва та нової техніки розпочинається з формування цілей та завдань. Виокремлюють такі цілі розвитку підприємства:

Загальні (Глобальні), розроблені для підприємства в цілому, які відображують концепцію фірми; розроблені на довгострокову перспективу; визначають основні напрями програм розвитку фірми; повинні бути чітко сформульовані та пов'язані з ресурсами; ранжирувані за принципом пріоритетності.

Специфічні цілі розроблюються в межах загальних цілей за основними видами діяльності в кожному виробничому підрозділі фірми і виражаються в кількісних і якісних показниках (рентабельності, норми прибутку).

Другорядні цілі: по маркетингу (рівень продаж, диверсифікація, система розподілу, обсяг збуту); виробництво (виробництво, якість, економія матеріальних ресурсів, нова й удосконалена інноваційна продукція; розподіл прибутку, мінімалізація податків) [4].

Задачі визначаються кожним господарським формуванням самостійно, залежно від роду його діяльності. В цілому головні задачі при плануванні інноваційно-інвестиційної діяльності зводяться до таких дій:

- планування та забезпечення зростання прибутку,
- прогнозування затрат підприємства та фінансове забезпечення виробництва,
- збільшення частки ринку збуту,
- формування перспективи розвитку господарської діяльності.

Аграрне підприємство, обираючи концепцію свого розвитку та інноваційну діяльність, подальше планування виробництва сільськогосподарської продукції має забезпечувати реальними нововведеннями як технічного так і організаційного характеру, та впровадження інноваційного

продукту на ринок споживання, а інвестиції є головним ресурсом для досягнення поставленої мети.

Інноваційно-інвестиційна діяльність є складною системою взаємодії різних структурних елементів, починаючи від провадження новації та закінчуючи отриманням доходу від цієї діяльності. Така система відносин передбачає формування фундаментальних принципів інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств: концептуальності; обґрунтованості (адекватності); системності; поінформованості; підпорядкованості; інформування; стимулювання; випереджувальної дії; безперервності розвитку; інтелектуальності; передбачуваності.

Принципи дають можливість створити регулюючу модель поведінки фахівців підприємства, що спрямована на ліквідацію та запобігання деструктивним процесам.

Формування соціально-економічної структури відповідно до принципів інноваційно-інвестиційної діяльності впливає на інноваційний потенціал, інвестиційну привабливість, прогнозування ризиків. Але всі ці елементи діяльності підприємства матимуть позитивний результат за умови використання вищезгаданих принципів, охоплюючи всі процеси господарювання на всіх стадіях життєвого циклу інноваційно-інвестиційної діяльності. Особливо важливо, щоб відповідність поставлених завдань та принципи господарювання мали не декларативний характер, а практично звірялися з фактичним станом підприємства.

Дослідити вплив вищезазначених принципів інноваційно-інвестиційної діяльності можна за допомогою простих, порівняльних методів. Для цього необхідно фактичні дані порівняти з плановими та статистичними даними.

Відповідно до головної особливості виробництва сільськогосподарської продукції, а саме: залучення природних ресурсів, виробничий процес має базуватися на природоохоронній безпеці, забезпеченні населення країни якісною харчовою продукцією. Обравши напрямом розвитку господарства вищезгадані орієнтири можна створити фундаментальне довгострокове

функціонування аграрних підприємств. Переорієнтація виробничого процесу відповідно до принципів інноваційно-інвестиційної діяльності призведе до:

1. зростання економічних показників;
2. збереження природних ресурсів;
3. підвищення якості аграрної продукції зі збереженням її природних харчових цінностей;
4. екологічно чистого виробництва сільськогосподарської продукції.

Конкурентоспроможність, економічна ефективність, соціально-екологічна результативність формується із великої кількості елементів. Деякі з них, на перший погляд, здаються несуттєвими, але їх повне вилучення з виробничого процесу призведе до негативних наслідків. Формування задач, цілей, принципів господарювання – першочергові аспекти управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств, які формують кінцевий результат та впливають на нього.

У науковій літературі недостатньо вивчена методологія дослідження результативності інноваційно-інвестиційних проектів при дотриманні поставлених завдань на принципів виробничих процесів. Тому розкриття даного питання потребує подальшого детального дослідження.

### Література

1. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т.1 / редкол. : С.В. Мочерний (відп.ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – 864 с.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 р. № 1560 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47.
3. Сіренко Н. М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки України : моногр. / Н.М. Сіренко. – Миколаїв, 2010. – 416с.
4. Уткин Э.А. Риск-менеджмент / Э.А. Уткин. – М., 1998. – 288 с.



**Барсук Ю.В.**, аспірант  
кафедри публічного управління та адміністрування  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ПОЛОЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ**

У наш час надзвичайно важливим аспектом розвитку є дослідження в області інноваційної діяльності в умовах ринкових відносин. Інноваційне підприємництво в аграрній сфері - один з найбільш важливих шляхів забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних ринків сільськогосподарської продукції. Теорія показує, що найбільш ефективним шляхом подолання кризових ситуацій в аграрній сфері є інноваційний шлях. Лише шляхом інноваційного розвитку можна швидко і ефективно трансформувати сільське господарство, стимулювати мале і середнє підприємництво і в той же час забезпечити вихід на світовий рівень, що в свою чергу має значення для нашої країни з її багатим аграрним потенціалом. Сучасний стан аграрного сектора визначається процесами глобалізації ринку, загостренням конкуренції на ньому, підвищенням чисельності висококваліфікованого персоналу, зростанням технологічності виробництва, поширенням всебічної інформації.

Інноваційна діяльність в АПК - це діяльність, спрямована на вдосконалення аграрного сектора із застосуванням нововведень в аграрне виробництво і розвиток. Науково-дослідна сфера повинна орієнтуватися на ринок новітніх розробок, вивчати попит на наукову продукцію, створювати такі технології, які б в ринкових умовах відповідали критеріям ефективності, були мало витратними, ресурсозберігаючими і екологічно безпечними. Слід зазначити, що інноваційна діяльність в АПК залежить від науки, яка переважно здійснюється науковими установами та науково-педагогічними кадрами вищих навчальних закладів усіх рівнів акредитації.

Щоб здійснювати науково-технологічну та інноваційну діяльність необхідно розробляти і практично реалізовувати відповідні заходи на державному і регіональному рівнях. Бізнес в сфері наукових знань повинен активно розвиватися на пріоритетних фінансових, ресурсних та інформаційно-інтегрованих засадах в умовах глобалізації. [1]

Залучаючи інновації, як досягнення науково-технічного прогресу, в аграрну сферу, Україна неминуче повинна досягти підйому в економіці. Велике значення має залучення інвестицій в сільське господарство України, які сприятимуть піднесенню національної економіки, розвиток цієї галузі та затвердження її як основи народного господарства. Залучення інвестицій направлено на впровадження найбільш високорентабельних інноваційно-інвестиційних проєктів, використання яких сприятиме розвитку високоефективного виробництва.

Тому виникає необхідність аналізувати умови використання ринкових форм вкладення капіталів, а також інвестування в сільське господарство як самостійну стратегічно важливу галузь [2].

Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України є стратегічною проблемою. Розвиток аграрного сектора можливий при забезпеченні конкурентоспроможності та збереження конкурентних переваг аграрних підприємств і продовольчих товарів на регіональних і міжнародних ринках. Конкуренція розкриває потенціал суб'єктів аграрного ринку і виконує важливу функцію постійного руху розвитку сільськогосподарського виробництва.

Внаслідок відсутності зваженої стратегії реорганізації сільськогосподарських підприємств товаровиробники виявилися в складній економічній ситуації і встали перед необхідністю скорочувати впровадження досягнень науки у виробництва. Також дуже мало в Україні підприємців, які володіють стратегічним мисленням, здатністю передчувати, створювати інновації і вибирати серед них ті, які здатні забезпечити стійкість конкурентоспроможності підприємств на сучасних і майбутніх ринках

(національних і міжнародних). [3]

Важливою умовою успішного розвитку інновацій є лідируюче положення на ринку збуту. Для визначення пріоритетності інноваційних проектів в АПК України необхідно використовувати методи, критерії та показники, які застосовуються у світовій і вітчизняній практиці при розгляді інвестиційних проектів [4].

Таким чином, виникає необхідність створення національної інноваційної системи, впровадження необхідності забезпечення аграрного сектора науковими розробками і новими технологіями. Така робота вимагає значних вкладень, які з часом окупаються, про що свідчить зарубіжний досвід. В результаті практичне впровадження інноваційної спрямованості є дуже тривалим, суперечливим і багатоетапним процесом.

### **Література:**

1. Лайко П. А. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу: монографія / П. А.Лайко, М. Ф.Бабієнко, П. М.Музика та ін..- К.: УААН, ІАЕ, 2007. – 85 с.
2. Цюпко С. В. Логіка інноваційно-інвестиційного розвитку сільського господарства України: монографія / С. В.Цюпко. – К.: УААН, ІАЕ, 2003. – 77 с.
3. Чабан В. Г. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору: монографія / В. Г.Чабан. – К.: УААН, ІАЕ, 2006. – 68 с.
4. Шлапак В. О. Аспекти інноваційного розвитку сільського господарства України: монографія / В. О.Шлапак. – К.: УААН, ІАЕ, 2004. – 65 с.

**Булах І.І.**, викладач вищої категорії,

ВСП Агротехнічний коледж УНУС

**Шиманська О.В.**, викладач вищої категорії,

ВСП Агротехнічний коледж УНУС

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Інноваційний розвиток будь-якої держави має неабияке значення для її економіки в цілому та для окремих галузей зокрема. Саме завдяки науково-технічному прогресу, новим розробкам та підходам можливий поступальний розвиток економіки, а тому під інноваційним розвитком можна розглядати комплекс заходів, спрямованих на розробку й реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або вдосконалений продукт, що реалізується на ринку, у новий або вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, а також у пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки. Більше того, у міру розповсюдження інновація вдосконалюється, стає більш ефективною, набуває раніше невідомих споживчих властивостей. Це відкриває для неї нові сфери застосування, ринки, нових споживачів [1].

Провідна роль у забезпеченні інноваційного розвитку аграрного сектора економіки належить державі, де важливе значення займає законодавча база.

Однак, якщо проаналізувати організаційно-економічний механізм забезпечення інноваційного розвитку України та провідних країн світу, зокрема, нормативно-правову базу, то остання в Україні є вкрай широкою, при одночасному високому рівні недотримання законів. Натомість, в європейських країнах нормативно-правова база є менш строкатою, проте, суб'єкти господарювання дотримуються усіх зазначених норм та рекомендацій [1].

Закони України “Про інвестиційну діяльність” та „Про інноваційну діяльність” визначають інновації й інвестиції, як новостворені (застосовані) і

(або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, усі види майнових та інтелектуальних цінностей, вкладені в об'єкти підприємницької та іншої діяльності, внаслідок чого створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [1, 2].

Загальновизнаним є факт, що саме інноваційно-інвестиційний розвиток є економіко-формулюючим процесом. Інноваційно-інвестиційний розвиток економіки притаманний всім розвиненим країнам світу, є одночасно і чинником, і наслідком економічного піднесення країн. Його ефективність обумовлюється змістом відповідних інноваційно-інвестиційних напрямків, що задовольняють потреби динамічного розвитку економіки. В умовах економічних відносин конкурентоспроможними є ті підприємства, які орієнтовані на інноваційний тип розвитку, тобто займаються інноваційною діяльністю та здійснюють інвестиції. На жаль, в Україні частка підприємств, які впроваджують інновації, є досить низькою[3].

Податкове законодавство має значний вплив на економічний розвиток підприємств агропромислового виробництва. Державна підтримка, яка реалізується через податкову політику, передбачає застосування підприємствами-сільгоспвиробниками спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності у формі єдиного податку, що передбачено п. 2 ст. 291 Податкового кодексу України.

Проте, як показує дійсність, сучасна податкова політика спрямована на досягнення, насамперед, фіскальних цілей. Податкоємність сільгосппродукції зросла, але ніяким чином податкове законодавство не враховує реальний рівень рентабельності виробництва, тому що єдиний податок сплачується незалежно від співвідношення доходи-витрати, а «прив'язується» лише до нормативної грошової оцінки і площі землі. На нашу думку, це є вагомим недоліком спрощеної системи оподаткування для сільгоспвиробників. Більш доцільно було б базою оподаткування єдиним податком визначити розмір доходу, а ставка

єдиного податку визначалася б у відсотках до нього.

Податкова політика, яка формується і реалізується у межах чинної податкової системи держави, повинна враховувати виробничу спеціалізацію сільгоспвиробництва, стимулювати розвиток, забезпечувати умови для його інвестиційної привабливості. Вона має бути виваженою і збалансованою, що передбачає стабільність, системність, прозорість, зрозумілість для платників податків, прогнозованість, а також взаємозв'язок між наслідками податкових реформ і економічними показниками розвитку агросектору.

Одним із центральних питань ресурсного забезпечення, що визначає успішність реалізації інноваційних проєктів, є доступ до інвестицій. Враховуючи політичну і економічну ситуацію в Україні, інвестиційний клімат стає все менш сприятливим. Разом із тим аграрна галузь, залишаючись традиційною, менше залежною від кон'юнктури фінансових ринків, привертає все більше уваги як об'єкт інвестування.

### **Література:**

1. Закон України „Про інвестиційну діяльність” від 18 вересня 1991 р. №1560-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/main/1560-12>
2. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 04 липня 2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/main/40-15>.
3. Дорошко О. О. Особливості інноваційного розвитку України / О. О. Дорошко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 5. – С. 21–24.

**Михайлов М.Г.,**

к.т.н., докторант,

ННЦ „Інститут аграрної економіки”

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ринкове середовище, ґрунтоване на швидкісному перетворенні виробничих сільськогосподарських технологій та процесів, що прогресують в умовах глобалізації економіки, визначає високі вимоги до своєчасного техніко-технологічного оновлення сільськогосподарських машин та устаткування. Проблеми функціонування вітчизняних господарюючих суб'єктів аграрного сектора особливо загострюються в умовах жорсткої конкуренції і вимог СОТ, перевагою зарубіжних технологій, устаткування та технологічних операцій. Значимим обов'язковим елементом матеріально-технічної бази аграрних підприємств для здійснення сільськогосподарського виробництва є основні виробничі засоби. Від їх якісного стану та структурного складу, рівня фондооснащеності угідь і фондоозброєності праці залежить результативність господарської діяльності, розвиток підприємства та сільськогосподарської галузі в цілому. Нині кількісні та якісні параметри основних виробничих засобів сільськогосподарських підприємств України не сприяють високим конкурентним позиціям вітчизняних аграріїв, перш за все середніх та малих форм господарювання.

Структура функціонуючого аграрного капіталу в Україні характеризується певними диспропорціями не на користь основних виробничих засобів і нематеріальної складової, частка яких залишається стабільно низькою, що не відповідає збалансованості всіх факторів сільськогосподарського виробництва. За розрахунками науковців ННЦ „Інститут аграрної економіки”, вартість основних виробничих засобів у структурі спожитого аграрного капіталу сільськогосподарських підприємств за 2010–2015 рр. не перевищувала

30 % (у межах 21,3–27,2 %), [1]. За структурної комплексності всіх факторів сільськогосподарського виробництва частка основних засобів має становити не менше 40 %. Відповідно зменшується й питома вага основних засобів в активах сільськогосподарських підприємств з 50,2 % у 2010 р. до 46,6 % у 2015 р.

З 2011 р. по 2015 р. вартість основних засобів сільського господарства (мисливства та пов'язаних з ними послуг) сумарно з вартістю довгострокових біологічних активів у фактичних цінах зросла у 1,8 рази та досягла 205,6 млрд. грн. Але слід наголосити, що приріст вартості основних засобів сільського господарства був значною мірою обумовлений інфляційними чинниками, так як за цей період ціни на трактори та сільськогосподарські машини зросли в 1,7 рази, на будівельно-монтажні роботи – в 1,8, на автотранспорт – в 1,4 рази. Якщо ж взяти вартість основних засобів в доларовому еквіваленті, то найвищий показник складав у 2013 році – 19,0 млрд. дол., у 2015 він зменшився майже вдвічі.

В цілому частка основних засобів сільського господарства в загальному капіталі національної економіки зменшується за статистичними даними, хоча у 2015 році питома вага галузевих основних засобів за їх фактичною вартістю становила найвищий показник – 2,7 % (за рахунок зменшення загальної вартості активів у промисловості та в цілому по національній економіці), найменший результат у 2014 р. – 1,1% від загального капіталу [2].

Розвиток аграрного виробництва потребує наявності та структурованої збалансованості матеріально-технічної бази, яка б відповідала світовим стандартам та сучасним вимогам щодо новітніх технологій. Зростання рівня фондозабезпеченості сільського господарства, відповідність складу основних засобів кращим світовим зразкам, розвиток на інноваційній основі техніко-технологічного потенціалу сільськогосподарського виробництва є першочерговим стратегічним завданням.

Основна проблема полягає в тому, що наявних обсягів інвестування недостатньо для забезпечення необхідної моделі відтворення галузевих основних засобів. Забезпеченість сільського господарства основними засобами



не відповідає потребам виробництва. Ситуація, що склалася з ресурсним забезпеченням господарських формувань, свідчить про потребу в модернізації основних засобів, відновленні втраченого технічного потенціалу та його подальшому розвитку, впровадженні досягнень науково-технічного прогресу у відповідності до сучасних вимог конкурентоспроможного виробництва [3].

Підвищення ефективності сільськогосподарських підприємств практично не можливе без введення інновацій та інвестицій в матеріально-технічну базу. Позитивного результату можна досягнути шляхом впровадження нових технологій виробництва, оптимізації машинно-тракторного парку, раціонального використання земельних ресурсів та обробітку ґрунту, ефективного розміщення посівів та дотримання сівозмін, введення нових більш продуктивних сортів та гібридів в залежності від зональності, застосування екологічнобезпечних та ресурсозберігаючих технологій.

Інноваційно-інвестиційний напрям та оптимізація комплексу виробництва, адаптація його до сучасних тенденцій розвитку ринку агропродукції дозволить збільшити показники економічної ефективності та прибутковості підприємств аграрної сфери.

### Література

1. Матеріально-технічне забезпечення сільського господарства України: Посібник / [Лупенко Ю.О., Захарчук О.В., Вишневецька О.В. та ін.]; за ред. Ю.О. Лупенка та О.В. Захарчука. – К. : ННЦ ІАЕ, 2015. – 144 с.
2. Розвиток економіки сільського господарства України в 2011-2015 рр.: наукова доповідь / Національний науковий центр „Інститут аграрної економіки” [ Гадзало Я.М., Лупенко Ю.О., Пугачов М.І. та ін.]; за ред. Ю.О. Лупенка. – К.: ННЦ „ІАЕ”, 2016. – 546 с.
3. Підлісецький Г.М. Матеріально-технічна база аграрного виробництва: стан та проблеми відтворення / Г.М. Підлісецький, В.Л. Товстопят, А.В. Бурилко // Агроінком. – 2008. – № 5-6. – С. 34-39.

**Осадчий О.Д.,**

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії

Херсонський державний університет

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Важливою умовою функціонування інноваційного підприємництва є інноваційна інфраструктура, що створює сприятливе середовище для його розвитку, забезпечуючи горизонтальні і вертикальні зв'язки між суб'єктами інноваційного процесу. Зміна змісту та ролі підприємництва через реалізацію інноваційних ініціатив, виключна роль у продукуванні і впровадженні яких належить підприємцю-новатору, знайшли відображення у наукових працях П. Друкера, І. Кірцнера, М. Хенрексона, Й. Шумпетера та ін.

Переважаючою формою економіки на сьогоднішній день є інноваційна, в якій відбувається застосування новацій та винаходів, що продукує суспільство знань. Визначальна роль у цих процесах пов'язується із підприємцем-новатором, діяльність якого породжує поняття інноваційного підприємництва – специфічного явища суспільства знань, пов'язаного зі зміною трудового типу підприємця на інтелектуальний, який характеризується підвищеним рівнем освіти, духовності, соціальної відповідальності із домінуванням у системі цінностей забезпечення потреб у самовираженні, соціальної значимості [1,2].

Як система, інноваційне підприємництво знаходиться під впливом ряду факторів, серед яких: фінансово-економічні (наявність грошових коштів, розвиток інвестиційних фондів); організаційні (підготовка і підвищення кваліфікації інноваційних менеджерів, наявність методів та практики управління інноваційною діяльністю); техніко-технологічні (наявність матеріально-технічних засобів, модернізація та оновлення обладнання); нормативно-правове забезпечення (патентно-ліцензійне законодавство, пільги, що заохочують інноваційну діяльність, державна підтримка впровадження

інновацій); інституціональне середовище (готовність до перебудови усталених способів діяльності, порушення стереотипів поведінки і традицій, що склалися, рівень інноваційного мислення кадрів); інфраструктура підтримки інноваційного підприємництва на всіх рівнях (підприємства, регіону, галузі, країни).

Формування інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва здійснюється шляхом розвитку її окремих елементів, при цьому залишається диспропорція у формуванні інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва в регіонах України. Вважаємо, що оцінку інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва (фінансову, виробничо-технологічну, інформаційно-консультаційну, кадрову) слід проводити на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Так, щодо фінансової підсистеми на макрорівні, то на сьогодні на підприємствах аграрного сектора економіки України наявність спеціальних фондів фінансування інноваційного процесу є незначною. Підприємства в переважній більшості спрямовують фінансові ресурси на поповнення обігових коштів, а не фінансування інноваційних процесів. Щодо виробничо-технологічної підсистеми інфраструктури, то наявність структурних підрозділів по розробці, моніторингу ідей, раціоналізаторських пропозицій, лабораторій тощо можуть дозволити собі лише великі підприємства, а тому малі та середні суб'єкти господарювання інноваційний розвиток забезпечують через співпрацю з НДІ та ВНЗ, а також через процеси інтеграції.

Важлива роль у формуванні інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва належить кадровій підсистемі, основними суб'єктами якої є ВНЗ та наукові установи. Крім того, щодо мезорівня, то важливо оцінити ефективність та розгалуженість системи перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінського персоналу в регіоні та галузі. Так, відповідно до статистичної інформації в сільському господарстві підвищують кваліфікацію переважно працівники робітничих професій (54,8%). Частка керівників та фахівців є значно меншою і становить 11,9% та 33,3% відповідно. Це в свою

чергу негативно впливає на розвиток інноваційного підприємництва, оскільки саме від управлінського персоналу та його кваліфікації залежить прийняття виважених рішень, в тому числі щодо впровадження інновацій. Високопрофесійні та ефективні кадри з інноваційним мисленням є важливою складовою розвитку інноваційного підприємництва та конкурентоспроможності економіки, оскільки саме вони займають ключові управлінські позиції у всіх сферах діяльності, приймають найбільш успішні стратегічні рішення, генерують ідеї, забезпечують розвиток і впровадження нових технологій у бізнес та виробництво [1].

Таким чином, сприяння розвитку інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва має бути одним з основних питань інноваційної політики на державному й регіональному рівнях. Потребують розробки заходи щодо розвитку всіх її підсистем (фінансової, виробничо-технологічної, інформаційно-консультаційної, кадрової) з метою надання практичних рекомендацій системного характеру щодо розвитку інфраструктури підтримки інноваційного підприємництва.

### **Література:**

1. Баумоль У. Микротеория инновационного предпринимательства / У. Баумоль; под. ред. Т. Дробышевской. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2013. – 432 с.
2. Drucker P. Innovation and entrepreneurship / P. Drucker. – 1993. – P. 293.

**Якимченко В.Г.,**

викладач-стажист кафедри податкової та бюджетної політики

Херсонський національний технічний університет

## **ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Світовий досвід впровадження інноваційної моделі розвитку економіки свідчить, що її невід'ємним елементом є венчурне підприємництво. Терміни «венчурний капітал» і «венчурний бізнес» беруть початок від англійського слова «venture», яке перекладається як «ризикове підприємство або започаткування».

Венчурне підприємництво – це діяльність, спрямована на впровадження ризикових проєктів для одержання прибутків, підприємницького та засновницького доходів шляхом організації компанії, що займається впровадженням нововведень і подальшим їхнім розвитком. Венчурне підприємництво виконує функцію прискорювача інноваційного розвитку і здатне не тільки вивести економіку країни на вищий рівень, а й забезпечити прорив вітчизняних технологій на світові ринки [1].

Венчурний бізнес сприяв якісним змінам у структурі виробничих сил суспільства та суттєво вплинув на виробничі відносини. Зокрема, цей бізнес підтримав малий та середній наукоємний бізнес, забезпечивши симбіоз знань, фінансів та управління. Від того, наскільки успішно функціонує венчурний механізм сьогодні, залежить швидкість комерціалізації нових перспективних наукових ідей та технологічних розробок і, як наслідок, конкурентоспроможність національної промисловості в умовах глобалізації економічних відносин. Тому державні органи високо розвинених країн світу активно підтримують розвиток венчурного бізнесу, який може здійснюватися в трьох формах, а саме:

- участь як партнера з обмеженою відповідальністю у фондах, які засновуються і управляються професійними менеджерами венчурного бізнесу, або придбання акцій венчурних фірм через первинний ринок цінних паперів;

- організація квазісамостійної дочірньої фірми із керуючими – співробітниками корпорацій, а фінансування такої фірми здійснюється за рахунок коштів корпорації;

- пряме фінансування малих венчурних фірм державними, регіональними структурами або приватним капіталом.

Умовами венчурного інвестування є:

- наявність у фірми привабливого інноваційного проекту з відповідними характеристиками, тобто наявності бізнес-плану, експертних висновків;

- суспільна потреба у конкретному нововведенні;

- наявність відповідного управлінського персоналу, який здатний реалізувати цей проект;

- недержавна форма власності фірми (підприємство повинно бути акціонерним або під час фінансування стати акціонерним);

- інноваційний проект повинен забезпечити зростання капіталу в середньому на 50 %;

- фірма повинна мати узгоджений варіант виходу венчурного інвестора з бізнесу, тобто механізм продажу акцій.

Механізм венчурного фінансування полягає у тому, що великі банки, промислові фірми, спеціалізовані венчурні фонди надають кошти новим малим фірмам для розроблення перспективних ідей, не вимагаючи ніяких гарантій, розраховуючи лише на значний прибуток у разі успіху [2].

Середня норма доходу капіталу перебуває в межах 30-60 % і є досить привабливою. Але така діяльність пов'язана зі значним ризиком. За словами Тіма Драйпера: «Венчурний бізнес – це коли інвестуються 10 компаній, з них половина стає банкрутами, у трьох інвестиції повертаються, одна дає 10-кратне зростання, й у ще одній компанії прибуток в 100 разів перевищує вкладення».

Венчурні інвестиції, на відміну від класичних, не потребують гарантій, капітал вноситься без застави, на безпроцентній основі, як пай у статутний фонд фірми на певний термін (до 7 років); середня норма доходу значно вища, але й ризик більший; надається не лише капітал, а й управлінське уміння; інвестування здійснюється поетапно; існує тривала зацікавленість інвестора в успішному виконанні робіт венчурною фірмою, адже отримати дохід він зможе через 5-10 років після початку інвестування; прибуток венчурними фінансистами отримується після виходу акцій підприємства на відкритий ринок.

Інноваційна модель розвитку, побудована на венчурному бізнесі як окремому виді підприємництва, необхідна для успішного соціально-економічного розвитку України. Однак вона вимагає ряд передумов, зокрема, законодавчого врегулювання венчурного бізнесу в нашій державі, наявності певної кількості інвесторів із достатнім обсягом капіталу, які зможуть стати суб'єктами венчурної діяльності.

### **Література:**

1. Хорів С.В. Введення у венчурний капітал / С.В. Хорів // Інвестиції: практика та досвід. – 2002. – № 1. – С. 6-8.
2. Чабан В.Г. Складова інноваційної інфраструктури: венчурний капітал / В.Г. Чабан // Фінанси України. – 2011. – № 4. – С. 35-40.

**Сердюкова О.Д.**, студентка ЕФ

**Сілецька Н.В.**, науковий керівник, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Одним із найважливіших завдань в умовах реформування економіки України є забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг на національному та міжнародних ринках. Це потребує прискорення розвитку інноваційних процесів на підприємствах різних форм власності. Сьогодні інноваційна діяльність є потужним каталізатором та надійною гарантією високоефективного бізнесу. Однією із головних умов успіху фірми в конкурентній боротьбі є її здатність до постійних інновацій, тобто вміння розробляти та впроваджувати на ринок нові товари. Стрімкий розвиток інноваційної сфери України та очевидні переваги застосування новітніх досягнень науки в повсякденній діяльності вітчизняних підприємств спонукають сучасних підприємців нарощувати інноваційний потенціал. Курс на інноваційний розвиток в Україні дасть змогу реорганізувати економіку на основі удосконалення наукомістких виробництв, запровадження прогресивних високотехнологічних процесів, розробки та випуску нової конкурентоспроможної продукції.

За даними Державної служби статистики в Україні у 2015 р. простежувалася тенденція збільшення кількості підприємств, що витрачали кошти на інноваційну діяльність більш ніж на 20 % (порівняно з 2014 р.). Це відбулося за рахунок задіяння в інноваційній діяльності 1679 підприємств, або 16,2 % від загальної кількості промислових підприємств (що на 2,4 % більше, ніж у 2014 р.). Загальні інноваційні витрати у 2015 р. становили 14,3 млрд. грн, а частина інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції становила 3,8 %[3].



У 2015 р. кожне сьоме промислове підприємство здійснювало інновації, а кожне шосте – впроваджувало їх у свою діяльність. Найбільша кількість інноваційно активних підприємств знаходиться в Києві, Запорізькій, Львівській, Миколаївській та Харківській областях. В Україні майже 60 % інноваційної продукції створюють підприємства, що належать до галузей виробництва третього та четвертого технологічних укладів, тоді як у розвинених країнах світу понад 90 % інвестицій вкладають у п'ятий та шостий технологічні уклади. Наявного інноваційного потенціалу недостатньо для сталого розвитку інноваційної діяльності загалом по країні, а інноваційна активність може бути визначена кількістю промислових підприємств, які створювали або впроваджували різноманітну інноваційну продукцію. Взагалі переорієнтація виробничого потенціалу на новітні технології в Україні здійснюється повільно, у багатьох галузях промисловості продовжує домінувати тенденція не оновлення виробничих потужностей, а завантаження наявних, недостатньо продуктивних [2].

Затримка у їх модернізації та впровадженні інновацій дедалі збільшує розрив між можливостями вітчизняних виробників та аналогічних закордонних нововведень конкурентів, поглиблює технологічне відставання від світових лідерів. Українцями залишаються обсяги виробництва високотехнологічної, отже високоефективної продукції. Для більшості наявних виробництв використання інновацій не є головним фактором розвитку [1].

Серед головних проблем розвитку інноваційної діяльності країни виокремлено брак державної підтримки, незадовільна податкова система та, як результат, відсутність мотивації щодо вдосконалення нових технологій, значна зношеність обладнання та застаріла матеріально - технічна база, дефіцит фінансових ресурсів і слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій. Простежується також недосконалість та недостатність інформаційного забезпечення інноваційної діяльності аграрних підприємств. Брак чіткої методології формування облікової інформації та впорядкованої системи

внутрішньої звітності щодо інноваційної діяльності підприємств перешкоджає ефективному управлінню інноваційними процесами.

Для розв'язання порушених проблем потрібно: удосконалити нормативно-правову базу державного регулювання та стимулювання інноваційної сфери; проводити системну виважену політику щодо стимулювання нарощування та використання інноваційного потенціалу підприємств; сформувати систему державного замовлення науково-технічної та інноваційно-технологічної продукції; сформулювати та затвердити на державному рівні стратегію науково-технологічного та інноваційного розвитку; створити умови для формування інфраструктури, що здійснювала б інформаційний, консалтинговий, маркетинговий та інші види підтримки інноваційних процесів; розробити пропозиції щодо вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення інноваційних процесів з метою зменшення ризику щодо прийняття управлінських рішень для вибору оптимального варіанта інноваційних проектів.

### **Література:**

1. Предеїн А. М. Сучасний стан та шляхи розвитку національної інноваційної системи України // [Електронний ресурс] / А. М. Предеїн. — Режим доступу : <http://udpu1805.mybb3.net/viewtopic.php?t=5>.

2. Сербенівська А. Ю. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємств [Електронний ресурс] / А. Ю. Сербенівська. — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1690>.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Осадчук І.В.**, к.с-г.н, доцент,  
**Прищеп А.В.**, студентка економічного факультету,  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ СІМЕЙНИМИ ФЕРМЕРСЬКИМИ ГОСПОДАРСТВАМИ**

Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» з 01.05.2016 року дозволяє громадянам створювати сімейні фермерські господарства (далі – сімейні ФГ) зі статусом та без статусу юридичної особи. Наразі всі ФГ, вже зареєстровані як юридичні особи, можуть отримати статус сімейного ФГ, за умови що в їх підприємницькій діяльності використовується праця членів таких господарств, якими є виключно члени однієї сім'ї. Всі бажаючі громадяни, які використовують особисте селянське господарство, земельні ділянки, де будуються житлові будинки і піднімаються виробничі об'єкти, спеціально призначені для самостійної підприємницької діяльності в аграрній сфері сільського поселення, а також отримані в результаті реструктуризації колективних сільськогосподарських підприємств, виділені з земель запасу, орендовані, можуть зареєструватися як фізичні особи-підприємці, створити сімейне ФГ без статусу юридичної особи [1], що означає створити нові робочі місця для себе та членів сім'ї і, в перспективі, поповнити ряди середнього класу. Однак, створити сімейне ФГ замало. Важливо управляти ним так, щоб воно було прибутковим і працювало на забезпечення сталого розвитку територіальних громад та забезпечення продовольчої безпеки держави. Усе це визначає актуальність даної роботи.

На шляху становлення і розвитку сімейного фермерства в Україні стоїть багато невирішених проблем. Поки що зовсім небагато є наукових робіт, присвячених вирішенню проблем саме сімейних ФГ. То ж не дивно, що серед

доступних нам робіт не виявлено таких, в яких би піднімалася проблема застосування інноваційних методів управління ними.

Мета дослідження: визначити ефективні інноваційні методи управління сімейними ФГ.

У ході теоретичного дослідження встановлено, що для України сімейні ФГ - це нові економічні структури аграрного сектору, які займають проміжне становище між особистими селянськими господарствами і сільськогосподарськими підприємствами.

За кордоном вчені давно працюють над тим, щоб поставити сімейні ФГ в центр сільськогосподарської, екологічної та соціальної політики держав, виявивши прогалини і визначивши нові можливості, сприяти їх просуванню по шляху більш рівноправного і збалансованого розвитку [2]. Однак, в Україні ця робота тільки розпочинається. На нашу думку, серед безлічі проблем, які мають подолати селяни, що оберуть шлях сімейного фермерства, надзвичайно важливою є проблема добору й застосування ефективних інноваційних методів управління ними.

Інноваційні методи управління сімейними ФГ можна розглядати як особливі способи використання засобів управлінської діяльності у ході реалізації співробітництва господарства і держави, його голови і членів сім'ї / найнятих громадян, залучених до роботи виключно для виконання сезонних і окремих робіт, які безпосередньо пов'язані з діяльністю господарства та потребують спеціальних знань чи навичок. Ці методи покликані: створити умови для чіткої організації процесу управління господарствами, використання сучасної техніки і прогресивної технології організації праці (в тому числі й управлінської) та виробництва; забезпечити досягнення цілей сімейних ФГ, їх злагоджену роботу і високу ефективність діяльності; сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена сім'ї / найнятого громадянина; забезпечити своєчасну і дієву ліквідацію відхилень від накресленого плану.

Серед традиційно застосовуваних методів управління сімейним ФГ звичайно ж будуть прямі методи управління (переконування, примушування, навіювання і

вимога поведінки за зразком), що використовуються в процесі безпосереднього спілкування голови ФГ з сім'єю в цілому або з окремими її членами / найнятими громадянами і, як правило, не вимагають організації спеціальних умов для їх застосування, і непрямі, які опосередковують спеціальною організацією умов діяльності і поведінки людини і групи. Ці методи не вимагають обов'язкового безпосереднього управлінського спілкування голови ФГ з членами господарства, однак, реалізуються в триваліший проміжок часу і вимагають від нього не тільки організації відповідних умов для їх використання, але, найголовніше, – включення членів господарства у перетворення.

Однак, застосування традиційних методів управління недостатньо для забезпечення успішної діяльності сімейного ФГ. Слід застосовувати ще й інноваційні методи управління ними. Серед таких методів дієвими будуть методи прийняття управлінського рішення в процесі адаптивного управління (моделювання взаємодії, метод експертних оцінок, метод Дельфі, метод «кінгісе» ін.), а також методи і технології, що застосовуються для налагодження розвинутих ринкових стосунків в управлінні (аутсорсинг, бенчмаркінг, маркетингово-моніторингові дослідження тощо). Однак надзвичайно важливими можуть виявитися інноваційні методи зміцнення організаційної культури сімейного ФГ (мова не йде про створення культури господарства, оскільки в її основі лежить культура сім'ї).

Голові сімейного ФГ варто зосередити увагу на таких інноваційних методах підтримки бажаної культури свого господарства: наслідуванні його власної поведінки (він має стати моделлю поведінки), його реакції на поведінку інших членів господарства в критичних ситуаціях, заявах, закликах, деклараціях типу: «Ми маємо бути першими!», навчанні й підвищенні кваліфікації членів ФГ, системі стимулювання, яка має підтримувати саме ті норми поведінки, саме те ставлення до справи, в яких найбільш повно виражено зміст і основну спрямованість культури, яка культивується й підтримується в сім'ї, сімейних традиціях, правилах і порядках, навіть на розробці й широкому впровадженні символіки.

Отже, сімейні ФГ потребують посиленої уваги науковців, держави, суспільства, у тому числі й до проблем вибору методів управління ними, адже у перспективі саме вони стануть економічною та соціальною опорою суспільства. Інноваційні методи управління сімейними ФГ покликані створити умови для забезпечення максимальної ефективності цього типу господарств у процесі досягнення їх мети. Основні можливості розвитку для багатьох сімейних ФГ лежать у площині стратегії розвитку їхньої культури. Успіху зможуть досягнути голови тих господарств, які зрозуміють і усвідомлять, що інноваційні методи підтримки бажаної культури сімейних ФГ є запорукою успішної реалізації одночасно їх короткострокових й довгострокових цілей.

Подальші дослідження буде спрямовано на визначення інших важливих проблем, можливостей та перспектив становлення і розвитку різних видів вітчизняних сімейних ФГ без статусу юридичної особи в умовах гострої конкурентної боротьби за право займатися підприємницькою діяльністю на українській землі та за ринки збуту продукції.

### Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» № 1067 – VIII від 31.03.2016 р. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1067-19>.

2. Збарська А.В. Сімейна ферма як вид малого бізнесу і форма господарювання на селі: перспективи розвитку / А.В.Збарська // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) № 4(28), 2014 р.- С. 45 – 53.

3. Свистун В.І. Інноваційні методи управлінської діяльності керівників ПТНЗ: посібник / В.І. Свистун, Г.В. Єльнікова, Л.М. Петренко, Л.Д. Кузьмінська, Ю.С. Палькевич. – К.: ІПТО НАПН України, 2015. – 188 с.

**Вермієнко Т.Г.**, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Інноваційний розвиток, спираючись на загальні принципи циклічного розвитку науково-технічного прогресу, визначає об'єктивну потребу зміни поколінь техніки та технологій, передбачає можливі альтернативні варіанти впровадження науково-технічних нововведень тощо.

Сучасний стан фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні представлено такими проблемами:

- брак власних коштів, спричинений незадовільним фінансовим станом підприємств;
- висока вартість кредитних ресурсів;
- нерозвиненість ринку венчурного капіталу, що зумовлює низький рівень участі вітчизняних інвесторів;
- державна підтримка у формі прямого фінансування має істотні бюджетні обмеження та не узгоджена з пріоритетами інноваційного розвитку;
- надання податкових пільг підприємствам, які здійснюють продуктивні і технологічні інновації, виступає дієвим механізмом впливу держави на прискорення інноваційних процесів;
- принципи формування та розвитку спеціалізованих державних (комунальних) інноваційних фінансово-кредитних установ в Україні;
- домінування механізмів самофінансування;
- обмеженість зовнішніх джерел залучення коштів.

Усе це зумовлює потребу в удосконаленні механізмів фінансування інноваційної діяльності.

У середньостроковій перспективі (2015-2020 рр.) на ринкові реформи фінансування інноваційної діяльності в Україні впливатиме обмеженість

фінансових джерел, спричинена як об'єктивними чинниками, так і перешкодами, свідомо створюваними конкурентами, а також дефіцитом «довгих» грошей у банківській системі й низьким рівнем рентабельності підприємств реального сектору. Це зумовлює доцільність застосування активної державної інноваційної політики.

Основними напрямками вдосконалення фінансового забезпечення інноваційної діяльності на підприємствах є:

- прийняти закони України «Про визначення національних пріоритетів» та «Про формування Банку Розвитку», що дозволить створити законодавчу базу для концентрації ресурсів на фінансовому забезпеченні пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;

- закріпити у Податковому кодексі України порядок і розмір надання податкових пільг інноваційним проектам, контроль за їх використанням і поверненням коштів до бюджету в разі їх нецільового використання;

- встановити особливий порядок стимулювання інноваційної діяльності підприємств, зокрема, за рахунок амортизаційної та податкової політики і кредитування;

- запровадити довгострокове державне стратегічне планування інвестиційної діяльності з включенням до нього державних програм розвитку, які б відповідали національним пріоритетам, і передбачали їх забезпечення фінансовими ресурсами;

Кабінету Міністрів України розробити нормативні акти щодо вимог до державних інвестиційних проектів, які підлягають затвердженню на рівні КМУ, гарантій їх фінансування, зокрема Банком Розвитку, а також розробити комплексну Державну програму щодо розвитку венчурного інвестування в Україні.

Так як інноваційний процес може спиратися лише на конкурентне ринкове середовище, держава має забезпечити фінансову підтримку підприємств, які взяли на себе тягар інноваційної ініціативи. Вибір джерел і



форм фінансування залежить від певних етапів інноваційного процесу причому з наближенням до завершальної стадії зростає роль приватного сектору.

При досягненні даної мети потрібно вирішити такі завдання, як збільшення частки наукових та науково-технічних досліджень, спрямованих на створення нових видів інновації продукції; сприяння розвитку міжнародного партнерства у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності; інтеграції вітчизняного сектору наукових досліджень і розробок до світової інноваційної системи; орієнтації вітчизняних товаровиробників на створення високотехнологічної конкурентоспроможної та екологічно чистої продукції.

### Література:

1. Гончарова О.М. Особливості інноваційної діяльності підприємств АПК України / О.М. Гончарова, Г.А. Єгорова //Збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми сучасної економіки». – м. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2015. – Ч.2. – 120 с.

2. Єгоров І.Ю. «Інноваційна Україна – 2020»: основні положення національної доповіді / І.Ю. Єгоров // Науковий журнал: Економіка України. – 2015. – № 9. – С.4-18.

3. Симоненко В. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / В. Симоненко // Київський центр інноваційного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.indev.kiev.ua](http://www.indev.kiev.ua).

**Степанова І.В.**, к.е.н, доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Сучасна аграрна сфера, основною ознакою якої є динамічність економічних процесів, розвивається стрімко, на фоні науково-технічного прогресу та посиленні інтенсивності конкуренції. Ці процеси супроводжуються масштабністю та варіативністю видів діяльності сільськогосподарських підприємств, ускладненням їх економічних зв'язків, зміною цін на сільгосппродукцію, гострим зростанням потреби в сучасних основних засобах. Державне регулювання, натомість, не встигає здійснювати регулювання аграрних відносин, їх лібералізацію та удосконалення. У таких умовах забезпечення економічного розвитку та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств не можливе без суттєвих інвестицій у високотехнологічні засоби виробництва й новітні технології в рослинництві та тваринництві. Сучасні сільськогосподарські підприємства в Україні потребують інвестицій для оновлення основних засобів виробництва і розширення його обсягів, упровадження інноваційних технологій, закупівлі нових сортів рослин і порід тварин. Необхідно також здійснювати і інші капіталомісткі інноваційно-інвестиційні проекти, які підвищують конкурентоспроможність аграрного сектору. Саме тому сьогодні постає актуальним завдання пошуку нових форм і методів активізації організаційно-економічного механізму розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності та її стратегічного спрямування в аграрній сфері.

Якісна модель розвитку сільськогосподарських підприємств передбачає прискорення процесу їх модернізації і переходу до якісно нової моделі розвитку. Для цього необхідно забезпечити раціональне використання обмежених економічних ресурсів та ефективне функціонування в умовах

глобальної конкуренції, розширити можливості залучення інвестиційних ресурсів із зовнішніх джерел. Але, як відомо, інноваційні перетворення спричиняють збільшення невизначеності і ризиків, при цьому розширюється варіантність підходів до формування та реструктуризації організаційно-економічного механізму розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності.

Це визвало багато суперечок поміж дослідників цього питання. Саме тому різні аспекти цієї проблеми тривалий час є об'єктом уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників. До найбільш відомих та актуальних наукових розробок можна віднести роботи О. Амоші, П. Друкера, Р. Фатхутдінової, Й. Шумпетера. Серед вітчизняних економістів-аграрників змістовні пропозиції містяться у роботах В. Андрійчука [1], А. Гайдуцького, Ю. Лупенка, Г. Підлісецького, П. Саблука, О. О. Шпикуляка [2] та ін.

Незважаючи на великий обсяг та різноплановість наукових результатів у межах цієї проблематики, слід зазначити, що деякі питання залишаються малодослідженими або дискусійними. Це в першу чергу стосується необхідності обґрунтування теоретичних і методичних засад розвитку інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Доцільними також слід вважати комплексну оцінку ефективності їх інноваційно-інвестиційної діяльності та розробку комплексно-відтворювального підходу до формування та використання інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Досягти цієї мети можливо при розв'язанні завдань підвищення рівня конкурентоспроможної на вітчизняних та зарубіжних ринках сільськогосподарської продукції, що потребує модернізації аграрної економіки, а її найважливішим фактором є активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств галузі.

Інвестуючи інноваційні процеси, необхідно визначити їх типи, тому, що різні види інновацій потребують різних підходів. Сьогодні загальноприйнятими вважаються такі типи інновацій, як технологічні інновації, які є кінцевим результатом інноваційної діяльності, що втілюється у новому чи вдосконаленому

товарі; процесні інновації – це розробка та впровадження технологічно нових або технологічно суттєво вдосконалених виробничих методів; продуктові інновації, які містять розробку та впровадження у виробництво технологічно нових і значно вдосконалених продуктів; інноваційні товари, роботи, послуги що містять товари, роботи, послуги, які піддавалися впродовж останніх трьох років різним технологічним змінам; маркетингові інновації, що передбачають істотні зміни в дизайні й упаковці товарів, робіт, послуг; організаційні інновації як нові методи ведення бізнесу, організації робочих місць, зовнішніх зв'язків.

Для сільськогосподарських підприємств класифікація інновацій за різними ознаками має велике практичне значення. Вона допомагає створити інноваційну стратегію розвитку аграрного підприємства.

Інноваційний інвестор завжди ризикує більше, ніж більшість інвесторів у традиційні проекти, оскільки реакція ринку може виявитися непередбачуваною, а вкладення у нові технології управління, виробництва або розподілу можуть бути занадто швидко скопійовані конкурентами, що не дозволить отримати високий планований дохід і окупити вкладення. Крім того, інвестиції в інновації не завжди можуть дати швидкий та передбачуваний результат. При найсприятливішого розвитку вкладення ресурсів немає гарантії підвищеного доходу усім інвесторам.

Економічний процес інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно розглядати з індивідуальної позиції конкретного господарюючого суб'єкта, який здійснює свою виробничу та інвестиційну діяльність у взаємодії з іншими суб'єктами багатосторонніх економічних відносин. У цих відносинах беруть участь постачальники сировини та матеріально-технічних ресурсів, конкуренти, комерційні й збутові посередники, оптові та індивідуальні споживачі виробленої продукції у конкретно існуючих економічних, нормативно-правових, соціальних, політичних, трансформаційних, екологічних та інших умовах.

### Література:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: [підручник] / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
2. Шпикуляк О.Г. Інституції у розвитку та регулюванні аграрного ринку: [монографія] / О.Г. Шпикуляк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 396 с.

**Барсук Ю.В.**, аспірант  
кафедри публічного управління та адміністрування  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО ПОЛОЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

У наш час надзвичайно важливим аспектом розвитку є дослідження в області інноваційної діяльності в умовах ринкових відносин. Інноваційне підприємництво в аграрній сфері - один з найбільш важливих шляхів забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних ринків сільськогосподарської продукції. Теорія показує, що найбільш ефективним шляхом подолання кризових ситуацій в аграрній сфері є інноваційний шлях. Лише шляхом інноваційного розвитку можна швидко і ефективно трансформувати сільське господарство, стимулювати мале і середнє підприємництво і в той же час забезпечити вихід на світовий рівень, що в свою чергу має значення для нашої країни з її багатим аграрним потенціалом. Сучасний стан аграрного сектора визначається процесами глобалізації ринку, загостренням конкуренції на ньому, підвищенням чисельності висококваліфікованого персоналу, зростанням технологічності виробництва, поширенням всебічної інформації.

Інноваційна діяльність в АПК - це діяльність, спрямована на вдосконалення аграрного сектора із застосуванням нововведень в аграрне виробництво і розвиток. Науково-дослідна сфера повинна орієнтуватися на

ринок новітніх розробок, вивчати попит на наукову продукцію, створювати такі технології, які б в ринкових умовах відповідали критеріям ефективності, були мало витратними, ресурсозберігаючими і екологічно безпечними. Слід зазначити, що інноваційна діяльність в АПК залежить від науки, яка переважно здійснюється науковими установами та науково-педагогічними кадрами вищих навчальних закладів усіх рівнів акредитації.

Щоб здійснювати науково-технологічну та інноваційну діяльність необхідно розробляти і практично реалізовувати відповідні заходи на державному і регіональному рівнях. Бізнес в сфері наукових знань повинен активно розвиватися на пріоритетних фінансових, ресурсних та інформаційно-інтегрованих засадах в умовах глобалізації. [1]

Залучаючи інновації, як досягнення науково-технічного прогресу, в аграрну сферу, Україна неминуче повинна досягти підйому в економіці. Велике значення має залучення інвестицій в сільське господарство України, які сприятимуть піднесенню національної економіки, розвиток цієї галузі та затвердження її як основи народного господарства. Залучення інвестицій направлено на впровадження найбільш високорентабельних інноваційно-інвестиційних проєктів, використання яких сприятиме розвитку високоефективного виробництва.

Тому виникає необхідність аналізувати умови використання ринкових форм вкладення капіталів, а також інвестування в сільське господарство як самостійну стратегічно важливу галузь [2].

Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України є стратегічною проблемою. Розвиток аграрного сектора можливий при забезпеченні конкурентоспроможності та збереження конкурентних переваг аграрних підприємств і продовольчих товарів на регіональних і міжнародних ринках. Конкуренція розкриває потенціал суб'єктів аграрного ринку і виконує важливу функцію постійного руху розвитку сільськогосподарського виробництва.

Внаслідок відсутності зваженої стратегії реорганізації

сільськогосподарських підприємств товаровиробники виявилися в складній економічній ситуації і встали перед необхідністю скорочувати впровадження досягнень науки у виробництві. Також дуже мало в Україні підприємців, які володіють стратегічним мисленням, здатністю передчувати, створювати інновації і вибирати серед них ті, які здатні забезпечити стійкість конкурентоспроможності підприємств на сучасних і майбутніх ринках (національних і міжнародних). [3]

Важливою умовою успішного розвитку інновацій є лідируюче положення на ринку збуту. Для визначення пріоритетності інноваційних проектів в АПК України необхідно використовувати методи, критерії та показники, які застосовуються у світовій і вітчизняній практиці при розгляді інвестиційних проектів [4].

Таким чином, виникає необхідність створення національної інноваційної системи, впровадження необхідності забезпечення аграрного сектора науковими розробками і новими технологіями. Така робота вимагає значних вкладень, які з часом окупаються, про що свідчить зарубіжний досвід. В результаті практичне впровадження інноваційної спрямованості є дуже тривалим, суперечливим і багатоетапним процесом.

### Література:

1. Лайко П. А. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу: монографія / П. А.Лайко, М. Ф.Бабієнко, П. М.Музика та ін..- К.: УААН, ІАЕ, 2007. – 85 с.
2. Цюпко С. В. Логіка інноваційно-інвестиційного розвитку сільського господарства України: монографія / С. В.Цюпко. – К.: УААН, ІАЕ, 2003. – 77 с.
3. Чабан В. Г. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору: монографія / В. Г.Чабан. – К.: УААН, ІАЕ, 2006. – 68 с.
4. Шлапак В. О. Аспекти інноваційного розвитку сільського господарства України: монографія / В. О.Шлапак. – К.: УААН, ІАЕ, 2004. – 65 с.

## **2. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ**

**Самайчук С.І.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **АНАЛІЗ ДОХОДІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Розвиток економіки вимагає збалансованого функціонування всіх видів ресурсів, що використовуються в народному господарстві. Людські ресурси, поряд із іншими, що використовуються в сільському господарстві, є найважливішими і специфічними. Однією з основних рис, що характеризують специфічність людського ресурсу є те, що життя людини не обмежується трудовою діяльністю і в процесі життя людина споживає створені нею ресурси. Крім того нестача трудових ресурсів є фактором, що стримує ріст виробництва. Щоб забезпечити потребу в трудових ресурсах, необхідно забезпечити планомірне їх відтворення. Тому для забезпечення достатнього рівня відтворення трудових ресурсів необхідно врахувати дію всіх факторів, що впливають на даний процес. Основними з них є: економічні, соціальні та демографічні. На даному етапі розвитку економіки зростає роль економічного фактора, або економічних інтересів працівників, що зайняті в сільському господарстві. А саме, на перше місце виходить система матеріального стимулювання працівників. Ця система має складну структуру, яка передбачає зацікавленість учасників виробничого процесу в підвищенні рівня оплати своєї роботи. Основною складовою даної системи є заробітна плата. Оскільки заробітна плата займає основну питому вагу в доходах населення, то її рівень визначає добробут населення, що забезпечує стабільність виробництва [1].

Аналіз структури доходів населення Херсонської області свідчить, що основними статтями доходів є заробітна плата та соціальна допомога. При



цьому особливістю області є те, що питома вага державних соціальних допоміг у структурі доходів перевищує частку заробітної плати. Це означає, що заробітна плата не є первинним і основним джерелом доходів населення Херсонської області.

Крім того працівники сільського господарства отримують заробітну плату, яка є нижчою порівняно з іншими галузями, наприклад промисловістю (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка рівня номінальної заробітної плати за видами економічної діяльності в Херсонській області

Вид економічної діяльності	Роки					Відхилення 2015р. від 2011 р. (+,-)	
	2011	2012	2013	2014	2015	грн.	%
Сільське, лісове та рибне господарство	1675	1812	2037	2318	2926	+1251	+74,7
Промисловість	2170	2503	2641	2860	3671	+1501	+69,2
Сільське, лісове та рибне господарство у % до промисловості	76,9	72,4	77,1	81,0	79,7	X	+2,8 в.п.

З проведених розрахунків бачимо, що заробітна плата в сільському господарстві в порівнянні з промисловістю є досить низькою.

Так у 2014 р. заробітна плата працівника сільського господарства в середньому по області складала 2318 грн. (81,0% від заробітної плати в промисловості) в той час як у промисловості вона дорівнювала 2860 грн., що в 1,2 рази більше ніж в сільському господарстві. Відповідно у 2015 р. заробітна плата в промисловості в 1,3 рази перевищувала заробітну плату в сільському господарстві.

Однак негативним є те, що зазначений розрив має тенденцію до зростання. Так за період з 2011 по 2015 рр. заробітна плата в сільському господарстві області зростає в 1,6 рази, а в промисловості в 1,7 рази. Тобто

заробітна плата працівників сільського господарства і надалі залишається нижчою ніж в промисловості.

За даними табл. 2 бачимо, що середній розмір середньомісячної номінальної заробітної плати по Херсонській області є нижчим в порівнянні з даними по Україні за весь аналізований період.

Таблиця 2

Динаміка розміру середньомісячної номінальної заробітної плати працівників за видами економічної діяльності в Херсонській області

Вид економічної діяльності	Роки					Відхилення 2015р. від 2011 р. (+,-)	
	2011	2012	2013	2014	2015	грн.	%
Всього:							
по області	1970	2269	2464	2617	3123	+1153	+58,5
по Україні	2633	3026	3265	3480	4195	+1562	+59,3
Сільське, лісове та рибне господарство:							
по області	1675	1812	2037	2318	2926	+1251	+74,7
по Україні	1853	2086	2340	2556	3309	+1456	+78,6
Промисловість:							
по області	2170	2503	2641	2860	3671	+1501	+69,2
по Україні	3107	3478	3763	3988	4789	+1682	+54,1

Так у 2011 р. заробітна плата по області була нижчою в порівнянні з даними по Україні на 663 грн., у 2012 р. – на 757 грн., у 2013 р. – на 801 грн., у 2014 р. – на 863 грн., у 2015 р. - на 1072 грн. Якщо порівнювати заробітну плату працівників сільського господарства, то її розмір по області є також нижчим ніж середні дані по Україні. Якщо провести співставлення із заробітною платою в промисловості, то розмір заробітної плати працівника сільського господарства на 20,3% нижчий. Так у 2015 р. заробітна плата в промисловості становила 3671 грн. при тому, що в сільському господарстві вона була на рівні

2926 грн. Така тенденція спостерігається на протязі всього аналізованого періоду.

Виходячи із таких обставин жителі села не зацікавлені працювати в сільському господарстві і змушені займатися не лише сільським господарством, а і іншими видами господарської діяльності, що призвело до кризового стану сільського господарства.

### **Література:**

1. Мисник Т.Г. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів на сільськогосподарських підприємствах АПК: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Т.Г. Мисник. – Дніпропетровськ, 2010. – 20с.

2. Статистичний щорічник Херсонської області за 2015 рік / За ред. В.А. Вознюка. – Херсон: Головне управління статистики у Херсонській області. 2016. – 488 с.

**Прищеп А.В.**, студентка ЕФ

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Мале підприємництво є найбільш динамічним елементом структури національного господарства. Його роль у житті суспільства при ринковій системі господарювання полягає в тому, що воно: є одним із провідних секторів економіки; формується на засадах дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру і якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, характеризується швидкою окупністю витрат, свободою ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживчими товарами і послугами повсякденного користування, а, отже і

попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції. Малий бізнес є органічним структурним елементом ринкової економіки. Цей сектор історично і логічно відігравав роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Ця специфіка та своєрідне функціональне призначення малого бізнесу набуває особливого значення для країн, які йдуть шляхом відтворення ринкової системи господарювання.

Малі підприємства в Україні у своїй діяльності стикаються з великими труднощами. Головна проблема малих підприємств — недостатня ресурсна база як матеріально-технічна, так і фінансова. Практично йдеться про створення широкого нового сектора народного господарства майже на порожньому місці. Протягом десятиліть такого сектора у нашій країні не було. Це, зокрема, означало і відсутність підготовлених підприємців. Наступна проблема — це та законодавча база, на яку зараз може спиратися мале підприємництво. Поки вона, ще недосконала, а в багатьох дуже істотних випадках взагалі відсутня.

Проведені дослідження показали, що значна кількість новостворених малих підприємств не можуть розпочати свою діяльність через обмеженість фінансових ресурсів, сировини та матеріалів, виробничих площ та обладнання, практичних навичок працівників, «менеджерського таланту» у здійсненні бізнесу. Вони мають проблеми виробничо-технологічного характеру, труднощі у пошуку інвесторів та одержанні кредитів, реалізації продукції, формуванні відповідної клієнтури.

Беручи до уваги перешкоди, які стримують розвиток малого бізнесу в Україні, місцевим радам доцільно було б надати законодавством право встановлювати податкові пільги з урахуванням специфіки регіону:

- застосування знижених податкових ставок на старті для малих підприємств, які займаються виробництвом;
- встановлення диференційованих ставок податку на прибуток залежно від виду послуг, наданих населенню;

- зниження ставки податку на прибуток для тих виробництв, у яких економічний ефект досягається переважно за рахунок живої праці;
- встановлення постійних пільг при оподаткуванні осіб, колективів, які займаються підприємницькою діяльністю в сільському господарстві;
- використання пільг і компенсацій для стимулювання зростання зайнятості (особливо в районах, де зайва робоча сила чи висока частка непрацюючих унаслідок звільнення трудових ресурсів із діючих підприємств), створення нових робочих місць, поліпшення умов праці й таке інше;
- застосування пільгового оподаткування підприємств, діяльність яких на території допомагає вирішенню конкретних завдань, які стоять перед місцевими радами;
- повне скасування податків тощо.

Для створення більш сприятливого клімату та дійової фінансово-кредитної підтримки розвитку малих форм господарювання необхідно підвищити роль держави як партнера та регулятора підприємницької діяльності шляхом проведення активної, послідовної державної політики у цьому важливому секторі ринкової економіки.

Фінансово-кредитну підтримку малого підприємництва доцільно здійснювати за такими напрямками:

- створення розвиненої мережі фінансово-кредитних установ, інвестиційних та інноваційних фондів, страхових компаній;
- розвиток товариств взаємного кредитування та страхування;
- спрямування певної частини коштів від приватизації державного майна на підтримку у малих підприємств;
- активізація діяльності Українського фонду підтримки підприємства та його регіональних структур;
- використання можливостей фінансового забезпечення малих підприємств, що здійснюють інноваційну діяльність, впроваджують нові технології та перспективні бізнес-проекти за рахунок коштів Державного інноваційного фонду;

- законодавчо-нормативне забезпечення розвитку франчайзингу, що дасть можливість малим підприємствам одержати фінансову, інноваційну та організаційну підтримку з боку крупних фірм-франчайзерів, а також підвищити ступінь їх життєздатності на товарному ринку в умовах конкуренції;
- розробка і впровадження чіткого механізму заохочення комерційних банків до роботи з малими підприємствами.

Стимулювання фінансово-кредитних установ до роботи з суб'єктами малого підприємництва доцільно здійснювати шляхом: використання державних кредитних ліній для підтримки малого підприємництва із зазначенням середнього розміру позики, відсоткової ставки та секторів кредитування; встановлення сприятливого режиму оподаткування і переваг фінансовим установам, що безпосередньо обслуговують пріоритетні напрямки господарювання малих підприємств; створення системи надання гарантій для забезпечення кредитів; страхування діяльності суб'єктів малого підприємництва.

З метою послаблення податкового тиску, заохочення суб'єктів малого підприємництва до діяльності у виробничій сфері, укріплення їх позицій на товарному ринку необхідна відповідна податкова система. Загальний рівень оподаткування, система оподаткування повинні бути стабільними протягом періоду реформування економіки.

Розвиток малого бізнесу є дуже важливим для країни. Адже він може формувати платоспроможний попит населення, який є суттєвим чинником накопичення фінансових ресурсів на місцевому, регіональному і державному рівнях. Тому Основними напрямками дальшого розвитку малого підприємництва в Україні у найближчій перспективі є: формування належної законодавчої бази, сприятливої для розвитку малого бізнесу; вдосконалення фінансово-кредитної підтримки; забезпечення матеріально-технічних та інноваційних умов розвитку малих підприємств; інформаційне та кадрове забезпечення бізнесу; стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва.

### Література:

1. Бойчук О. Перспективи розвитку малого бізнесу в Україні [Режим доступу <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/821>]
2. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>
3. Как «поддержат» малый и средний бизнес в Украине: анализ законопроекта. Финансовый доктор [Электронный ресурс]. – Режим доступу: [http://findoctor.com.ua/rus/market/news/2013/02/15/kak\\_podderzhat\\_malyj\\_1513.html](http://findoctor.com.ua/rus/market/news/2013/02/15/kak_podderzhat_malyj_1513.html).
4. Малый бизнес: надежды и реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ubr.ua/top/malyi-biznes-nadejdy-i-realnost>

**Рудік Н.М.**, к.с.-г.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський держаний аграрний університет»

## АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

Трудовий потенціал є наявною і можливою кількістю та якістю праці тому визначає ефективність функціонування економіки. При розробці та здійсненні реформ в економіці, визначальною має бути їх соціальна складова, спрямованість на задоволення першочергових потреб людини праці. Це особливо актуально для сільської місцевості, сільське господарство України є третім за величиною економічним сектором країни, складає 14% ВВП та забезпечує роботою 20% населення. Село не тільки виконує функцію продовольчого забезпечення держави, а й залишається носієм і продовжувачем самобутніх матеріальних, культурних, моральних надбань та традицій минулих поколінь. Саме в селі сконцентрована значна частина соціально-економічного

потенціалу суспільства. Його реалізація та збереження є одним із актуальних аспектів що потребує заходів регіонального та загальнодержавного управління.

Природною основою формування трудового потенціалу є населення, чисельність якого є вихідною базою визначення кількісних характеристик трудового потенціалу сектору, регіону, країни. Формування трудового потенціалу це процес постійного оновлення його чисельного та якісного складу. Статистичні дані засвідчують довготривалу і стабільну тенденцію зменшення загальної чисельності населення на державному та регіональному рівнях. З 90-х років 20-го століття в Україні смертність переважає над народжуваністю. В аналізовані 2013-2015 роки тенденції зберігалася і за даними Державної служби статистики населення України становило відповідно - 45,4 млн.; 42,9 млн.; 42,8 млн. осіб. Трудовий потенціал перебуває під впливом тих же процесів що і населення, але має свої особливості. А саме, чисельність ресурсів праці не завжди змінюється тією мірою що й населення в цілому, бо має свої особливості пов'язані з населенням саме працездатного віку (смертність, статево-вікова структура населення, прояв народжуваності через 15 років). Актуальності набуває врахування в управлінні трудовим потенціалом врахування розміщення продуктивних сил, міграції а значить вирішення ситуативних проблем дефіцитності та надлишковості трудових ресурсів через заходи підвищуючи трудову мобільність робочої сили.

На 59,4% структура населення України у віці 16-59 років представлена сільським населенням та на 63,5% міським населенням. Сільське населення в чисельності постійного населення України становило в аналізовані роки відповідно 31,4%, 31,3%, 31,2%. Чисельність сільського населення в аналізовані роки скоротилась на 924, 4 тис. осіб (6,5%), з них у віці 16-59 років на 574,5 тис. осіб (6,8%). Такі тенденції свідчать про посилення демографічного навантаження, особливо в сільській місцевості.

Відповідно функціональний і організаційний рівні системи управління трудовим потенціалом потребують перегляду з метою забезпечення трудоресурсної безпеки країни.



Негативні тенденції спостерігаються не лише у формуванні трудового потенціалу, який кількісно визначається загальною чисельністю населення, чисельністю працездатного населення, але і у використанні трудового потенціалу, особливо сільських територій для яких особливо актуальні організаційно-економічні проблеми зайнятості.

В сільському господарстві трудові ресурси є найважливішим елементом виробничого циклу. Реформування аграрного сектору загострило соціально-економічні проблеми зайнятості сільського населення. Особливості формування інституту приватної власності на землю, приватного економічного інтересу, логіка економічної поведінки приватних власників підприємств в значній мірі суперечать загальнодержавним інтересам та соціально-економічним потребам сільських жителів.

Сучасна несприятлива демографічна ситуація, погіршення показників соціального розвитку сільських територій, некваліфіковане управління у більшості аграрних формувань зумовили потребу в удосконаленні управлінських підходів щодо використання трудових ресурсів.

Серед зайнятого населення кількість задіяних у неформальному секторі економіки України зростає з 4,0 млн. осіб (24,4%) в 2014 році до 4,3 млн. особи (26,2%) від загальної кількості зайнятого населення у віці 15-70 років в 2015. Більше половини неформально зайнятих представлено сільським населенням і цей сектор є переважаючим місцем роботи для кожного другого серед зайнятих сільських жителів. Так у 2015 році неформальна зайнятість у сільському, лісовому, рибному господарствах досягла 40,6%, у оптовій і роздрібній торгівлі, ремонті транспортних засобів 21,8%, у будівництві 14,4%.

Проблеми зайнятості в неформальному і нетоварному секторах проявляються в порушенні норм законодавства про працю, щодо її безпеки, тривалості, оплати, шкідливості для здоров'я, використанні дитячої праці; соціальній незахищеності працівників на випадок втрати роботи, виробничої травми, хвороби, старості; несплаті податків державі.

Управлінський аспект вирішення цих проблем можливий через створення повноцінного конкурентного середовища, створення робочих місць в сфері доробки, переробки, зберігання, транспортування, підготовки до реалізації готової сільськогосподарської продукції. Як результат сформується джерело наповнення місцевих бюджетів, що створить матеріальну основу для розвитку соціальної інфраструктури, необхідної для утримання молоді в селі.

Система управління трудовим потенціалом буде ефективною якщо організаційна та функціональна її складові будуть відповідати державним інтересам, а об'єктом впливу будуть індивідуальні, групові, колективні інтереси та соціально-економічні відносини на предмет демографічної поведінки населення, ставлення до міграції, профпідготовки, мотивації трудової діяльності, охорони праці. Інструментами впливу будуть стратегічно виважені, відповідні загальнодержавним інтересам країни закони, укази, постанови, положення інструкції та головне система забезпечення їх виконання.

Шепель І.В., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ ОСНОВИ ДЛЯ КОНСОЛІДАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

Підприємства завжди орієнтовані на прийняття довгострокових стратегічних рішень щодо розширення й диверсифікації своєї діяльності шляхом злиття, приєднання до інших підприємствами, створення спільних підприємств, укладення угод про спільну діяльність. Причини, що спонукають підприємства йти таким шляхом, по-перше – це досягнення економічної ефективності своєї діяльності. Два підприємства об'єднують свої виробничі потужності, якщо спільно вони можуть функціонувати ефективніше (з меншими витратами), ніж окремо. Друга причина - це набуття або підтримання конкурентних переваг, зокрема для отримання можливості встановлювати ціну вищу від конкурентного рівня, котра, зазвичай, дорівнює граничним витратам.

В Україні рядом законодавчих актів визначений та врегульований порядок створення й функціонування об'єднань підприємств. Відповідно до ст. 118 ГКУ [1], під об'єднанням підприємств слід розуміти господарську організацію, утворену в складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на невизначений строк або як тимчасові об'єднання (консорціум, промислово-фінансові групи) на добровільних засадах, або за рішенням органів, які мають право утворювати об'єднання підприємств. В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити в об'єднання підприємств, утворені на території інших держав. Характеристика організаційно-правових форм об'єднань підприємств подана в табл. 1.

Таблиця 1

## Організаційно-правові форми об'єднань підприємств

Характеристика	Особливості функціонування
Корпорація	
Договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації (ст. 120 ГКУ)	В корпорації можлива централізація функцій - їх перелік визначається у договорі. Корпорація виконує лише ті функції і здійснює ті повноваження, які на добровільних засадах передали їй учасники. Отже, учасники можуть передбачити вилучення окремих функцій або зменшення їх обсягів з передачею відповідних виключених повноважень корпорації в цілому
Асоціація	
Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників, а не отримання прибутку (ст. 120 ГКУ).	Асоціація може здійснювати координацію спільних розробок і досліджень, надавати учасникам послуги, зокрема: юридичні (консультації з питань правового регулювання підприємницької діяльності тощо); інформаційні (забезпечення інформацією по технічним розробкам, промисловим стандартам і промисловій статистиці); інші (пошук нових ринків збуту, сфер споживання, розробка і встановлення стандартів асоціації; з питань галузевих класифікаторів якості, надійності тощо).
Консорціум	
Тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізація цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо).	Визнання консорціуму самостійним видом господарських об'єднань дозволяє вважати його юридичною особою. Консорціум не передбачає високу ступінь централізації та концентрації управління.
Концерн	
Статутне об'єднання підприємств (організацій), на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової та іншої діяльності.	Суб'єкти господарювання, пов'язані відносинами фінансової залежності, укладають між собою установчий договір про створення концерну з метою централізації їх діяльності. Без такого договору асоційовані підприємства, пов'язані відносинами економічної залежності, не можуть визнаватися концерном.

Найбільш поширеним різновидом асоційованих підприємств є холдингова компанія, яка визнається суб'єктом господарювання, що володіє

контрольним пакетом акцій дочірнього підприємства (підприємств) (ст. 126 ГКУ). Створення холдингових компаній має кілька переваг, до яких слід віднести: концентрацію капіталів; розвиток інвестиційних проектів; диверсифікацію виробництва; зниження ризику при вступі на ринок чи виходу з нього; розширення масштабів виробництва; спільного здійснення наукових та проектних досліджень тощо. Основна направленість, яка характеризує холдингову компанію - це здійснення управлінських, контрольних, фінансово-кредитних та інших функцій у відношенні контрольних пакетів акцій дочірніх підприємств, якими вона володіє.

Обов'язковою умовою діяльності об'єднаних підприємств є складання та подання консолідованої фінансової звітності (КФЗ). Тобто, об'єднання підприємств, крім власної звітності, складають і подають зведену фінансову звітність щодо всіх підприємств, які входять до їх складу, якщо це передбачено установчими документами об'єднань підприємств. А також підприємства, які мають дочірні підприємства, крім фінансових звітів про власні господарські операції, зобов'язані складати та подавати консолідовану фінансову звітність [3]. Порядок складання КФЗ застосовуються групою юридичних осіб, яка складається з материнського (холдингового) підприємства та дочірніх підприємств, яка подає материнська компанія.

### Література

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV (у редакції Закону від 01.08.2016 р.) / Верховна рада України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність» затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 № 628 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13>.

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV зі змін. і доп. [Електронний ресурс]:

Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

**Скрипник С.В.**, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСНОВНІ ПРАВИЛА НАРАХУВАННЯ ЩОРІЧНОЇ ВІДПУСТКИ**

Для більшості працівників період відпусток «гарячий», оскільки він традиційно припадає на найспекотнішу пору року. Але для бухгалтерів час відпусток «гарячий» ще й тому, що дуже непросте це завдання – розрахувати відпускні для кожного працівника підприємства. Для того, щоб зрозуміти в чому полягають завдання та основні правила нарахування відпускних бухгалтером, ознайомимося з даним процесом більш детальноше.

Право працівників на відпочинок з наданням їм щорічної оплачуваної відпустки законодавчо гарантовано ст. 45 Конституції, КЗпП, Законом про відпустки та іншими нормативно-правовими актами. Право на відпустки мають громадяни України, які перебувають у трудових відносинах з підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності, виду діяльності та галузевої належності, а також працюють за трудовим договором у фізичної особи (далі - підприємство). Таке право забезпечене й іноземцям та особам без громадянства [2].

Згідно зі ст. 115 КЗпП [1], заробітна плата працівникам за весь час щорічної відпустки (так звані «відпускні») виплачується не пізніше ніж за три дні до початку відпустки. Тож виходить, що у разі початку відпустки з першого числа місяця, відпускні, як правило, виплачуються працівникові в останні дні попереднього місяця.

Фахівці Мінсоцполітики у листі від 06.02.2017 р. №272/0/101-17/282 проаналізували правила розрахунку відпускних за Порядком № 100, яким обчислення середньої заробітної плати для оплати часу відпусток провадиться, виходячи з виплат за останні 12 календарних місяців роботи, що передують

місяцю надання відпустки. Також, п. 7 встановлено, що нарахування виплат за час відпусток провадиться шляхом ділення сумарного заробітку за останні перед наданням відпустки 12 місяців на відповідну кількість календарних днів року за винятком святкових і неробочих днів, встановлених законодавством. Одержаний результат перемножується на число календарних днів відпустки. Однак окремого порядку розрахунку відпускних, які починаються з першого числа місяця, Порядком № 100 не встановлено. Тому бухгалтеру потрібно розраховувати відпускні за загальними правилами. У свою чергу, фахівці Мінсоцполітики на підставі вищенаведених правил та особливостей надали поради, як бути у такому випадку [3]:

- на момент, коли відпускні мають бути виплачені, їх розрахунок здійснюється без даних про доходи працівника за останній місяць розрахункового періоду;

- після проведення нарахування усіх виплат працівнику за такий останній місяць розрахункового періоду, роботодавці можуть здійснити перерахунок середньої заробітної плати із урахуванням цих нарахованих сум.

При розрахунку відпускних для працівників-«відрядників» фахівці Мінсоцполітики вважають, що розрахунки можуть проводитись з урахуванням п. 2 Порядку № 100. Ним передбачено, що коли відсутні оперативні дані для розрахунку заробітку за останній місяць розрахункового періоду для працівників з відрядною оплатою праці, цей місяць може замінюватись іншим місяцем, що безпосередньо передує розрахунковому періоду. Тобто для розрахунку відпускних працівникам-«відрядникам» роботодавець може в цьому випадку змінити розрахунковий період з 12 календарних місяців до місяця, у якому починається відпустка, на 12 календарних місяців до місяця, у якому потрібно виплатити відпускні. Для працівників з іншою системою оплатою праці такий метод застосовувати не можна.

Альтернативна точка зору була наведена у роз'ясненні від Державної служби України з питань праці (Держпраці): виплатити відпускні не в строки, встановлені ст. 115 КЗпП, а після того, коли буде відома нарахована зарплата за

останній місяць розрахункового періоду. Але для цього потрібна окрема угода між працівником і роботодавцем. Отже, роботодавець, який застосовує таке роз'яснення Держпраці, порушує законодавство з праці. Звісно, можна при перевірці посилатися на це роз'яснення, але, оскільки воно юридичної сили немає, від штрафів та інших видів відповідальності не оминати.

Зокрема, порушення законодавства з праці тягне за собою цілих п'ять видів відповідальності. Так, згідно зі ст. 265 КЗпП при перевірках Держпраці за порушення встановлених строків відпускних більш як на один місяць або при виплаті їх не в повному обсязі на роботодавця буде накладено штраф у розмірі три мінімальні зарплати на момент виявлення порушення (у 2017 р. – 9600 грн.). А от нарахування відпускних у розмірі менше ніж, передбачено за правилами Порядку № 100 та Закону про відпустки, призведе при перевірці Держпраці до застосування штрафу за недотримання мінімальних державних гарантій в оплаті праці - у 10 мінімальних зарплат на момент виявлення порушення, за кожного працівника, щодо якого скоєно порушення (у 2017 р. - 32000 грн.).

Отже при нарахуванні щорічної відпустки бухгалтеру на будь-якому підприємстві необхідно бути уважним і обізнаним в останніх змінах законодавства, щоб не порушувати законодавство з праці.

### Література:

1. Кодекс законів про працю України (Глава IX) [Електронний ресурс]: Верховна Рада УРСР; Кодекс України, Закон, Кодекс від 10.12.1971 №322-VIII. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.

2. Про відпустки: закон України від 15.11.1996 № 504/96-ВР зі змін. і доп. [Електронний ресурс]: Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80>.

3. Щорічна відпустка з першого числа місяця: правила оплати та нарахування відпускних /Дебет-Кредит// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/labor/compensation/42685>.



**Рябенко Г.М.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу  
Миколаївський національний аграрний університет

## **ЩОДО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ПРОДУКЦІЇ**

Конкуренція виступає основним елементом господарського механізму у ринковій економіці за умов приватної власності, свободи вибору, ініціативності й підприємництва. Конкурентоспроможність застосовується на різних рівнях (регіональному, національному, світовому), а також по відношенню як до видів продукції, так і підприємств, галузей, національних економік.

Конкурентоспроможність товару та конкурентоспроможність підприємства тісно пов'язані між собою, так як підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його товар не користується попитом. Проте конкурентоспроможність товару не завжди сприяє конкурентоспроможності підприємства, відповідно не всі підприємства галузі можуть бути конкурентоспроможними, так як і не всі галузі країни можуть забезпечувати її стійкі позиції на зовнішньому ринку.

Місевич М.А. зазначає, що конкурентоспроможність підприємства характеризується можливістю забезпечувати випуск і реалізацію продукції, яка за своїми ціновими та неціновими факторами привабливіша, ніж продукція підприємств-конкурентів, використовуючи конкурентні переваги й потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції у майбутньому при зміні ринкової ситуації та попиту споживачів [1, с.127].

Багато фахівців пов'язують конкурентоспроможність із здатністю підприємства (галузі) зайняти певну частку на регіональному, внутрішньому та міжнародному ринках. Проте досить часто підприємства, які займають значну частку ринку, менш прибуткові, ніж підприємства-конкуренти, які займають незначну долю ринку.

Як індикатор того, на скільки ефективно підприємство задовольняє потреби споживача порівняно з іншими підприємствами, які пропонують аналогічний товар, розглядає конкурентоспроможність Стивенсон В. Дж. [2, с.305], зазначаючи, що підприємства конкурують між собою різними методами. Основними з них є ціни, якість, специфічні особливості товарів, виробнича та сервісна направленість, строки виконання певних операцій.

Таким чином, конкурентоспроможність товару і підприємства перебувають у тісному зв'язку, але мають суттєві відмінності: по-перше, конкурентоспроможність продукції оцінюється за певний період часу, який відповідає життєвому циклу товару, а в основі оцінки конкурентоспроможності підприємства є період функціонування підприємства. По-друге, конкурентоспроможність товару досліджується стосовно до кожного її виду, а при оцінці конкурентоспроможності підприємства враховують весь асортимент продукції, що випускається

Конкурентоспроможність підприємства за соєю структурою значно складніше конкурентоспроможності товару, так як її об'єктом виступає вся виробничо-економічна діяльність підприємства. Конкурентоспроможність підприємства формується з ряду переваг за відповідними показниками підприємств-конкурентів.

Результатом конкурентної переваги є низька собівартість продукції, висока міра диференціації товарів, оптимальне сегментування ринку, впровадження нововведень, швидке реагування на потреби ринку, а також вищий рівень продуктивності праці й кваліфікації виробничого, технічного, комерційного персоналу, якість продукції, управлінська майстерність, стратегічне мислення на різних рівнях управління, що відображаються в економічному зростанні.

На сьогодні сільськогосподарські підприємства не мають потужного економічного потенціалу, не завжди конкурентоспроможні, потребують реформування виробничих відносин, розширення видів діяльності. Для забезпечення конкурентоспроможності та поліпшення якісних характеристик сільськогосподарської продукції необхідно: 1) удосконалювати систему техніко-технологічних та агротехнічних заходів виробництва продукції та її збуту;

2) впроваджувати у виробництво нові енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки й реалізації продукції; 3) здійснювати належний контроль за якістю продукції на всіх етапах її виробництва та збуту; 4) впроваджувати у виробництво нові високоврожайні сорти й гібриди сільськогосподарських культур та високопродуктивні породи тварин та птиці.

Таким чином, розглянувши категорії конкурентоспроможності товару і підприємства слід зазначити, що вони перебувають у тісному зв'язку, конкурентоспроможність товару та конкурентоспроможність підприємства тісно пов'язані між собою, так як підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його товар не користується попитом. Проте конкурентоспроможність товару не завжди сприяє конкурентоспроможності підприємства, відповідно не всі підприємства галузі можуть бути конкурентоспроможними, так як і не всі галузі країни можуть забезпечувати її стійкі позиції на зовнішньому ринку.

Конкурентоспроможність товару і підприємства мають суттєві відмінності: по-перше, конкурентоспроможність продукції оцінюється за певний період часу, який відповідає життєвому циклу товару, а в основі оцінки конкурентоспроможності підприємства є період функціонування підприємства. По-друге, конкурентоспроможність товару досліджується стосовно до кожного її виду, а при оцінці конкурентоспроможності підприємства враховують весь асортимент продукції, що випускається. Конкурентоспроможність підприємства за соєю структурою значно складніше конкурентоспроможності товару, так як її об'єктом виступає вся виробничо-економічна діяльність підприємства.

### Література:

1. Місевич М.А. Потенційна (ресурсна) конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств Житомирської області / М.А. Місевич // Економіка АПК. – 2007. - № 3. – С.127.

2. Стивенсон Вильям Дж. Управление производством/ [пер с англ под общ ред. Ю.В. Шленова]. – М. : Лаборатория базовых знаний, ВИНОМ, 1998. – 928 с.

**Смолієнко Н.Д.,**

к.с.-г.н., доцент кафедри економічної теорії та аналізу  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ**

Сучасне користування земельними ресурсами не відповідає вимогам раціонального використання. Надмірна розораність території призвела до порушення природного процесу утворення ґрунту. Г.З. Бриндзя вважає, що раціональним повинно вважатись тільки таке використання земель, при якому поряд із виробництвом економічно доцільної кількості продукції зберігається екологічна рівновага всіх природних факторів. О.І. Бочко стверджує, що раціональне землекористування означає максимальне залучення до господарського обігу всіх земель та їхнє ефективне використання за основним цільовим призначенням, створення найсприятливіших умов для високої продуктивності сільськогосподарських угідь і одержання з одиниці площі максимальної кількості продукції за найменших затрат праці та коштів. При цьому екологічна складова полягає в необхідності охорони і розумному використанню земель та виробництві екологічно чистої сільгосппродукції. Економічна складова ґрунтується на інтересах сільгоспвиробників, тобто зменшенні витрат на виробництво продукції. Соціальна складова базується на задоволенні суспільних потреб. Держава повинна стимулювати сільгоспвиробників до раціонального землекористування у вигляді дотацій, кредитів, удосконалення земельного оподаткування.

Умови використання землі формуються і здійснюються за допомогою адекватних завданням правових, економічних, організаційних, соціальних інститутів, складаючи у сукупності цілісний взаємоузгоджений в деталях механізм регулювання дій із землею.

Сукупність зафіксованих у встановленому порядку документів, починаючи від закону до підзаконних актів різного рівня, складають систему правового забезпечення (нормативно-правову базу) формування, функціонування, контролю та регулювання земельних відносин.

Складність формування ефективної системи земельних відносин – необхідність враховувати подвійність положення землі у сільському господарстві, тобто регулювання її використання як природного компоненту так і як основного засобу виробництва. Звідси поява суперечливих завдань (збереження природного ресурсу та його інтенсивне використання, як виробничої компоненти) ставить перед державою завдання розробки таких норм використання землі, які б не суперечили один одному, а узгоджено вирішували б обидва завдання. Це підтверджує аналіз результатів реформи: масове порушення вимог раціонального та ефективного використання угідь, скорочення або припинення робіт з комплексної агрохімічної меліорації земель, заходів щодо запобігання ерозії ґрунтів, інші роботи, спрямовані на підвищення родючості ґрунтів.

Крім цього вимагають оперативного вирішення питання загальноекономічних перетворень, причому як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях. Їх вирішення можливе на основі реалізації наступних заходів організаційно-економічного характеру: встановлення паритетності цін на продукцію сільського господарства і продукцію та послуги інших сфер АПК; зниження кредитних ставок до рівня, що дозволяє вести розширене відтворення; уточнення спеціалізації сільськогосподарських організацій в залежності від їх зонального розташування; вдосконалення структури посівних площ, забезпечує збереження родючості ґрунтів і оптимальне співвідношення економічно вигідних (затребуваних на ринку) сільськогосподарських культур; здійснення постійного моніторингу земель.

Ефективне використання земель потребує реалізації низки заходів і певних коштів зосереджених в спеціальних фондах, джерелами яких можуть бути : земельний податок, який повинен повністю використовуватися на цілі

збереження земельних ресурсів; приватні кошти інвесторів; кошти сільськогосподарських організацій, селянських господарств на відновлювальні роботи із землею на своїх ділянках.

Постійне збільшення продуктивної сили землі являється актуальною проблемою державного значення, від успішного вирішення якої залежать темпи розвитку галузей народного господарства, рівень добробуту населення, економіка країни в цілому. У даний час особливо актуальним є питання вироблення чіткої державної політики щодо земель сільськогосподарського призначення, основних напрямів та механізмів удосконалення регулювання земельних відносин у сільському господарстві, впорядкування землекористування.

Регулювання земельного обороту з метою подальшого його розвитку має стати першочерговим завданням держави і бути спрямоване на забезпечення раціонального та ефективного використання всіх категорій земель, на захист прав власників, користувачів, на охорону земель шляхом нормативно-правового забезпечення, адміністративного та економічного впливу. Одночасно з цим кожне сільгосп підприємство повинно ефективно використовувати землю, бережно ставитися до неї, підвищувати її родючість, не допускати ерозії ґрунтів, заболочування, заростання бур'янами і т.д. Всі ці заходи дозволять зберегти головне багатство нашої країни – родючість землі.

Основними документами, що забезпечують реалізацію заходів із землеустрою земель у сільському господарстві на довготривалу перспективу, повинні стати цільові програми (державного, регіонального та місцевого рівнів).

### **Література:**

1. Ковальчук Т. Проблема ефективного землекористування в Україні / Т. Ковальчук, О. Розинка // Банківська справа. – 2006. – № 1. – С. 6 – 16.

2. Бриндзя Г.З. Формування сталого еколого-ландшафтного середовища як основи раціонального землекористування / Г.З. Бриндзя // Наука й економіка. – 2009. – № 3 (15). – Т. 2. – С. 129-133.

3. Бочко О.І. Питання раціонального використання земельних ресурсів в сучасних умовах / О.І.Бочко // Економіка АПК. – 2010. – № 17 (1). – С. 151-155.

4. Прядка Т.М. Теоретико-методологічні засади раціонального й ефективного використання земель / Прядка Т.М., Корбут Т.С. // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4. – С. 82-84.

**Скиданенко Ю. Д.,**

к.філол.н., доцент

**Ермолаева А. Ю.,**

соискатель СВО «Магистр»,

Полтавская государственная аграрная академия

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА НАЛИЧНЫХ СРЕДСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ**

В процессе осуществления хозяйственной деятельности субъекты предпринимательской деятельности осуществляют многочисленные расчетные операции. Согласно данных Национального банка Украины удельный вес безналичных расчетов, в общей сумме проводимых хозяйствующими субъектами расчетов, составляет около 71 % .

Национальный банк Украины осуществляет работу по дальнейшему развитию безналичных расчетов и разработал Комплексную программу развития финансового сектора Украины до 2020 года. Считается, что на сегодня Украина имеет достаточно низкий уровень проникновения безналичных расчетов и среди большинства развитых стран выделяется высоким показателем соотношения наличной денежной массы к ВВП, а именно 14,6 % в 2015 году.

На это имеется ряд причин объективного и субъективного характера. Следует отметить, что основными потребителями наличных денежных средств в Украине являются физические лица, поскольку большинство граждан получают доходы в наличной форме. Так, по данным официальной статистики, население Украины в 2015 году 47 % своих доходов получило наличными. Значительная часть пенсионеров, в основном в возрасте старше 60 лет, предпочитает получать пенсию наличными через отделения «Укрпочты» [1].

В отдельных случаях использование наличных денег при расчетах является более удобным и быстрым для клиента, поскольку продавец – частный предприниматель работает только за наличные, или рассчитаться наличными быстрее, чем провести платеж через банковский терминал. Зачастую банки за оплату картой снимают комиссию, что нежелательно для покупателя. Кроме всего, при наличных расчетах легче осуществлять контроль использования денег.

Исходя из складывающейся ситуации, полностью отказаться от наличных расчетов в Украине пока не представляется возможным. В связи с этим имеется необходимость строгого учета наличных средств предприятий и выработка общегосударственной стратегии для сохранности денежных средств. Предприятия и организации, которые осуществляют расчеты, и выплаты наличными обязаны руководствоваться Положением о ведении кассовых операций в национальной валюте в Украине № 637 от 15 декабря 2004 года в редакции Постановления НБУ от 6 июня 2013 года. Согласно названного нормативного документа касса – это помещение или место осуществления наличных расчетов, а также приема, выдачи, хранения наличных средств, других ценностей и кассовых документов [2].

Действующее Положение № 637 трактует кассу как «помещение» или «место осуществления наличных операций». Исходя из этого, вытекает, что сегодня предприятие может осуществлять операции с наличными не в помещении кассы, а отводить для них некое место, которое не обязательно



должно быть отделено от других помещений. Зачастую это отдельный стол в кабинете, где размещается бухгалтерия предприятия.

С одной стороны отсутствие особых требований к оборудованию места проведения наличных операций дает возможность экономии средств предприятия на оборудование кассы, а с другой стороны – подвергает опасности сохранность денежных средств предприятия и в отдельных случаях жизнь и здоровье кассира. Практика показала, что пренебрежение правилами безопасности может привести к потере средств. По мнению авторов, предприятие, которое в своей деятельности осуществляет операции с наличными средствами, должно организовать безопасные условия для проведения таких операций. Комплекс мер по обеспечению безопасности операций с наличными средствами должен разработать главный бухгалтер как лицо, несущее персональную ответственность за организацию и ведение учета на предприятии. В приказе об учетной политике следует четко прописать технические условия по организации кассы, соблюдение которых будет обязательным как для материально–ответственного лица, так и для всего персонала предприятия.

Практика показала, что кассиры не всегда придерживаются правил оформления кассовых документов. Инвентаризации часто выявляют отсутствие подписи лица, вносящего или получающего наличные в кассе, кассира, а зачастую и бухгалтера в кассовых ордерах. Достаточно часто все кассовые ордера в только конце рабочего дня передаются на подпись в бухгалтерию. Задача главного бухгалтера – провести инструктаж с кассиром при приеме его на работу, провести с ним собеседование на предмет знания Положения № 637 и основных требований соблюдения кассовой дисциплины.

Кроме непосредственно денег в кассе могут храниться почтовые марки, почтовые конверты, проездные билеты, путевки на отдых и оздоровление. Для учета наличия и движения таких денежных документов в кассе целесообразно вести Реестр денежных документов, в котором указывать их вид, стоимость, дату поступления, дату выдачи и возврата в кассу (для проездных билетов).

Наличие такого регистра обеспечит контроль движения и целевого использования таких ценностей. В целом, следует отметить, что до тех пор, пока в Украине существует значительный объем расчетов наличными, организация учета операций с денежными средствами на предприятии не утратит своей актуальности.

### Литература:

1. Комплексная программа развития финансового сектора Украины до 2020 года [Электронный ресурс] / Режим доступа : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=31538042>.

2. Положение о ведении кассовых операций в национальной валюте в Украине утвержденное Постановлением Правления Национального банка Украины 15.12.2004 № 637. [Электронный ресурс] / Верховная Рада Украины. – Режим доступа : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0040-05>.

**Єрмолаєва М. В.**, к.е.н., доцент

**Ферманюк А. В.**, пошукач СВО «Магістр»

Полтавська державна аграрна академія

## ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Метою ведення будь якого виробництва є отримання прибутку. Згідно НП(С)БО 1 прибуток - сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати [1]. Це означає, що для визначення прибутку (збитку) звітного періоду необхідно порівняти отримані у звітному періоді доходи з витратами, які були понесені для отримання цих доходів. При цьому слід дотримуватись принципу нарахування і відповідності доходів і витрат. Саме таким чином визначають фінансові результати своєї діяльності суб'єкти підприємницької діяльності в Україні.

Особливим видом підприємницької діяльності є сільське господарство. В першу чергу особливість цього бізнесу визначається значною залежністю виробничих процесів від природно-кліматичних умов місцевості що обумовлює значні ризики і втрати, з другого боку – сільське господарство має специфічні об'єкти обліку – рослини і тварини, тобто живі істоти, які потребують особливих умов ведення господарської діяльності. По-третє, нормативно-правова база, яка регламентує порядок обліку сільськогосподарської діяльності має певні особливості відносно інших нормативних актів, які регламентують методологію та методику обліку.

Так, сільськогосподарські підприємства при організації обліку доходів, витрат та фінансових результатів мають керуватися НП(С)БО 1, П(С)БО 15, П(С)БО 16 та П(С)БО 30. Саме П(С)БО 30 «Біологічні активи» з одного боку намагається врахувати особливості ведення агробізнесу, а з іншого боку вступає в суперечність з іншими стандартами обліку.

Саме П(С)БО 30 ввів в облікову практику поняття «біологічний актив» та «витрати на біологічні перетворення». Крім того, зазначений стандарт виділив особливу класифікацію фінансових результатів, які отримують саме сільськогосподарські підприємства. Так, згідно п. 19 П(С)БО 30 фінансовий результат від основної діяльності сільськогосподарських підприємств складається:

- з фінансового результату від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів;
- з фінансового результату від реалізації запасів сільськогосподарської продукції та біологічних активів, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю з вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу;
- з фінансового результату від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю за вирахуванням витрат на місці продажу [2].

Згідно Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів, затв. Наказом МФУ від 29.12.2006 р. № 1315 (зі змінами і доповненнями) унаслідок сільськогосподарської діяльності підприємство отримує доходи (витрати) від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних протягом звітнього (календарного) року.

Такі доходи (витрати) визначаються як різниця між вартістю біологічних активів і сільськогосподарської продукції, оцінених за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу, та витратами, пов'язаними з біологічними перетвореннями, що були понесені для отримання біологічних активів та сільськогосподарської продукції [3].

Методичні рекомендації зазначають, що фінансовий результат від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів визначається на рахунку обліку фінансових результатів шляхом порівняння доходів від первісного визнання з витратами від первісного визнання різних видів біологічних активів або їх груп та відображається у складі результатів операційної діяльності [3].

При цьому, якщо сума фактичних витрат на виробництво сільськогосподарської продукції більша, ніж її справедлива вартість, то закриття рахунку відображається бухгалтерським записом: Дебет 940, Кредит 231 (232), а якщо сума фактичних витрат менша ніж справедлива вартість, то складається запис: Дебет 231 (232), Кредит 710.

На думку авторів, такі бухгалтерські записи значно спотворюють інформацію про виробничі витрати підприємства та штучно збільшують доходи, що в свою чергу впливає на розмір прибутку підприємства, оскільки при первісному визнанні сільськогосподарської продукції не виникає доходів, а збільшується вартість запасів підприємства. Ми вважаємо, що в обліковій практиці слід повернутися до методики, згідно якої в кінці року проводиться коригування сум методом «червоного сторно» або звичайним записом. При

цьому не буде порушуватись принцип історичної (фактичної) собівартості і користувачі звітності отримують правдиву інформацію.

### Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 7 лют. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» № 790 від 18 листоп. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.

3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів № 1315 від 29 груд. 2006 р. (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua/metodichni-rekomendacii-z-buhgalterskogo-obliku-biologichnih-aktiviv.html>

**Тютюнник С. В.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри організації обліку та аудиту

Полтавська державна аграрна академія

**Тютюнник І. Ю.,**

здобувач вищої освіти за ступенем бакалавр

Полтавська державна аграрна академія

## МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ КОЕФІЦІЄНТА АБСОЛЮТНОЇ ЛІКВІДНОСТІ

Одним із напрямів оцінювання фінансового стану підприємств є аналіз ліквідності та платоспроможності. Під ліквідністю розуміють здатність майна безперешкодно перетворюватися у гроші, а платоспроможність характеризує

здатність підприємства до вчасного і повного виконання платіжних зобов'язань.

Однією з основних ознак ліквідності підприємства є перевищення вартості оборотних активів над сумою поточних зобов'язань і забезпечень. Низький рівень ліквідності свідчить про неспроможність підприємства сплатити свої поточні зобов'язання і забезпечення, що може призвести у майбутньому до неплатоспроможності та банкрутства.

З метою більш поглибленого оцінювання ліквідності підприємства за системою відносних показників (коефіцієнтів) та прийняття за їх результатами відповідних управлінських рішень щодо підвищення рівня платоспроможності постає необхідність у визначенні впливу факторів на зміну коефіцієнтів ліквідності.

Пропонуємо методичну схему дослідження впливу факторів на зміну коефіцієнта абсолютної ліквідності за допомогою способу ланцюгових підстановок.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує миттєву платоспроможність і показує, яку частину поточних зобов'язань і забезпечень підприємство має можливість погасити високоліквідними оборотними активами (грошима і поточними фінансовими інвестиціями). Цей коефіцієнт є найбільш жорстким критерієм оцінювання ліквідності та платоспроможності підприємства [2, с. 147]. Нормативне значення коефіцієнта абсолютної ліквідності ( $\geq 0,2$ ) означає, що підприємство є грошово платоспроможним, якщо високоліквідні оборотні активи не менш ніж на 20 % покривають поточні зобов'язання і забезпечення [1].

Дослідження впливу факторів на зміну коефіцієнта абсолютної ліквідності рекомендуємо проводити з використання детермінованої факторної змішаної моделі (формула 1):

$$K_{ал} = (ГіЕ + ПФІ) \div ПЗіЗ, \quad (1)$$

де  $K_{ал}$  – коефіцієнт абсолютної ліквідності,

$ГіЕ$  – гроші та їх еквіваленти (форма № 1: ряд. 1160, гр. 4),

ПФІ – поточні фінансові інвестиції (форма № 1: ряд. 1165, гр. 4),

ПЗіЗ – поточні зобов'язання і забезпечення (форма № 1: ряд. 1695, гр. 4).

На першому етапі визначають значення коефіцієнта абсолютної ліквідності:

а) базового року:

$$K_{ал0} = (ГіЕ_0 + ПФІ_0) \div ПЗіЗ_0, \quad (2)$$

б) умовне 1:

$$K_{алУМ1} = (ГіЕ_1 + ПФІ_0) \div ПЗіЗ_0, \quad (3)$$

в) умовне 2:

$$K_{алУМ2} = (ГіЕ_1 + ПФІ_1) \div ПЗіЗ_0, \quad (4)$$

г) звітного року:

$$K_{ал1} = (ГіЕ_1 + ПФІ_1) \div ПЗіЗ_1. \quad (5)$$

На другому етапі визначають загальну зміну коефіцієнта абсолютної ліквідності та за рахунок факторів.

Загальна зміна (+,-) коефіцієнта абсолютної ліквідності:

$$\Delta K_{ал} = K_{ал1} - K_{ал0}; \quad (6)$$

у тому числі за рахунок факторів:

1) грошей та їх еквівалентів:

$$\Delta K_{ал} \text{ ГіЕ} = K_{алУМ1} - K_{ал0}; \quad (7)$$

2) поточних фінансових інвестицій:

$$\Delta K_{ал} \text{ ПФІ} = K_{алУМ2} - K_{алУМ1}; \quad (8)$$

3) поточних зобов'язань і забезпечень:

$$\Delta K_{ал} \text{ ПЗіЗ} = K_{ал1} - K_{алУМ2}. \quad (9)$$

На третьому етапі проводиться перевірка розрахунку:

$$\Delta K_{ал} = \Delta K_{ал} \text{ ГіЕ} + \Delta K_{ал} \text{ ПФІ} + \Delta K_{ал} \text{ ПЗіЗ}. \quad (10)$$

Таким чином, за результатами порівняння фактичних значень коефіцієнта абсолютної ліквідності з нормативним робиться висновок про рівень грошової платоспроможності підприємства (платоспроможність, недостатню платоспроможність чи неплатоспроможність).

Порівнянням фактичних значень коефіцієнта абсолютної ліквідності у динаміці визначають тенденцію зміни (підвищення чи зниження рівня платоспроможності). Дослідивши вплив факторів на зміну коефіцієнта абсолютної ліквідності (за запропонованою методикою), визначають чинники, які здійснили визначальний вплив, і за результатами приймаються відповідні управлінські рішення щодо підвищення рівня грошової платоспроможності підприємства.

### **Література:**

1. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства / Затверджено наказом Міністерства економіки України № 14 від 19.01.2006 р. (у редакції наказу Міністерства економіки України № 1361 від 26.10.2010 р.), [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.min.gov.ua>.

2. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. – Полтава : ПДАА, 2016. – 432 с.

**Лега О. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Мироненко О. В., Олійник Т. О.,**

здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»  
спеціальність «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІК ПАЛИВО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ЗА СМАРТ-КАРТКАМИ**

Важливою складовою частиною матеріального виробництва сільськогосподарських підприємств є великий автопарк вантажних та легкових



автомобілів. Придбавати для значної кількості автомобілів паливо за готівку не завжди зручно, тому суб'єкти господарської діяльності переходять на безготівковий спосіб розрахунків та купують ПММ з використанням паливних карток (наприклад, Shell Card, ОККО, SC Formula, ПАРАЛЛЕЛЬ, WOG і т.д.).

Смарт-картка є пластиковою картою з мікропроцесором, засобом зберігання інформації про кількість і асортимент отриманих та оплачених покупцем нафтопродуктів, які можуть бути відпущені на АЗС, що дає можливість здійснювати операції з відпуску палива пред'явникові картки, а також фіксувати зазначену операцію безпосередньо на АЗС. Існує два види смарт-карток (рис. 1).

Види паливних смарт-карток	
Грошові – акумулюється інформація про суму коштів, які перебувають на віртуальному рахунку підприємства та які можна використовувати для закупівлі нафтопродуктів. Є можливість сформувати аналітичні дані за заданий період за коштами, що надійшли та використані. За допомогою смарт-картки є можливість придбати нафтопродукти, а також супутні товари й послуги, що відпускаються на АЗС.	Літрові - можливість одержати ПММ певної марки, попередньо оплачені підприємством-покупцем. На карті акумулюються дані про кількість літрів певної марки ПММ, які можна одержати на АЗС. Є можливість сформувати аналітичні дані щодо оплачених і отриманих ПММ у кількісному (кількісно-сумарному) виразі за заданий період.

Рис. 1. Види смарт-карток

Отже, смарт-картка виконує функцію технічного засобу обліку відпуску ПММ на АЗС.

Для придбання паливної картки з продавцем нафтопродуктів укладається договір, в якому зазначається вид паливної картки (грошова або літрова), ліміт на обмеження витрати грошових коштів або палива на добу (місяць), перелік автозаправок, які обслуговують цю паливну картку, а також момент переходу права власності на ПММ [2].

Смарт-картки зберігаються в бухгалтерії підприємства та видаються водіям у порядку, установленому наказом про облікову політику (щодня, щотижня, щомісяця). За умови частого використання смарт-картка закріплюється за конкретним водієм. Для обліку руху смарт-карток на

підприємстві ведеться журнал обліку руху паливних карток, який складається бухгалтером у довільній формі [1].

Залежно від умов договору, укладеного між постачальником ПММ і покупцем, порядок визначення власника смарт-картки буває різним, а саме:

– передається у власність покупця на платній основі (найбільш поширений на практиці варіант). У обліку підприємства-покупця вартість смарт-картки відображається залежно від певного терміну служби: на рахунку 22 «МШП», якщо термін служби не перевищує одного року, на субрахунку 112 «МНМА» - якщо термін служби становить понад один рік;

– безкоштовно передається у власність підприємства-покупця. Цей варіант застосовується дуже рідко;

– залишається у власності підприємства – постачальника ПММ. У цьому випадку підприємство-покупець оплачує або користування смарт-карткою, або її заставну вартість залежно від досягнутих домовленостей [1]. Після закінчення дії договору або терміну використання смарт-картки вона підлягає поверненню постачальнику. Внесена заставна вартість підлягає поверненню покупцеві. Плата за користування смарт-карткою не повертається.

Відповідно до Інструкції № 291 для обліку руху ПММ використовується субрахунок 203 «Паливо». За дебетом цього субрахунку фіксується придбання ПММ, у тому числі придбаного за безготівковим розрахунком і потім отриманого на АЗС за допомогою смарт-картки, а за кредитом відображається списання ПММ згідно з даними про фактичне споживання, відображеними у первинних документах.

Основні кореспонденції рахунків при надходженні та списанні ПММ є такими: закупівля ПММ у постачальника згідно з накладною постачальника на відпуск – дебет субрахунку 203 – кредит субрахунку 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками та підрядниками»; списання ПММ на підставі даних належно оформлених первинних документів залежно від напряму використання – дебет рахунків 23 «Виробництво», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут» - кредит субрахунку 203 [1].

Отже, смарт-картка – це зручний інструмент, що дає змогу підприємствам заправляти транспорт на АЗС за безготівковим розрахунком. Основними перевагами порівняно з іншими способами придбання пального є: поліпшення контролю за витратами, оскільки є можливість установити ліміти на вид і кількість нафтопродуктів, що відпускаються на АЗС, надати інформацію за всіма операціями, проведеними за картою: номер АЗС, на якій заправлявся водій, час заправки, вид і кількість нафтопродуктів, сума операції; надання знижок на паливо, супутні товари та послуги, що реалізуються за допомогою паливних карток; дистанційне поповнення паливної картки; блокування та повернення грошових коштів у разі втрати картки.

### Література:

1. Безверхий К. Деякі питання організації обліку паливно-мастильних матеріалів: розрахунки за паливними картками / К. Безверхий // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 8. – С. 14-21.
2. Ковенко М. ПММ за талонами та паливними картками: облік без проблем [Електронний ресурс] / М. Ковенко // Режим доступу :<https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/golden/g-03/article-3434.html>.

**Фурдак М.М.**, к.е.н, ст. викладач

Херсонський державний університет

## **ВІТЧИЗНЯНА ВИНОГРАДАРСЬКО - ВИНОРОБНА ГАЛУЗЬ - ШЛЯХ ДО ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Як галузь агропромислового комплексу України, виноградарство та виноробство мають важливе господарське значення. Це зумовлюється цінними поживними та лікувально - оздоровчими властивостями свіжого винограду і продукції, що одержують з нього (кишмиш, ізюм, вина, олія, оцет, корми тощо), невибагливістю винограду до ґрунтів та його меліоративною роллю під час

освоєння земель, непридатних для інших культур, високою економічною ефективністю та прибутковістю в порівнянні з іншою продукцією рослинництва, а також важливою бюджетоформуючою роллю. Так, у сільськогосподарських підприємствах Одеської області плодоносні виноградники, займаючи 2% площі сільськогосподарських угідь, дають 15% грошових надходжень і понад 20% прибутку від реалізації продукції рослинництва.

В той же час, у складних реаліях сучасного аграрного виробництва України дуже важливою є державна підтримка галузі. Адже орієнтовні потреби на закладання 1 га виноградників та догляд за ними до вступу в плодоносіння складають близько 200 тис. грн., що є непід'ємною сумою для багатьох підприємств, особливо малого та середнього бізнесу [1]. За часи дії 1,5% Збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства в Україні за рахунок його коштів за інтенсивною технологією щороку закладалося в середньому 3,5 тис. га виноградників. Крім того, завдяки цьому механізму державної підтримки було збудовано 22 сучасних фруктосховища, загальною ємністю 50,9 тис. т, що дало можливість частково обмежити імпорт виноградної продукції в Україну [2]. Проте, з відміною Збору галузь практично втратила суттєві обсяги державної підтримки, що призвело, в першу чергу, до падіння обсягів закладання виноградних насаджень та потягло за собою різке зниження попиту на садивний матеріал винограду. Якщо виноградні розсадники України у 2014 році виробили 4,5 млн. шт. щеплених виноградних саджанців, то у 2015 році їх продукція склала менше 1 млн. шт. [1]. Оскільки розсадництво України орієнтується на великого виробника, такий стан речей свідчить про наявність потенційної загрози втрати галузі виноградарства України в цілому.

Враховуючи, що українським виноградарям та виноробам належить довести конкурентоспроможність своєї продукції в умовах створення Асоціації Україна – ЄС, зростання конкуренції на світовому ринку, продовження глобалізації економіки тощо, галузь сьогодні потребує нових технологій, високопродуктивних сортів, зростання продуктивності та якості продукції,

диверсифікація виробництва і ринків збуту, освоєння інновацій, просування вітчизняної продукції на зовнішні ринки, а також багато іншого, без чого неможливий успішний розвиток галузі. Тому, як ніколи раніше, виникає необхідність в реальних кроках з боку держави, направлених на підтримку вітчизняних виробників винограду і вина, як це відбувається в розвинених виноградарсько - виноробних країнах. Україні слід вивчити, проаналізувати та застосувати накопичений багатий світовий досвід виробництва винограду і вина в умовах зваженої, сприятливої державної політики для забезпечення успішного розвитку вітчизняної конкурентоспроможної виноградарсько - виноробної галузі на шляху до євроінтеграції.

### Література

1. Мулюкіна Н.А. Куди рухається українське виноградарство – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infoindustria.com.ua/kudi-ruhayetsya-ukrayinske-vinogradarstvo>.
2. Про розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://eurowine.com.ua/?q=node/18264>.

**Мокієнко Т. В.,**

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

**Прийдак Т. Б.,**

к.е.н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку

**Лісний А. Г.,**

здобувач вищої освіти ступеня «Спеціаліст»,

спеціальність «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

## **СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Виникнення в глибинах бухгалтерського обліку управлінської складової зумовлено необхідністю прийняття управлінських рішень на основі інформаційної системи, що функціонує на якісно новому технічному рівні, яка повинна стати складовою частиною керуючої системи підприємства. Розуміння сутності управлінського обліку і його місця в інформаційній системі управління підприємством неможливе без глибокого аналізу основної його складової, яка одночасно є і основним його результатом, а саме - інформації.

Інформація – це факти, дані, результати спостережень і обліку, на основі яких ухвалюються різні рішення [1].

Управлінська інформація - нові корисні дані, що надходять в інформаційні канали та підтверджують або змінюють управлінські рішення менеджерів. Характеристику управлінської інформації представлено на рис. 1.

Обліково-економічну інформацію з метою її ефективного використання можна класифікувати за цілою низкою ознак:

- за часом і підставою формування (виникнення): первинна, вторинна;
- за стабільністю: змінна, постійна (умовно-постійна) інформація;
- за способом вираження: цифрова і алфавітна;
- за характером оброблення Інформація систематизована,

несистематизована;



Рис. 1. Характеристика управлінської інформації

- за економічним змістом: за об'єктами відображення: не обігові активи, обігові активи, витрати майбутніх періодів, власний капітал, забезпечення наступних витрат і платежів, довгострокові зобов'язання, поточні зобов'язання, доходи майбутніх періодів; за видами діяльності: про виробничу, торговельну

діяльність, послуги;

- за обсягом змісту і способом узагальнення: разова, нагромаджувальна, зведена;

- за способом створення: інформація, що формується ручним способом; що формується в автоматизованому режимі;

- за метою створення, взаємозв'язками і послідовністю формування: первинна, поточна, підсумкова і архівна;

- за характером використання та функціями: інформація для управління (управлінська (внутрішня), інформація для зовнішніх користувачів (зовнішня);

- за можливістю користування: загальнодоступна (публічна) інформація, конфіденційна інформація, що носить характер комерційної таємниці;

- за масштабами охоплення явищ (просторова ознака): інформація про окремий суб'єкт економіки, про регіон, державу.

Отже, в сучасних умовах обґрунтованість прийняття управлінських рішень суб'єктами господарської діяльності в значній мірі обумовлена якістю представленої облікової інформації, яка є підставою для формування економічного мислення та свідомості суспільства, сприяє довірі до бухгалтерського обліку і фінансової звітності.

### Література:

1. Власова О. Є. Конспект лекцій з дисципліни «Управлінський облік» (для студентів 4, 5 курсу денної і заочної форм навчання напрямку підготовки 0501 – «Економіка і підприємництво», 6.030509 «Облік і аудит» спеціальності «Облік і аудит») / О. Є. Власова ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ – 2010. – 118 с.

2. Лепетан І. М. Інформація як основа ведення управлінського обліку та управління витратами / І. М. Лепетан, Т. В. Замощенко // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. - №1 (56). Том 3. – С. 18 – 23.

3. Лучик Г. М. Характеристика критеріїв обліково-аналітичної інформації у забезпеченні якісної інформаційної бази для управління / Г. М. Лучик //



Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 7. – С. 834 – 839.

4. Управлінський облік: сучасна теорія і практика [Текст] : навчальний посібник / Ю. Ю. Верланов, С. А. Бурлан, Ю. О. Верланов. - Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. - 340 с.

**Грибовська Ю. М.,** к.е.н., доцент  
Полтавська державна аграрна академія

### **МАТЕРІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ВИДИ ТА ПОРЯДОК ЗАСТОСУВАННЯ**

Відповідно до ст. 130 Кодексу законів про працю України (далі – КЗпП) матеріальна відповідальність – це відповідальність найманого працівника за шкоду, завдану підприємству (організації) унаслідок порушення ним своїх трудових обов'язків [1]. До матеріальної відповідальності притягують з метою компенсації завданих збитків, нестачі або псування цінностей.

Правила притягнення працівника до матеріальної відповідальності:

- розмір відрахувань (при компенсації збитку) із заробітної плати не може перевищувати 20 %, а у випадках, передбачених законодавством, – 50 %;
- матеріальна відповідальність застосовується до працівника незалежно від дисциплінарної, адміністративної та кримінальної відповідальності;
- за шкоду, яку працівник завдав у стані крайньої необхідності, та за шкоду, яка належить до категорії нормального виробничо-господарського ризику, він не відповідатиме [1].

Притягнути працівника до матеріальної відповідальності можна при одночасному виконанні чотирьох обставин:

- працівник порушив свої безпосередні трудові обов'язки, тобто обов'язки та правила, прописані в посадовій інструкції, правилах трудового розпорядку й різних локальних нормативних документах підприємств;

- працівником завдано пряму дійсну шкоду, під якою розуміють втрату, погіршення або зменшення цінності майна, необхідність для підприємства провести витрати на відновлення, придбання майна чи інших цінностей, або зробити зайві, викликані внаслідок порушення працівником трудових обов'язків, грошові виплати;

- наявний причинний зв'язок між порушенням трудових обов'язків і завданим збитком;

- збиток завданий унаслідок протиправної дії (або бездіяльності) працівника.

Розрізняють такі види матеріальної відповідальності:

1. Обмежена матеріальна відповідальність. Її застосовують у розмірі прямої дійсної шкоди, але не більше ніж розмір середнього місячного заробітку.

Відповідно до п. 1 ч. 1 ст. 133 КЗпП, обмежену матеріальну відповідальність несуть усі працівники підприємства:

- за псування або знищення через недбалість матеріалів, напівфабрикатів, виробів (продукції), у тому числі під час їх виготовлення;

- за псування або знищення через недбалість інструментів, вимірювальних приладів, спеціального одягу й інших предметів, виданих підприємством, установою, організацією працівникові в користування [1].

Згідно з п. 2 ч. 1 ст. 133 КЗпП, керівники підприємств, їх структурних підрозділів, а також їх заступники несуть обмежену матеріальну відповідальність за шкоду, завдану:

- зайвими грошовими виплатами;

- неправильною постановкою обліку та зберігання матеріальних або грошових цінностей;

- у зв'язку з тим, що вони не вжили необхідних заходів щодо попередження простоїв [1].

До зайвих грошових виплат належать: суми стягнених штрафів, заробітної плати, суми, виплачені звільненому працівникові у зв'язку із

затримкою видачі трудової книжки, помилковим розрахунком і через неправильне формулювання причин звільнення.

2. Повна матеріальна відповідальність. Її накладають у повному обсязі на працівника, винного в заподіянні прямої дійсної шкоди.

Наведемо випадки відповідно до ст. 134 КЗпП, які застосовуються до головного бухгалтера чи бухгалтера й за умови настання яких їх можуть притягнути до повної матеріальної відповідальності:

- між працівником і підприємством укладено письмовий договір про повну матеріальну відповідальність за забезпечення цілісності майна й інших цінностей, переданих йому для зберігання або для інших цілей;

- майно й інші цінності були одержані працівником під звіт за разовою довіреністю або за іншими разовими документами. Під разовими довіреностями розуміють довіреності на отримання товарно-матеріальних цінностей, які видають для одержання матеріальних цінностей у сторонніх фірм;

- шкоду завдано діями працівника, котрі мають ознаки діянь, переслідуваних у кримінальному порядку;

- шкоду завдано працівником, який був у нетверезому стані, або у стані наркотичного та токсикологічного сп'яніння, всі стани повинні бути підтвержені медичними висновками;

- шкоду завдано нестачею, умисним знищенням або умисним псуванням матеріалів, напівфабрикатів, виробів (продукції), у тому числі під час їх виготовлення, а також інструментів, вимірювальних приладів, спеціального одягу й інших предметів, виданих підприємством, установою, організацією працівникові в користування;

- у випадку нанесених збитків не при виконанні трудових обов'язків [1].

3. Колективна (бригадна) матеріальна відповідальність. На практиці зустрічається в окремих випадках, установлена вона ст. 135 КЗпП, її можуть застосовувати при спільному виконанні працівниками окремих видів робіт, пов'язаних зі зберіганням, обробкою, продажем (відпуском), перевезенням або застосуванням у процесі виробництва переданих їм цінностей, коли неможливо

розмежувати матеріальну відповідальність кожного працівника окремо й укласти з ним договір про повну матеріальну відповідальність.

Колективна (бригадна) матеріальна відповідальність встановлюється лише за погодженням із профспілкою підприємства. Відповідальність стосується лише тих працівників, які здійснюють роботи, визначені Переліком № 43 [2]. Заподіяна колективом (бригадою) шкода підприємству підлягає відшкодуванню та розподіляється між членами цього колективу (бригади) пропорційно до місячної тарифної ставки (посадового окладу) і фактично відпрацьованого часу за період від останньої інвентаризації до дня виявлення завданих збитків.

4. Індивідуальна матеріальна відповідальність. Її застосовують до окремого працівника, з яким укладають відповідний договір.

Отже, працівник покриває завдані збитки (повністю або частково) за рахунок власних коштів (або шляхом відрахувань із заробітної плати), а за погодженням із власником він може виправити пошкоджене або передати підприємству аналогічне майно.

### **Література:**

1. Кодекс законів про працю України №322-VII від 10 груд. 1971 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Наказ Міністерства праці України «Про затвердження Переліку робіт, при виконанні яких може запроваджуватися колективна (бригадна) матеріальна відповідальність, умови її застосування і Типового договору про колективну (бригадну) матеріальну відповідальність» № 43 від 12 трав. 1996 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

**Канцедал Н. А.**, к.е.н., доцент

**Марченко Л. В.**,

магістр спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

## **КРИТЕРІЇ РОЗМЕЖУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ ТА НЕЦІЛЬОВОЇ БЛАГОДІЙНОЇ ДОПОМОГИ ПІДПРИЄМСТВА ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ, ЩО НЕ Є ЙОГО СПІВРОБІТНИКАМИ**

Сучасний стан економічної, політичної та соціальної сфери національного простору України характеризується розвитком нових викликів та зв'язків, зокрема, збільшується питома вага соціально-економічних взаємовідносин у сфері надання та отримання благодійної допомоги.

Коло учасників благодійних заходів, акцій та програм розширюється та може включати наступні взаємовідносини «фізична особа – фізична особа»; «фізична особа – благодійна організація» і навпаки; «підприємство – фізична особа (співробітник)»; «підприємство – фізична особа (не співробітник)».

Метою дослідження є з'ясування особливостей визнання доходу у вигляді благодійної допомоги у взаємовідносинах «підприємство – фізична особа (не співробітник)», а також визначення відповідної бази оподаткування для недопущення помилок щодо нарахування та сплати податку на доходи фізичних осіб за такими операціями. Результати дослідження зводяться до наступного.

У випадках надання благодійної допомоги фізичній особі зі сторони, яка не є працівником підприємства можуть бути два типи операцій: перший передбачає надання (перерахування) коштів безпосередньо такій особі, а другий – перерахування коштів закладу охорони здоров'я, де зазначена особа перебуває на лікуванні. З точки зору податкового законодавства у першому випадку така допомога вважається нецільовою допомогою, у другому – цільовою [2, с. 21]. Конкретизуємо особливості кожного з них.

1. Надання (перерахування) благодійних коштів безпосередньо особі, що не є працівником підприємства. Потреба в нарахуванні ПДФО в даному випадку виникає тоді, коли сума такої допомоги перевищує розмір податкової соціальної пільги, тобто 2240 грн. Вихідним положенням для цього є норма пп. 169.4.1. Податкового Кодексу України, згідно якої податкова соціальна пільга застосовується до доходу, нарахованого на користь платника податку протягом звітного податкового місяця як заробітна плата (інші прирівняні до неї відповідно до законодавства виплати, компенсації та винагороди), якщо його розмір не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, діючого для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 гривень [3]. Відповідний розмір прожиткового мінімуму для працездатної особи станом на 1 січня 2017 року становить 1600 грн. [1], звідси заокруглений добуток  $1600 \times 1,4$  становитиме 2240 грн.

Отже, якщо сума благодійної допомоги, перерахованої підприємством-резидентом безпосередньо фізичній особі, що не є працівником підприємства, не перевищує 2240 грн., її не включають до оподаткованого доходу. Відповідно, суму перевищення вказаного розміру допомоги включають до загального місячного (річного) оподаткованого доходу платника з дотриманням пп. 164.2.20 Податкового Кодексу України [3]. Вона підлягає оподаткуванню у джерела виплати (тобто, підприємства). Фізична особа – отримувач, у свою чергу зобов'язана подати річну податкову декларацію із зазначенням суми отриманої благодійної допомоги, якщо вона перевищує 2240 грн. на рік незалежно від кількості джерел надходження такої допомоги.

2. Перерахування коштів закладу охорони здоров'я, де перебуває на лікуванні фізична особа, що не є працівником підприємства. У цьому випадку така сума вважається цільовою благодійною допомогою та незалежно від її розміру не включається до оподаткованого доходу [2, с.21]. При цьому необхідно звернути увагу на застереження, пов'язані з дотриманням наступних умов: 1) допомога надається підприємством-резидентом; 2) кошти отримує

заклад охорони здоров'я для компенсації вартості платних послуг з лікування; 3) лікування отримує платник, якому адресовані цільові кошти або член його сім'ї першого ступеня споріднення; 4) характер лікування не має ознак виключень, таких як косметичне лікування або косметична хірургія, (включаючи косметичне протезування, не пов'язане з медичними показаннями), водолікування та геліотерапія, не пов'язані з хронічними захворюваннями, лікування та протезування зубів з використанням дорогоцінних металів, гальванопластики та порцеляни, лікування тютюнової чи алкогольної залежності; придбання ліків, медичних засобів та пристосувань, які не включені до переліку життєво необхідних, затвердженого Кабінетом Міністрів України та інших обмежень, зазначених пп. 170.7.4. Податкового Кодексу України [3].

Таким чином, головним критерієм розмежування благодійної допомоги, що надається підприємством-резидентом фізичній особі-неспівробітнику є визнання такої допомоги нецільовою або цільовою.

Нецільовою вважається благодійна допомога, надана без установлення визначених умов та напрямів її використання безпосередньо фізичній особі. Якщо розмір такої допомоги у 2017 році перевищує суму 2240 грн., то він включається до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу та підлягає оподаткуванню податком на доходи фізичних осіб за відповідними ставками як у джерела виплати (тобто, підприємства), так і у одержувача коштів.

Цільовою вважається благодійна допомога, надана під визначені умови та напрями використання і не включається до оподатковуваного доходу платника податку на доходи фізичних осіб незалежно від її розміру.

### Література

1. Закон України «Про державний бюджет України на 2017 рік» від 21 груд. 2016 р. № 1801-VIII : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1801-19>.
2. Король А. Допомога на лікування не працівнику: коли та як

оподатковують [Текст] / А. Король // Все про бухгалтерський облік. – 2015. – № 43. – С. 20-21.

3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 груд. 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

**Єрмолаєва М. В.**, к.е.н., доцент,  
професор кафедри бухгалтерського обліку  
**Руда К. Р.**, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»  
спеціальність «Облік і оподаткування»  
Полтавська державна аграрна академія

### **ВНЕСЕННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ: ОЦІНКА, ДОКУМЕНТУВАННЯ, ОБЛІК**

Початковою складовою власного капіталу підприємства, як і в цілому його господарської діяльності є статутний капітал, який формується засновниками при створенні підприємства з метою забезпечення його активами для здійснення господарської діяльності [4].

Відповідно до ч. 1 ст. 86 Господарського кодексу України від 16.01.2003р. № 436-IV (далі - ГКУ) [1], вкладками учасників та засновників господарського товариства можуть бути: будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; цінні папери; права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами; інші майнові права (включаючи майнові права на об'єкти інтелектуальної власності); грошові кошти, в тому числі в іноземній валюті.

У той же час потрібно враховувати ряд обмежень і заборон, що містяться в ч. 3 ст. 86 ГКУ, а саме: майно державних (комунальних) підприємств, яке відповідно до закону (рішення органу місцевого самоврядування) не підлягає приватизації, та майно, яке знаходиться в оперативному управлінні бюджетних



установ, не можна вносити до статутного капіталу товариства.

Статутний капітал товариства з обмеженою відповідальністю (далі - ТОВ) може бути сформований грошовими коштами і майном. Внески грошовими коштами можна здійснити за 2 варіантами: до моменту реєстрації та після створення підприємства. Грошові внески до статутного капіталу перераховуються до моменту реєстрації засновниками на спеціальний поточний рахунок для формування статутного, пайового та інших видів капіталу (його відкриває уповноважена засновниками особа) [2].

Документальне забезпечення внесків грошовими коштами представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Порядок оцінки та документального оформлення внеску грошовими коштами учасниками до статутного капіталу

Вид внесків	Варіант внесення	Документування
Грошові кошти в національній валюті	Здійснення грошових внесків до моменту держреєстрації підприємства	Довідка про відкриття такого рахунка, платіжне доручення, засвідчене банківською установою, квитанція на внесення готівки, довідка банку, що засвідчує внесок учасниками грошових коштів
	Унесення коштів після створення підприємства	Платіжне доручення, засвідчене банківською установою, квитанція на внесення готівки, довідка банку, що засвідчує внесок учасниками грошових коштів, Прибутковий касовий ордер, квитанція від якого з відбитком печатки підприємства видається засновникові

Статутний капітал товариства з обмеженою відповідальністю формується за кредитом субрахунків 401 «Статутний капітал». На субрахунку фіксується сума статутного капіталу на дату держреєстрації підприємства і надалі (у міру здійснення внесків) ця сума не змінюється [3].

На дату держреєстрації товариства формується кореспонденція рахунків:

Дт 46 – Кт 401, 403 з аналітичним обліком у розрізі учасників і видів капіталу. Після першого проведення у міру здійснення внесків кожним з учасників рахунок 46 закриватиметься (за кредитом) у кореспонденції з Дт рахунків/субрахунків обліку майна, що вноситься. Для грошових внесків це буде:

- Дт 311 – Кт 46– якщо гроші перераховуються за безготівковим розрахунком із поточного рахунка засновника або вносяться готівкою через касу банку;

- Дт 301 – Кт 46 – якщо гроші вносяться готівкою через касу підприємства [2].

У цілях податкового обліку в емітента (товариства) – отримання майна до СК прирівнюється до його купівлі.

В емітента (товариства) сума готівкових і безготівкових грошових коштів, що надходять у вигляді прямих інвестицій в емітовані корпоративні права, не включається до складу податкових доходів (пп. 136.1.3 ПК).

Операції з емітованими цінними паперами або корпоративними правами не є об'єктом обкладення ПДВ (пп. 196.1.1 ПК) [3].

Отже, в результаті дослідження встановлено:

1. Грошові кошти можна вносити як в безготівковій, так і готівковій формі. Грошові внески до статутного капіталу перераховуються до моменту реєстрації засновниками на спеціальний поточний рахунок.

2. Якщо статутний капітал формується за рахунок грошових коштів, потрібно дуже ретельно підходити до вибору банківської установи, в якій згодом буде відкрито поточний рахунок для його формування, щоб строки відкриття такого рахунку або документи, необхідні для цього не були для Вас «сюрпризом».

### **Література:**

1. Господарський кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу :

<http://www.zakon.rada.gov.ua>.

2. Грошові внески до статутного капіталу [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://balance.ua/ua/news/all/post/denegnye-vznosy-v-ustavnyu-kapital>.

3. Омельницька З. Формуємо статутний капітал: облік у емітента та інвестора [Електронний ресурс] / З. Омельницька // Режим доступу : <https://uteka.ua/ua/publication/Formiruem-ustavnyj-kapital-uchet-u-emitenta-i-investora-2>.

4. Організація обліку відносин власності : навч. посіб. / за ред. Жука В. М. – 2-е вид., доп. і перер. – К. : Видавництво ТОВ «Юр-Агро-Веста», 2010. – 372с.

**Левицька С.**, аспірант

Херсонський державний університет

## **УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ**

Сучасні процеси інтеграції та глобалізації примушують підприємства прилаштовуватися до нестабільних і динамічних умов зовнішнього середовища. Здатність миттєво реагувати на зміни та швидко усувати загрози – це запорука успішного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Інколи приділяється недостатня увага забезпеченню економічної безпеки власного бізнесу, що призводить до виникнення сукупності проблем виробничого і невиробничого характеру. Тому особливої актуальності набуває проблема створення ефективного механізму управління економічною безпекою підприємства.

Теоретичні основи розроблення механізмів управління економічною безпекою підприємства відображені у працях вітчизняних і зарубіжних авторів, таких, як М.М. Єрмошенко, Р. Капелюшников, Д. Кауфман, Т.С. Клебанова, Г.Б. Клейнер, Г. В. Козаченко, С.М. Ілляшенко, Є.О. Олейников, Р.А. Руденський, В.Л. Тамбовцев, Л.Г. Шемаєва та ін.

Ключовим завданням системи економічної безпеки вітчизняного підприємства в складних умовах функціонування є не лише відстеження поточного стану економічної безпеки та наявності певних загроз, але й ідентифікація моменту реалізації загроз, що може призвести до виникнення виявів кризи. При низькому рівні контролю за поточною ситуацією це може спричинити розвиток кризи шляхом поступового переходу від кризових явищ до кризового стану підприємства [3].

Механізм управління економічною безпекою доцільно розділити на такий, що забезпечує попереджувачий вплив, та механізм антикризового управління. Відповідно до такого підходу можна виділити його мету, завдання, методи та функції [2].

Попереджувачим управлінням економічною безпекою підприємства є планування стратегій його розвитку, аналіз, прогнозування, планування необхідних змін і своєчасне реагування на події.

Антикризове управління – це система управління підприємством, спрямована на завчасне виявлення можливих кризових ситуацій, розробку заходів протидії, швидкого реагування на будь-які зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі, що складають загрозу для існування підприємств.

Сучасне розуміння антикризового управління є доволі неоднорідним і багатозначним, зі значним діапазоном його інтерпретацій. Зокрема, це розповсюджений погляд на антикризове управління як на управління підприємством в умовах загальної кризи економіки, далі — як на управління підприємством, що потрапило в кризову ситуацію в результаті незадовільного менеджменту. Розрізняється і ставлення до антикризового управління чи то як до управління підприємством на порозі банкрутства, чи то управління ним в період банкрутства [4].

Удосконалення забезпечення функціонування економіко-організаційного механізму економічної безпеки підприємств потребує розробки власного методичного підходу до комплексного інтегрального показника, що, згідно із підходом О. Журавки, повинен відповідати вимогам, ключовими з яких є такі: в

основі тактичного забезпечення об'єктних складових економіко-організаційного механізму економічної безпеки підприємств лежить формування та впровадження оціночного інтегрального показника; розробка методичного підходу до комплексної оцінки економічної безпеки підприємства здійснюється з урахуванням результатів поелементного аналізу; побудова моделі повинна базуватися на реальних статистичних даних; універсальність у застосуванні методичного підходу для підприємств інших галузей; використання мінімальної кількості складових; результати використання методики повинні бути максимально наближеними до реального стану економічної безпеки підприємства; методика повинна бути діагностичною, тобто визначати поточний стан безпеки, на основі якого розробляються сценарії тактичного і стратегічного розвитку об'єкта діагностики [1].

Отже, суб'єкти господарювання потребують не лише забезпечення ефективного функціонування, але й створення та впровадження системи управління, яка здатна швидко реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища. Таким чином, формування системи управління економічною безпекою забезпечує життєздатність та результативність діяльності підприємства у поточному та майбутньому періоді.

### Література:

1. Журавка О.С. Теоретичні аспекти формування системи фінансової безпеки підприємства / О.С. Журавка, Є.К. Бондаренко // Інноваційна економіка.–2012.–№4.–С.234-237.
2. Григорук С.С. Механізм управління економічною безпекою підприємства в умовах глобальних трансформацій / С.С. Григорук // Україна в системі міжнародних відносин в умовах глобалізації: наук. практ. конф.: тези доп., 9 лют. 2005р.,Київ,Європ. ут, 2005. — С. 70—72.
3. Надьон Г.О. Криза в діяльності підприємства: діагностика та подолання: монографія / Г.О. Надьон. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2010. – 384 с.

4. Штангрет А. М. Антикризове управління підприємством [Текст] : підруч. / А. М. Штангрет. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2008. — 396 с.

**Шульга М.О.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу

Херсонський національний технічний університет

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Особлива роль харчової промисловості у розвитку продуктивних сил країни визначається не тільки великою соціальною значимістю продукції, що має першорядне значення для життя і здоров'я людини як головної продуктивної сили суспільства, але й тим, що у виробничому процесі галузі специфічно поєднуються природні, кліматичні, економічні, геополітичні, соціальні та екологічні умови країни. Галузь виступає організатором та інтегратором агропромислового комплексу, сприяє розвитку і розміщенню інших галузей національного господарства як споживач його продукції, здійснює вирішальний вплив на спеціалізацію окремих країн та їх регіонів у виробництві продовольства, а також на розвиток міждержавних та міжрегіональних зв'язків.

Підприємства харчової промисловості є одними з провідних виробництв агропромислового комплексу національної економіки та мають сприятливі умови для свого розвитку в Україні. Проте, у сучасних кризових умовах, які визначаються посиленням глобальної конкуренції, що охоплює ринки товарів, капіталу, технологій і робочої сили, підприємства харчової промисловості нажалі характеризуються різким зниженням технічного рівня виробництва, скороченням асортименту продукції та погіршенням її якості, зниженням інвестиційного та інноваційного процесів. Хоча, ці умови господарювання створюють для підприємств харчової промисловості нові можливості для

розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, зміцнення і розширення позицій на внутрішньому і зовнішньому продовольчих ринках, посилюють вимоги до їх конкурентоспроможності, а також їх здатності до інноваційного оновлення та залучення інвестицій.

Основним чинником, який визначає рівень виробництва харчової продукції, є стан купівельної спроможності споживачів, тому що зростання доходів населення сприяє зростанню споживання населенням харчових продуктів, і, в свою чергу, сприяє зростанню обсягів виробництва. Подальша активізація зовнішньоторговельної діяльності сприяє економічному зростанню в орієнтованих на експорт підприємств харчової промисловості та збільшенню інвестиційних можливостей вітчизняних підприємств. Основними зовнішніми ринками збуту продукції підприємств харчової промисловості України є ринки країн СНД, на які експортується м'ясо і м'ясні субпродукти, цукор і кондитерські вироби, молоко та молокопродукти, олія.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості та конкурентоздатності її продукції є основним засобом максимізувати позитивні ефекти і мінімізувати загрози і ризики, пов'язані з зовнішньоторговельною лібералізацією. Одночасно з експортом Україна імпортує агропродовольчу продукцію. Третина продовольчих товарів імпортується з країн ЄС, половину з них складають готові харчові продукти.

Для стійкого розвитку підприємств харчової промисловості велике значення має упровадження нових ресурсозберігаючих технологій у виробництво, розвиток сільськогосподарської сировинної бази та розвиток коопераційних зв'язків між постачальниками сировини, створення різних умов конкуренції як для вітчизняних, так і іноземних виробників. Підприємства харчової галузі характеризуються наявністю потужної сільськогосподарської сировинної бази. Аграрні підприємства забезпечують сировиною цукрові, консервні, молокозаводи, м'ясокомбінати, пивоварні і спиртозаводи та інші.

На нашу думку, вагоме значення підприємств харчової промисловості України полягає у реалізації основних наступних завдань: доведення

виробництва харчових продуктів, які збагачені вітамінами, мінеральними сполуками та іншими харчовими речовинами до необхідних обсягів; забезпечення необхідної кількості, широкого асортименту та цінової доступності основних продовольчих товарів для всіх верств населення на основі ресурсозбереження та підвищення продуктивності праці; застосування сучасних систем менеджменту для забезпечення якості і безпечності харчових продуктів; виробництво перспективної продукції, що відповідає новим потребам людини; формування потужного експортного потенціалу галузі з метою розширення її участі у світовому розподілі праці у сфері виробництва продовольчих товарів.

**Черненко К.В.,**

к.е.н., старший викладач кафедри

бухгалтерського обліку

Полтавська державна аграрна академія

## **ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Однією з умов для здійснення господарської діяльності є забезпечення підприємства необхідними основними засобами – будівлями, спорудами, обладнанням, транспортними та іншими засобами (одночасно з матеріальними і трудовими ресурсами). Особливістю цих основних засобів є те, що вони мають довгий час їх використання, передача вартості на собівартість зносу створеного продукту та поступовий знос [1].

Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, здавання в оренду іншим особам, надання послуг або для здійснення соціально – культурних і адміністративних функцій, очікуваний строк експлуатації яких з дати введення в експлуатацію, становить понад один рік або оперативний цикл, якщо він довший за рік. А також варто зауважити, що основні засоби відіграють



велике значення на підприємстві, адже вони є основним засобом збагачення капіталу підприємства. [3, с. 224].

Невиробничими основними засобами вважаються ті, що не беруть безпосередньої або побічної участі у процесі виробництва. Вони передбачені для обслуговування потреб житлово – комунального господарства, освіти, охорони здоров'я, культури. До них належать машини, споруди, будівлі, апарати, обладнання та інші засоби, що використовують у невиробничій сфері [3].

Необхідною умовою правильного обліку основних засобів є єдиний принцип їх грошової оцінки:

- за первісною залишковою;
- переоціненою;
- ліквідаційною вартістю.

Первісною оцінкою основних засобів є собівартість їх придбання або створення.

Собівартістю основних засобів вважається сплачена сума грошових коштів або справедлива вартість іншої форми компенсації або їх еквівалентів, наданої для отримання активу на момент його придбання або створення [2].

Нормативно-правове забезпечення обліку основних засобів полягає в подальшій гармонізації їх фінансового обліку з податковим, поступово наближаючись до вимог міжнародних стандартів. Основні засоби – це один з найважливіших чинників будь-якого виробництва, на кінцеві результати господарської діяльності підприємств якого впливає стан і ефективне використання.

Якщо проводити розрахунок ліквідаційної вартості тільки для об'єктів, які мають у своєму складі зворотні відходи, а також для тих, що в подальшому можуть бути визначені активом, сприятиме поліпшенню обліку основних засобів. в наказі про облікову політику підприємства доцільно зазначити та обґрунтувати методику для розрахунку ліквідаційної вартості. Кількість та вартість зворотних матеріалів доцільно визначати комісійно, станом на момент

оприбуткування з урахуванням умов подальшої експлуатації об'єкту без урахування індексу витрат та інфляції, які неможливо визначити достовірно на момент придбання об'єкту [1].

В процесі дослідження встановлено, що на сьогодні аудит як вид контролю є необхідним та обґрунтованим, оскільки володіння достовірною інформацією – це передумова успішного функціонування промислових підприємств. Основні засоби займають значну частину в загальній майновій номенклатурі більшості суб'єктів господарювання. На сучасному етапі розвитку важливого значення набувають питання їх ефективного використання та збереження. Значною мірою цьому сприяє здійснення дієвого незалежного контролю за використанням та станом об'єктів основних засобів. Необхідність аудиторської перевірки зумовлена тим, що найбільш достовірним джерелом інформації про господарську діяльність підприємства є дані бухгалтерського обліку та звітності [3]

Отже, основні засоби – це один з найважливіших чинників будь-якого виробництва, стан і ефективне використання якого прямо впливає на кінцеві результати господарської діяльності підприємств. Проведення розрахунку ліквідаційної вартості тільки для об'єктів, які мають у своєму складі зворотні відходи і які в подальшому можуть бути визначені активом, сприятиме поліпшенню обліку основних засобів. Методику розрахунку ліквідаційної вартості доцільно зазначити та обґрунтувати в наказі про облікову політику підприємства.

Кількість та вартість зворотних матеріалів доцільно визначати комісійно, станом на момент оприбуткування з урахуванням умов подальшої експлуатації об'єкту без урахування витрат та індексу інфляції, які неможливо достовірно визначити на момент придбання об'єкту.

Організація обліку основних засобів повинна бути цілісною, єдиною системою взаємопов'язаних, взаємоузгоджених методів і способів обліку, які охоплюють увесь комплекс облікових процедур з виявлення, реєстрації, вимірювання, зберігання, накопичення, узагальнення та передачі інформації.

### Література:

1. Авер'янова Є. Основні засоби: Консультації. Роз'яснення спеціалістів міністерств та відомств. Нормативна база. Первинна документація / Є. Авер'янова, Т. Абрамцова, Н. Діброва, К. Єрохін, Н. Журавель / А. Бабак (голов. ред.). – Д. : Баланс-Клуб, 2006. – 223 с.
2. Бортнік Н. А. Основні засоби: сутність, визначення, оцінка та облікова політика / Н. А. Бортнік // Держава та регіони. – 2007. – № 4. – С. 258–261.
3. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. 7-е видання, доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2006. – 832 с.

**Пономаренко О. Г.**, к.е.н., доцент

**Шпідько Ю. Л.**, здобувач СВО «Магістр»

Полтавська державна аграрна академія

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА РОЗРАХУНКІВ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ**

Сьогодні податки, конкуренція та прагнення керівництва до досягнення надрівнів рентабельності змушують підприємства позбутися зайвих працівників або скорочувати витрати на оплату праці. Проте, заробітну плату потрібно використовувати як найважливіший засіб стимулювання зростання продуктивності праці. Виявлення проблем організації матеріального стимулювання праці на підприємствах України переконливо свідчить про недосконалість сучасної політики мотивації персоналу та потребу її реформування за визначеними напрямками, головний з яких інтеграція інтересів

і цілей працівників з інтересами та цілями підприємства. Важливо, щоб усі запропоновані фактори застосовувалися одночасно та якісно.

Не слід забувати і макроекономічні напрями удосконалення організації заробітної плати, які мають здійснюватися разом із проведенням загальної соціально-економічної, структурної, податкової, цінової політики [4, с. 93].

Заходи спрямовані на удосконалення оплати праці, включають насамперед забезпечення залежності розмірів заробітної плати від особистого внеску працівників у результати праці [2, с. 113].

Найбільш дієвою основою формування заробітної плати варто вважати гнучкі безтарифні системи. Розрахунок індивідуальної заробітної плати кожного працівника необхідно здійснювати з урахуванням оцінки його праці, особистих якостей і ставлення до праці, а також результатів роботи підприємства зі щомісячним заповненням картки бальної оцінки результату праці робітника [3, с. 37].

Розробляючи положення про оплату праці та преміювання необхідно розширювати практику персоніфікації ставок і окладів найбільш кваліфікованим працівникам, орієнтованим на підвищення ефективності праці. До переліку факторів та критеріїв оцінювання умов преміювання слід включати рівень кваліфікації, ступінь відповідальності виконаної роботи, рівень професійної майстерності, ініціативності, стаж роботи та результати кваліфікаційної атестації робітників [5, с. 85].

Одним із напрямів удосконалення системи ведення бухгалтерського обліку також є зменшення кількості документації завдяки впровадженню багатоденних і накопичувальних документів, використання типових міжвідомчих форм, пристосованих до використання обчислювальної техніки.

Витрати на оплату праці є третім після матеріальних витрат за значимістю складником витрат операційної діяльності підприємства.

Вагому частку таких витрат, що до того ж зазнають у аграрному секторі економіки значних сезонних коливань, займають витрати на нарахування відпускних. Для згладження таких коливань слід використати інструмент

облікової політики – резервування. У плані рахунків бухгалтерського обліку, відповідно, передбачений окремий субрахунок 472 «Резерв виплат відпусток».

Контроль за формуванням і цільовим використанням резерву виплат відпусток доцільно покласти на головного бухгалтера або на заступника головного бухгалтера.

Процес відображення ЄСВ у синтетичному обліку дещо спростився у 2016-2017 році через відміну готувати інформацію у кількох розрізах [1]:

- нормативне супроводження Державного бюджету України на 2017 рік анулювало класи професійного ризику із застосуванням єдиної ставки у 22%;
- відмінено утримання ЄСВ безпосередньо з працівників (до цього справлялося за ставкою 3,6%).

Однак, залишилася проблеми виокремлення у обліку інформаційних потоків щодо ЄСВ із виплат інвалідам та інших, що справляються за специфічними ставками.

З метою систематизації інформації щодо нарахування, утримання та перерахування єдиного соціального внеску до Міністерства фінансів та віднесення на рахунки витрат сум нарахувань на підприємстві доцільно:

- розробити наказ щодо введення додаткових субрахунків для відображення в обліку інформації щодо нарахованого єдиного соціального внеску;
- вести «Відомість утримань і нарахувань єдиного соціального внеску із заробітної плати».

Впровадження та використання зазначених вдосконалень дасть можливість працівникам бухгалтерії надавати деталізовану та вірну інформацію щодо оплати праці та сум єдиного соціального внеску.

### Література:

1. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» № 2464- VI від 08 лип. 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу :

<http://www.rada.gov.ua>.

2. Колосок А. М. Шляхи вдосконалення організації обліку оплати праці на підприємстві / А. М. Колосок. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2012. – № 22. – С. 110-113.

3. Немодрук Н. М. Удосконалення обліку, аналіз і аудит розрахунків з оплати праці / Н. М. Немодрук // Економіка та держава. – 2009. – № 8. – С. 36-38.

4. Потриваєва Н. В. Стан та перспектива обліку розрахунків з оплати праці : теоретичний аспект / Н. В. Потриваєва, І. В. Савченко // Економічний форум. – 2014. – № 1. – С. 93-98.

5. Садовніков О. А. Сучасні проблеми обліку розрахунків з оплати праці та удосконалення їх шляхів / О. А. Садовніков, Г. В. Сировой // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля : науковий журнал. – 2011. – № 8(162). – Ч. 1. – С. 84-88.

**Шепель Т.С.,**

асистент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Ефективна робота сучасного аграрного підприємства неможлива без добре налагодженої системи управлінського обліку і звітності на всіх рівнях управління. В умовах посилення конкуренції на вітчизняному ринку питання про необхідність налагодження системи управлінського обліку для багатьох прогресивних керівників вже не постає. Підвищена увага до управлінського обліку зумовлена факторами, специфічними для сучасного бізнесу: постійне зростання концентрації капіталу; високий рівень внутрішньої та зовнішньої конкуренції; непередбачуваність інфляційних рухів; значне збільшення

виробничих витрат. Для зміцнення позицій підприємства на ринку і його експансії необхідно грамотно управляти його грошовими потоками, виробництвом та інвестиційними проектами.

Значний внесок у дослідження питань теорії і практики, організації та розвитку управлінського обліку належить таким вітчизняним та зарубіжним вченим, як: І.А. Білоусовій, О.С. Бородкіну, Ф.Ф. Бутинцю, Б.І. Валуєву, С.Ф. Голову, З.В. Задорожному, Г.Г. Кірейцеву, М.В. Кужельному, П.Т. Саблуку, А. Апчорчу, Р.Н. Ентоні, Дж. Рісу, Дж. Харрісону, Ч.Т. Хорнгрену, Дж. Фостеру.

Проте, незважаючи на численні наукові розробки, проблема створення цілісної системи управлінського обліку в сільському господарстві, яка б враховувала специфіку галузі, залишається невирішеною. Оскільки діюча система організації управлінського обліку на аграрних підприємствах України не відповідає сучасним умовам господарювання, відсутнє належне нормативне, документальне та методичне його забезпечення.

Управлінський облік виник не як джерело загальної інформації про діяльність підприємства для забезпечення управління, а шляхом перетворення обліку виробничих витрат і собівартості продукції, який називався виробничим обліком, в управлінський, що забезпечує управління інформацією для прийняття рішень, пов'язаних із виробничими витратами. Кінцевою його метою є допомога керівництву у досягненні стратегічної мети підприємства, і тому він є необхідним для функціонування управлінського контролю [1].

Для ефективної організації управлінського обліку на аграрних підприємствах велике значення має науково-обґрунтована класифікація витрат. Вона дає можливість глибоко вивчити склад і характер витрат, посилити контроль у процесі виробництва за їх формуванням, застосовувати різноманітні прийоми і способи в управлінському обліку та прийнятті управлінських рішень. При калькулюванні собівартості продукції важливу роль відіграє класифікація витрат за елементами і статтями калькуляції [2]. Джерелами даних для

управління витратами за елементами є дані аналітичних рахунків 80-85 класу 8 “Витрати за елементами”.

Підвищення рентабельності та ефективності виробництва вимагає науково обґрунтованої калькуляції фактичної собівартості сільськогосподарської продукції. Важливим звітним сегментом виробничої діяльності аграрних підприємств є рослинництво. У рослинництві об'єктами визначення собівартості є окремі види основної, супутньої і побічної продукції, одержуваної від вирощування сільськогосподарських культур, а також сільськогосподарські роботи, виконані в поточному році під урожай наступного року. Найбільше здійснюються витрати за звітними сегментами в період виконання сільськогосподарських робіт. У зв'язку з цим виникає необхідність в управлінській звітності за сегментами рослинництва вказати затрати окремо як за сільськогосподарськими культурами, так і за основними технологічними процесами. Такий порядок управлінської звітності за сегментами рослинництва забезпечить не тільки реальне обчислення собівартості продукції, а й сприятиме здійсненню дієвого контролю за її формуванням, проведенню глибокого аналізу собівартості продукції, встановленню причин економії або перевитрат коштів [3].

Витрати на утримання худоби і птиці становлять собівартість продукції тваринництва. Витрати на утримання молодняка тварин, який не зважується, відносять на збільшення вартості цих тварин, виходячи з кількості кормо-днів та собівартості кормо-дня. Продукцією вирощування та відгодівлі худоби і птиці є приріст живої маси, одержаний у звітному періоді, та жива маса.

Управлінська звітність за сегментами виробничої діяльності залежить, насамперед, від особливостей організації та технології виробництва. Вона повинна забезпечити точне обчислення собівартості продукції та контроль за доцільним і раціональним витрачанням коштів.

Організація управлінського обліку на аграрному підприємстві повинна бути теоретично обґрунтованою, методично виправданою і цілком придатною до практичного використання. Науково обґрунтоване калькулювання фактичної



собівартості сільськогосподарської продукції необхідне для визначення рентабельності та ефективності виробництва.

Таким чином, за допомогою правильної організації управлінського обліку керівники аграрних підприємств зможуть мінімізувати витрати на виробництво продукції й одержати максимально можливий рівень рентабельності.

### Література:

1. Левицька С. Управлінський та внутрішньогосподарський облік: завдання, мета, чинники ефективного впровадження / С. Левицька // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 2. – С. 27-35.
2. Нападовська Л. Методологічні засади управлінського обліку / Л. Нападовська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – № 4. – С. 26-30.
3. Яворов В.В. Удосконалення управлінського обліку в сільськогосподарських підприємствах / В.В. Яворов // Економіка АПК. - 2010. – № 3. – С. 107-112.

**Зябко Ю.В.**, студентка ЕФ

**Сілецька Н.В.**, науковий керівник, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ АГРАРІЇВ В УКРАЇНІ

У кожній державі, в будь-якому суспільстві сільське господарство є життєво необхідною галуззю народного господарства, оскільки зачіпає інтереси буквально кожної людини. Питома вага аграрного сектору у валовому внутрішньому продукті країни становить 11 – 12%, що є більшим, ніж у металургії, машинобудуванні і будівництві разом взятих. Тому, для сільськогосподарських товаровиробників отримання держаної підтримки являється можливістю стабілізування своєї діяльності, а також покращення економічного стану свого підприємства. Отже, виникає об'єктивна необхідність

у регулюванні та підтримці розвитку сільського господарства в Україні з боку держави та запровадження відповідних норм для реалізації державної політики у сфері сільського господарства.

Одним з найважливіших елементів державного регулювання аграрного сектору економіки є система оподаткування, яка впливає на обсяги, спеціалізацію та розміщення аграрного виробництва, на вибір організаційно-правової форми підприємництва та рівень ефективності використання наявних ресурсів. Внаслідок запровадження з 1999 року фіксованого сільськогосподарського податку (ФСП) та звільнення від сплати податку на додану вартість (ПДВ), а також введення нульової ставки цього податку на певні види продукції вдалось дещо покращити фінансовий стан аграрних підприємств та збільшити податкові надходження до державного бюджету. Надалі в Україні для сільськогосподарських товаровиробників запровадили спецрежим оподаткування, згідно якого вони повинні сплачувати єдиний податок та мають право на певні пільги, а саме у сфері тваринництва ПДВ нараховується на загальних підставах, але до бюджету сплачується 20%, а відповідно 80% перераховується на спеціальний банківський рахунок №1, кошти з якого сільгосптоваровиробник має право витратити на розвиток галузі лише тваринництва, однак при нецільовому використанні таких коштів всі кошти з рахунку зараховуються до бюджету. Теж саме стосується галузей рослинництва та іншої сільськогосподарської продукції, у відсотковому співвідношенні відповідно 85% / 15% та 50% / 50%. Тобто, таким чином підприємства отримують допомогу та кошти з боку держави на удосконалення виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції.

Але з 1 січня 2017 року стаття 209 ПКУ, якою був установлений спеціальний режим оподаткування втратила свою чинність, підставою для чого є вимога Міжнародного Валютного Фонду, що виступає проти будь – яких податкових пільг. Тобто, платники, які користувалися спецрежимом ПДВ, переводяться на загальну систему оподаткування та сплачуватимуть ПДВ у загальному порядку.

Окремо, варто звернути увагу на відсутність роз'яснень щодо подальшої долі сум ПДВ, акумульованих на спеціальних рахунках сільськогосподарських товаровиробників. Починаючи з 1 січня 2017 року суми перераховують на поточний рахунок, але питання строків такого перерахування, не є зрозумілим. Найвірогідніше, це буде відбуватися разом із закриттям спецрахунків, тобто 31 січня або 20 лютого 2017 року.

Але, деяку підтримку з боку держави все ж таки залишили. Аби частково компенсувати втрати виробників сільгосппродукції у зв'язку із скасуванням спецрежиму ПДВ та підтримати їх, законодавці з 1 січня 2017 року запроваджують для сільгосптоваровиробників бюджетну дотацію. Отримувачами бюджетної дотації можуть бути тільки сільгоспідприємства – платники ПДВ, основною діяльністю яких є постачання сільгосптоварів, питома вага вартості яких, повинна становити не менше 75 % вартості усіх товарів, поставлених протягом попередніх 12 послідовних звітних податкових періодів. Також зазначено види діяльності для яких будуть надані дотації, а саме: вирощування овочів, баштанних, коренеплодів та бульбоплодів, вирощування винограду, розведення великої рогатої худоби, коней, свиней, свійської птиці, бджільництво, вирощування тютюну, виробництво м'яса та переробка молока. Тобто, ті підприємства, які мають дійне стадо, але паралельно займаються рослинництвом, вартість продукції якого перевищує чверть від їх товарообороту, втрачають право подавати заявку на отримання дотації.

Проектом держбюджету передбачені видатки Міністерству аграрної політики і продовольства України у розмірі 8,2745 млрд.грн за загальним фондом. Максимальна сума дотації одному підприємству складе не більше 150 млн.грн. У Законі «Про державний бюджет України на 2017 рік» бюджетна дотація буде розподілятися пропорційно до вартості сільськогосподарської продукції реалізованої конкретним виробником.

Ще одним інструментом державної підтримки аграрного сектору є здешевлення кредитів, який передбачає, що компенсації підлягають відсоткові

ставки за кредитами, залученими для покриття витрат, пов'язаних із закупівлею пально-мастильних матеріалів, насіння, добрив, засобів захисту рослин, кормів, сировини та інгредієнтів для виробництва комбікормів, ветеринарних препаратів і т.д.

Отже, звичайно сільському господарству України необхідна підтримка держави, але зі скасуванням спеціального режиму оподаткування ПДВ для сільгоспвиробників зменшився їх інтерес зокрема, до вирощування продукції рослинництва, а саме зернових та технічних культур, в яких і є потенціал розвитку. Але, разом з тим є стимул в отриманні дотацій від держави в сфері сільського господарства, адже система прямих державних дотацій перш за все вигідна інтегрованим підприємствам, які займаються птахівництвом і свинарством.

**Лега О. В.**, к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку  
**Ліпський Р. В.**, к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку,  
**Тараненко Я. Г.**, здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,  
спеціальність «Облік і оподаткування»,  
Полтавська державна аграрна академія

## **БЮДЖЕТНІ ДОТАЦІЇ СІЛЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ: НОВАЦІЇ 2017 РОКУ**

Для сільськогосподарських товаровиробників 2017 охарактеризувався як рік скасування спецрежиму з податку на додану вартість. Натомість Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» №1877-IV від 24.06.2004 (далі – Закон №1877) було доповнено розділом VI «Державна підтримка виробників окремих видів сільськогосподарської продукції», яким передбачено надання сільськогосподарським товаровиробникам у період з 2017 до 2022 р. допомоги на розвиток сільського господарства у вигляді бюджетних дотацій (безоплатна, безповоротна допомога з бюджету).

22.02.2017 року набрала чинності Постанова Кабінету Міністру України «Про затвердження Порядку розподілу бюджетної дотації для розвитку сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції у 2017 році» № 83 від 08.02.2017 року, якою затверджено Порядок розподілу бюджетної дотації для розвитку сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції у 2017 році.

Не мають права на отримання бюджетної дотації за звітний (податковий) період, за який проводиться бюджетна дотація, особи, які: були виключені із Реєстру отримувачів бюджетної дотації, сформованого ДФС, або втратили статус отримувачів бюджетної дотації до початку або у такому звітному періоді; за даними Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань змінили основний вид діяльності але в установленому порядку та строки не подали до контролюючого органу заяви для внесення змін до Реєстру; мають податковий борг з податку на додану вартість на наступний день після граничного строку сплати цього податку за звітний період, за який надається бюджетна дотація [1].

Умовами отримання дотації сільгоспвиробниками є:

1. Сільськогосподарське підприємство повинне бути зареєстроване як платник ПДВ. У встановлений законодавством строк подати декларацію з ПДВ та додаток до неї, платити ПДВ до бюджету в повному обсязі.

2. Діяльність підприємства повинна відповідати перелікам видів діяльності, які визначені п. 161.3 ст. 161 Закону №1877 (вирощування овочів і баштанних, коренеплодів, бульбоплодів, винограду, зерняткових і кісточкових фруктів, ягід, горіхів та інших фруктів, розведення ВРХ молочних порід, іншої ВРХ та буйволів, коней та інших тварин родини конячих, свиней, свійської птиці, інших тварин, вирощування тютюну, виробництво м'яса, м'яса свійської птиці, перероблення молока, виробництво масла, сиру, інших харчових продуктів) [3].

3. Питома вага вартості таких товарів становить не менше 75% вартості

всіх товарів, поставлених ними протягом попередніх 12 звітних податкових періодів сукупно [2].

4. Складання та подання у електронній або паперовій формі заяви про внесення до Реєстру отримувачів бюджетної дотації, у місяці, який передує початку податкового періоду, з якого особа матиме право на отримання бюджетної дотації, та протягом 5 днів після закінчення 20-денного (граничного) строку подання податкової звітності з ПДВ [2].

5. Будучи включеним до Реєстру, сільськогосподарський товаровиробник разом із декларацією з ПДВ повинен подати розрахунок податкових зобов'язань за операціями, визначеними у ст. 161 Закону №1877, та питомої ваги вартості сільськогосподарських товарів (ДС9) (додаток 9).

Розподіл бюджетної дотації, то здійснюється вона за двома напрямками: 1) товаровиробникам, які займаються птахівництвом (КВЕД 01.47, 10.12 та 10.80); 2) іншим товаровиробникам, які провадять види діяльності, визначені у п. 161.3 ст. 161 Закону №1877 [1].

Щомісячний розмір бюджетної дотації товаровиробникам, які займаються птахівництвом, не може перевищувати 50% виділених у поточному місяці асигнувань на бюджетну дотацію.

Для проведення відповідних розрахунків з сільськогосподарськими товаровиробниками Міністерство аграрної політики та продовольства відкриває у казначействі відповідний не бюджетний рахунок за балансовим рахунком групи рахунків 375 «Інші спеціальні рахунки» у системі електронного адміністрування ПДВ.

Після перерахування казначейством коштів дотацій на небюджетний рахунок Мінагрополітики ДФС України щомісяця протягом трьох робочих днів після граничного строку сплати ПДВ відповідно до Реєстру та поданої податкової звітності з ПДВ визначає суму коштів для кожного отримувача із застосуванням згаданих вище коефіцієнтів пропорційності [1].

Наступним є надсилання ДФС України до казначейства реєстру з інформацією про сільськогосподарських товаровиробників та сумами

бюджетних дотацій. На основі цих даних казначейство в автоматичному режимі перераховує відповідним виробникам суми бюджетної дотації з небюджетного рахунку Мінагрополітики.

### Література:

1. Леонець А. Бюджетна дотація для сільськогосподарських товаровиробників [Електронний ресурс] / А. Леонець // Режим доступу : <http://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/byudzhetna-dotaciya-dlya-silskogospodarskih-tovarovirobnikiv.html>.
2. Ткаченко А. Щодо дотацій для сільськогосподарських товаровиробників в 2017 році [Електронний ресурс] / А. Ткаченко // Режим доступу : <http://blog.liga.net/user/atkachenko/article/26196.aspx>.
3. Хто з сільгоспвиробників отримає право на бюджетні дотації / Все про бухгалтерський облік. – 2017. - № 1. – С. 9 – 12.

**Плаксієнко В. Я.,**

д.е.н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку

**Журавель М. В.,**

здобувач вищої освіти СВО «Магістр»

спеціальність «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

## РІЧНА ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ: ВИМОГИ, ПОДАННЯ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Питання організації бухгалтерського обліку та фінансової звітності є актуальним для підприємств будь-якої форми власності та розмірів. Правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні визначає Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1]. Згідно із даним законом державне

регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні здійснюється з метою створення єдиних правил ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, які є обов'язковими для всіх підприємств.

Основні правила складання фінансової звітності, які поширюються на всіх юридичних осіб (окрім банків та бюджетних установ), встановлено НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2].

Відображення інформації у фінансовій звітності вимагає певних правил:

- обов'язково наводиться інформація, розкриття якої вимагається П(С)БО або МСФЗ чи інші нормативно-правові акти Міністерства фінансів України;

- необхідно вказувати відомості про підприємство: назву, організаційно-правову форму та місцезнаходження, стислий опис основної діяльності, середню кількість працівників підприємства протягом звітного періоду, дату затвердження фінансової звітності, повідомлення про складання фін звітності за НП(С)БО або МСФЗ шляхом проставляння позначки «√» у відповідній клітинці (за винятком підприємств, які звітують за формами П(С)БО 25);

- у фінансовій звітності можуть не наводитися статті, за якими відсутня інформація до розкриття, за винятком випадків, коли такі дані були у попередньому році;

- до форм фін звітності можна додавати нові статті, які відповідають додатку 3 НП(С)БО 1 зі збереженням зазначеного там коду, при цьому інформація повинна бути суттєвою та оцінку можна було б достовірно визначити. Межею суттєвості для Балансу (Звіту про фінансовий стан) є – до 5 % підсумку балансу або до 15 % підсумку класу активів, власного капіталу, класу зобов'язань, для Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) – до 5 % суми чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг або до 25 % фінансового результату від операційної діяльності;

- фінансову звітність складають у грошовій одиниці України, спрощену фінансову звітність у складі № 1-м, № 2-м у тисячах гривень з одним десятковим знаком;



- підписують фінансову звітність керівник і головний бухгалтер (за винятком ситуацій, коли на підприємстві один бухгалтер, який не є головним – це буде підпис просто бухгалтера, при специфічній формі організації обліку (послуги спеціаліста з обліку, аудиторські послуги) – підпис спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, представник аудиторської фірми, при веденні обліку керівником або власником підприємства, підпис буде лише такої особи) [3].

Користувачі фінансової звітності представлені органами, до сфери управління яких вони належать, трудовими колективами (на їх вимогу), власниками (засновниками) відповідно до установчих документів, органами державної статистики, органами ДФСУ, іншими користувачами (наприклад, Нацкомфінпослуг).

Терміни направлення фінансової звітності є різними:

- до органів державної статистики – до 28.02., наступного за звітним роком;
- органам ДФСУ – в строки, передбачені для надання річної декларації з податку на прибуток (квартальну – до 09.02, річну – не пізніше 02.03.);
- державному реєстратору за місцем знаходження – до 01.06. року, що настає за звітним.

За неподання фінансової звітності в більшості випадків можливе застосування лише адмінвідповідальності. Ст. 164 КпАП передбачає санкції – від 136 грн до 255 грн, за повторне порушення – від 170 грн до 340 грн. Необхідно зазначити, що накладати таку адмінвідповідальність вправі органи держфінінспекції, які можуть перевіряти лише ті підприємства, які мають відношення до бюджетних коштів [3].

За неподання фінансової звітності до органів статистики на посадових осіб може бути накладено адмінвідповідальність за ст. 186 КпАП. Адмінштраф становить від 170 грн до 255 грн, при повторному порушенні від 255 грн до 425 грн.

### Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-ВР від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

3. Річна фінансова звітність: складаємо разом/Все про бухгалтерський облік. Добірка корисних публікацій. – С. 59 – 64.

**Шабля О.С.,**

к.е.н., заступник директора Південної державної  
сільськогосподарської дослідної станції ІВПМ НААН

**Боліла С.Ю.,**

к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ВИДИ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПРИ ВИРОЩУВАННІ БАШТАННИХ КУЛЬТУР ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НИМИ**

Сільськогосподарське виробництво є одним із найбільш ризикованих видів підприємницької діяльності. Ризикованість аграрного бізнесу, в тому числі і баштанництва, визначає ряд факторів, таких як: сезонність виробництва, залежність від погодних та кліматичних умов, тривалий період обороту капіталу, велика складність зміни асортименту продукції та технології тощо.

Однак при дослідженні ризиків сільськогосподарського виробництва слід враховувати, що далеко не кожен ризик є негативним. Наслідки одних й тих самих подій можуть бути як негативними, так і позитивними. Це стосується погодно-кліматичних умов, ситуації на ринку, наявності чи відсутності

конкуренції, сприятливої чи несприятливої податкової чи урядової політики. В результаті, ризик включає як можливість ймовірної загрози (ризик скорочення виробництва), так і можливість нагоди (ризик збільшення виробництва).

Виходячи з особливостей сільського господарства, визначення поняття ризику для цієї галузі, в тому числі і для баштанництва, у загальному вигляді можна звести до наступного: це небезпека прямих матеріальних втрат або недоотримання бажаного результату (доходу, прибутку) внаслідок випадкової зміни зовнішніх і внутрішніх умов виробництва, а також неоптимальних управлінських рішень.

В сільськогосподарському виробництві ризики можна класифікувати за видами джерел (внутрішні та зовнішні, мікро- та макроекономічні), а також за впливом на етапи сільськогосподарської діяльності на виробничі (агротехнічні, природно-кліматичні, зміни родючості ґрунтів, зношення техніки чи обладнання) та ринкові (маркетингові, фінансові, конкурентні, юридичні, інформаційні).

До групи виробничих ризиків відносять ризики, обумовлені мінливістю самого процесу виробництва сільськогосподарської продукції, внаслідок порушення нормального ходу виробничого процесу.

Зміни цін як на готову продукцію, що виробляється, так і на засоби виробництва, які використовуються в процесі виробництва створюють ринковий ризик. Це головна причина виникнення ринкових ризиків, тому чим більш нестабільною є загальна економічна ситуація, чим сильнішими є інфляційні процеси тим більш нестійкі ціни на продукцію і матеріально технічні ресурси. Ринковий ризик для сільськогосподарських виробників, як зони Нижньодніпровської піщаної арени, так і України в цілому є одним із найнебезпечніших, і більшою мірою він проявляється на етапі реалізації продукції.

Фінансовий ризик насамперед пов'язаний з фінансовим забезпеченням активів виробництва. До основних складових фінансових ризиків відносять процентну, кредитну та валютну складову.

Прояв правових ризиків викликаний невизначеністю урядових програм і нестійкістю законодавчих норм. Людський фактор ризику або ризик персоналу пов'язаний з характером поведінки власника агропідприємства чи конкретного працівника агропідприємства, непередбачуваністю стану здоров'я, невизначеністю групового впливу на особу, що приймає рішення чи виконує певні дії тощо.

Ми здійснили дослідження ризиків для вирощування баштанних культур на території Нижньодніпровської піщаної арени. За підсумками проведеного опитування виробників на прикладі ФГ «Лідія» Скадовського району та ФГ «Фаворит» Голопристанського району Херсонської області, ризики при вирощуванні баштанних культур було поділено на три категорії, залежно від їх схожості з іншими виробничими ризиками сільського господарства. До першої групи віднесли ризики, аналогічні тим, що притаманні звичайному веденню сільського господарства, а саме: ризик втрати врожаю через негативний вплив різноманітних природних явищ від опадів до коливань температури на обсяг і якість продукції, що вирощується; ризик втрати доступу до виробничих ресурсів, субсидій та страхових полісів. До другої групи ми віднесли ризики, що відрізняються від звичайного сільського господарства, але є тимчасовими, а саме: ризик тимчасового зниження рівня врожайності сільськогосподарських культур як відмова від засобів захисту рослин та добрив, чи як наслідок переходу на застосування біологічно безпечних засобів захисту від шкідників та органічні добрива. У період виходу на нові ринки виникає проблема збуту продукції. Тому страхування врожаю особливо важливе для сільгоспвиробників у конверсійний період. До третьої групи так званих унікальних ризиків, що мають інший характер виробництва та збутову систему віднесли ті, що зберігаються протягом довгого часу та потребують нових інструментів управління ними.

Управління будь яким ризиком повинне здійснюватися до того, як відбудеться його наслідок. Серед можливих методів реагування на події ризику основними є такими: уникнення ризику (при неприйнятному ризику необхідно

вживати заходи для ухилення від його наслідків); передача ризику (деякі неприйнятні ризики можна перенести цілком чи частково на третіх осіб: партнерів чи інвесторів); зменшення ризику (коли неможливо уникнути чи запобігти ризику, варто спробувати послабити чи поділити його вплив: наприклад, через залучення партнерів для допомоги в управлінні); прийняття ризику (певні ризики можна компенсувати за рахунок бізнесу); ігнорування (керівник не готовий управляти ризиком і відмовляється від втручання до розвитку подій) [1-3].

До інструментів управління ризиком при збереженні існуючого рівня ризику відносяться: страхування, хеджування, фінансові гарантії, доручення тощо.

Встановлено, що при вирощуванні баштанних культур в зоні Нижньодніпровської піщаної ари багатоваріантність групи виробничих ризиків об'єднується у два напрями: перший – у з точки зору одержання збитків (негативних наслідків); другий – з точки зору одержання можливих вигід (непередбачуваних прибутків). Обидва підходи повинні враховуватися товаровиробниками при визначенні сутності ризику як з позиції одержання можливих втрат, так і з точки зору одержання додаткових прибутків у процесі здійснення підприємницької діяльності.

Результати проведених досліджень дають підставу стверджувати, що при вирощуванні баштанних культур в зоні Нижньодніпровської піщаної ари більшість ризиків взаємопов'язані між собою, тому чітко розмежувати види ризиків достатньо складно. Тому, на нашу думку варто запропонувати класифікацію найсуттєвіших чинників ризиків, що становлять загрозу ефективному веденню баштанництва в досліджуваній зоні. Аналіз умов функціонування сільськогосподарських підприємств та їх результативності дає підстави виділити такі групи факторів діяльності виробників, що визначають ступінь ризику – виробничі, комерційні, фінансові та інвестиційні, які слід враховувати виробникам баштанних культур, обираючи відповідні методи управління ризиками.

### Література:

1. Гапеєнко О.О. Оцінка ринкових ризиків у сільськогосподарських підприємствах/ О. О. Гапеєнко // Наукові праці Державного гуманітарного університету ім. П.Могили.- 2007.- Вип. 51.- т.64.- С.156-161.

2. Масловська Л. Ц. Управління ринковими ризиками підприємств аграрного сектора економіки / Л. Ц. Масловська, О. Є. Бездітко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – Т. 3, №6. – С. 265–268.

3. Колібаба Р.О. Класифікація ризиків сільськогосподарського виробництва. Інструменти мінімізації ризиків // Режим досту: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable/article?art\\_id=57203](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable/article?art_id=57203).

**Петрова О.О.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### ФОРМИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ РИЗИКАМИ

Сільськогосподарське виробництво є одним із найбільш ризикованих видів підприємницької діяльності. Ризиковість аграрного бізнесу визначає ряд факторів, таких як: сезонність виробництва, залежність від погодних та кліматичних умов, тривалий період обороту капіталу, велика складність зміни асортименту продукції та технології, ряд інших причин. Аграрні реформи та становлення ринкових взаємовідносин, зміна форм власності та форм господарювання значно збільшують ступінь невизначеності соціально-економічних процесів в сільському господарстві і, відповідно, підсилюють вплив ризиків на аграрний бізнес. Зростає вплив макроекономічних рішень на діяльність кожного сільськогосподарського виробника. Разом з тим в Україні перед галуззю сільського господарства поставлено стратегічні завдання щодо збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, підвищення її конкурентоспроможності, завоювання і утримання своєї ніші на світовому ринку. Тому, стає зрозумілим, що система мінімізації агроризиків, як комплекс

ефективних механізмів та інструментів держави та приватного сектору, є необхідною складовою частиною ринкової інфраструктури та одним з базових елементів сталого розвитку галузі.

Необхідно зазначити, що ризик - це можливість втрати частини активів, недоотримання або неотримання прибутку в результаті впливу несприятливих факторів під час проведення господарської діяльності [1]. Джерелами або факторами ризиків в сільськогосподарському виробництві є соціально-економічне середовище, природо-кліматичні умови та людський фактор.

Для мінімізації ризиків та захисту сільгоспвиробників від їх впливу всі наявні механізми та інструменти з управління аграрними ризиками можна розподілити на три рівня:

- Перший рівень – це інструменти, якими сільгоспвиробник може скористуватися сам – застосування ефективних агро технологій, раціональне використання мінеральних добрив та засобів захисту рослин, обґрунтоване забезпечення технікою та висококваліфікованими спеціалістами, диверсифікація виробництва та кооперація, створення маркетингових схем, вертикально орієнтованих підприємств тощо.

- Другий рівень – інструменти, для використання яких сільгоспвиробник повинен звернутися до приватного сектора.

- Третій рівень – макроекономічні методи, в основі яких лежить регуляторна політика уряду на аграрному ринку та державні програми підтримки аграрного сектору складають третій рівень системи мінімізації ризиків.

Розглянемо наявні механізми та інструменти мінімізації виробничих та ринкових ризиків:

1. Диверсифікація сільськогосподарського виробництва. Диверсифікація, як власне і спеціалізація, є інструментом зниження існуючих ризиків, та, відповідно, сталого розвитку підприємства. Для мінімізації ризиків та отримання стабільних фінансових результатів сільськогосподарське підприємство може вибрати поглиблену спеціалізацію, зберегти існуючі

способи та обсяги виробництва або піти шляхом диверсифікації своєї діяльності. Виділяють наступні види диверсифікації:

- Традиційна сільськогосподарська диверсифікація передбачає переробку сільськогосподарської продукції.
- Диверсифікація через виробництво нетрадиційної продукції – це вирощування нетрадиційних сільськогосподарських культур та тварин.
- Диверсифікація шляхом виробництва несільськогосподарської продукції та надання послуг.

2. Фінансово-кредитне забезпечення. На даний час рівень розвитку фінансово-кредитної інфраструктури є одним з найважливіших питань у сільськогосподарському виробництві. При недостатній забезпеченості власними фінансовими ресурсами та обмеженій можливості їх залучення неможливе ведення ефективного виробництва та забезпечення прибутковості агробізнесу. Невирішеними залишаються питання власності на землі сільськогосподарського призначення, нерозвиненості ринку землі, значної зношеності та моральної застарілості основних фондів. Відсутність ринку землі унеможливорює її використання в якості застави для отримання кредиту, що стримує розвиток довготермінового кредитування.

3. Страхування ризиків сільськогосподарського комплексу. Головна мета страхування агроризиків – це компенсувати сільгоспвиробнику майнові збитки врожаю, що виникли через вплив природно-кліматичних ризиків. Іншою метою страхування є покращення фінансового становища аграріїв, забезпечення кращого доступу до кредитних ресурсів.

Сьогоднішня фінансова потужність вітчизняних страхових компаній є недостатньою для виплати відшкодувань аграріям при настанні страхових випадків, спричинених дією системних ризиків, але держава демонструє все більшу зацікавленість у розвитку системи агрострахування в Україні, про що свідчить значне зростання обсягів коштів, які виділяються в бюджеті на здешевлення страхування сільгоспризиків.



### Література:

1. Колібаба Р.О. Класифікація ризиків сільськогосподарського виробництва. Інструменти мінімізації ризиків// Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=57203](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=57203).
2. Методи мінімізації аграрних ризиків та підвищення ефективності зерновиробництва/ [А. Галяс, В. Гаврилюк, Д. Дей, Т. Сербіна та ін.]. – К.: Канадсько-український зерновий проект, 2008. – 81 с.

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

## ВИРОБНИЦТВО ТА РИНОК ЗБУТУ МОЛОКА

Виробництво молока є невід'ємною складовою забезпечення державної продовольчої безпеки і підтримки соціально незахищених верств населення, а також джерелом добробуту та зайнятості сільських мешканців.

Поголів'я корів у господарствах населення становило за останні роки близько 77-80% та у сільськогосподарських підприємствах – 23-20%. Виробництво молока по республіці становить більше 11 млн. тонн, де на дрібнотоварний сектор припадає більше 8,6 млн. тонн. В останній час індустріальний сектор його виробництва збільшується щорічно на 2-4%. Вибіркове обстеження діяльності домогосподарств сільської місцевості свідчить, що корови утримуються майже в кожному четвертому селянському господарстві, з них мали 1 корову – 18,7%; 2 – 5,4; 3 – 1,3 та 4 і більше – 0,4%, тоді як більше 74% їх взагалі не утримували.

Аграрні підприємства є великотоварними виробниками молока лише 8,9% при утриманні більше 500 корів, 52,6% - до 100 та 38,5% - від 100 до 500 корів [1]. Виробництво молока має сезонний характер, а попит на нього цілорічний. Найбільші обсяги його виробництва припадають на травень-липень (до 1,2 млн. т), а найменший у січні-лютому (до 590-600 тис. т)

Основним ринком збуту молока і молочних продуктів в Україні є внутрішній продовольчий ринок та експорт. Головним каналом збуту молока є переробні підприємства, які переробляють більше 42% його виробництва. Основними поставщиками молока на переробку є агропідприємства (більше 53%) на частку молока від населення припадає більше 37%.

Якість молочної сировини, що надходить на переробку від господарств населення така: вищий ґатунок – 0,1%; першого – 11,8; другого та неґатункового – 83,6 та 4,5%. Агропідприємства реалізують 9,2 % молока екстра; 33,8 – вищого ґатунку; 51,5 – першого; другого та неґатункового – 5,3 та 0,2%. Господарства населення лише 47,4% молока передають на переробку охолодженим (до 10 градусів), тоді як агропідприємства – 71,7%.

За останні роки відбулося суттєве зменшення експорту молочної продукції через втрату ринку збуту в окремих країнах. Обсяг експорту молока та вершків знизився більше ніж на 15%; маслянки, ферментованого або сквашеного молока і вершків – відповідно на 18,3 та 8,7%. Найбільше скоротився експорт молочної сироватки – майже 39,8%; проте зріс експорт молока та вершків згущених, відповідно на 59,9 та 64,6%, що відкриває нові напрями збуту молочної продукції [2].

Однією із основних причин негативних тенденцій на ринку молока є значне коливання цін та їх невідповідність витратам, які товаровиробники витрачають на утримання дійного стада корів. Ринок молока та молокопродуктів багатьох країн є об'єктом моніторингу державних інституцій, а значить і наша держава має постійно відстежувати рівень цін на молоко для формування цивілізованих відносин на ринку та захисту як споживачів так і його виробників.

Виробництво молока необхідно зробити прибутковим конкурентоспроможним видом агробізнесу, що потребує значних інвестиційних витрат для реконструкції ферм, якісного покращення породного складу тварин, оновлення доїльного та холодильного обладнання та засобів для оптимізації

годівлі тварин, що дозволить збільшити обсяги виробництва та реалізації молока та значно підвищить його якісні показники.

Поліпшення партнерських відносин на ринку молока та молокопродуктів дозволить через механізм еквівалентного ціноутворення створити необхідні економічні умови для збільшення якості поголів'я корів, що забезпечить збільшення продуктивності дійного стада.

### **Література:**

1.Офіційний сайт державного комітету статистики України (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Електронний ресурс – Режим доступу : <http://www.molprom.com>

**Бевз Т.М.**, магістр ЕФ

**Федорова Т.В.**, к.е.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОВ «ДАНОН ДНІПРО» М. ХЕРСОН**

Посилення конкуренції у більшості галузей економіки України, прискорення політичних і соціальних змін обумовлює необхідність забезпечення підприємствами стійких ринкових позицій. Так, молокопереробна промисловість відіграє важливу роль в структурі економіки країни та в раціоні здорового харчування людини. Нині виробництво молокопереробних галузей в Україні є одним із найбільших перспективних напрямів розвитку в аграрному секторі. Значну роль відіграє цінність споживання молочного продукту, економічне зростання країни і розширена сфера промисловості. Яскравим прикладом виступає надзвичайно конкуруюче підприємство за виключно молочним галузевим спрямуванням в південному регіоні Товариство з

обмеженою відповідальністю «Данон Дніпро». Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності молокопереробних підприємств недостатньо впровадження лише внутрішніх змін діяльності підприємства. Оскільки на її рівень мають великий вплив чинники зовнішнього середовища.

Завдяки стабільно високій якості продукції та постійним інноваційним змінам компанія «Данон Дніпро» займає лідируючі позиції на вітчизняному ринку молочної продукції і входить до п'ятірки найкращих виробників де має конкуруючу позицію і серед регіонального рівня. Завдяки широкому асортименту своєї продукції.

Об'єми випуску готової продукції за останні 3 роки на підприємстві збільшуються, а найбільші витрати у відсотковому співвідношенні становлять на сировину та матеріали.

Значну роль компанія приділяє управлінню за витратами та забезпечення стабільної вартості готової продукції. Прикладом виступає напій із сироватки «Лакто – сік» (Лактуаль) де при зростанні ціни в 2015 році в літній період відбулась заміна формули для того щоб споживач міг насолоджуватися улюбленим напоєм, адже при новій ціні та старою формулою відслідковувалась значна втрата споживачів на даний продукт. Одним із елементів взаємозв'язку обсягів виробництва, контролю, прибутку і витрат є структурна програма компанії Key Performance Indicator (KPIs).

Найбільш перспективною ланкою конкурентних переваг підприємства ми вбачаємо в удосконаленні структури логістики, яка буда видозмінена за останній рік. Спочатку готова продукція з заводу «Данон Дніпро» потрапляла на завод у місті Києві «Данон Галактон», а потім розподілялась між іншими регіонами країни, витрачаючи двічі більше коштів та часу на транспортування. В 2016 році було удосконалено логістичну систему реалізації готової продукції від виробника «Данон Дніпро» місто Херсон, до кожного регіону окремо. Саме завдяки удосконаленню логістичного ланцюга, у підприємства зросли частково об'єми виробництва, зменшився час поставки продукту, збільшилась дохідність та скоротились витрати.

Також одним із ефективних напрямів управління конкурентоспроможності є реалізація взаємодії ТОВ «Данон Дніпро» з сільськогосподарськими підприємствами (сімейні ферми) та науково-дослідними установами на інноваційній основі. Фінансування, сімейних ферм відбувається в рамках проекту «Розвиток молочарських кооперативів», за підтримки Данон Екосистем Фонду (Франція).

За результатами проведених маркетингових досліджень ринку молочної продукції було виявлено найбільш популярні торгові марки та споживчий вибір пакування молочної продукції.

Основних конкурентів компанія «Данон Дніпро» вбачає в підприємствах : «Вім-Білл – Данн» та «Яготинське», проте відповідно до SWOT і PEST аналізу ми дійшли висновку, що ТОВ «Данон Дніпро» займає сильні конкурентні позицію на даному ринку та має значні перспективи для подальшого розширення своїх ринків збуту. Як приклад виступає завоювання нових клієнтів завдяки розробці та реалізації нового брендового продукту десертної молочної продукції «Пудинг –персик» під брендовим ім'ям « Буба», що відноситься до дитячої продукції.

Також для розширення premium- сегменту ми пропонуємо, реалізувати пастеризоване молоко у скляній пляшці, оскільки більшість споживачів готові купувати молочну продукцію в екологічно чистій тарі, яка не виділяє токсичних речовин, зберігає свій природній смак та якість.

Більш-менш сучасним нововведенням для управління конкурентоспроможністю буде пропозиція розробити Quick response (QR)-матричний код на упаковці, споживачі зможуть взяти участь в програмі лояльності Данон. Кожне сканування буде приносити їм бонусні бали, які в підсумку можуть принести вигідні пропозиції постійним покупцям в грошовому розмірі або певних знижок. Використовуючи сучасні можливості мобільного комерції, компанія зацікавить сучасних покупців і зробити свою продукцію ще більш популярною і потужно конкуруючою.

### Література:

1. Офіційні внутрішні корпоративні журнали « Данон» загальний по підприємству, м. Київ- 200 с.
2. Офіційний сайт nethouse . - Режим доступу: [Електронний ресурс].- <https://moloko.nethouse.ua/articles/31903>.
3. Журнал ІНФ – АГРО- 14січня 2015року випуск №293. [Електронний ресурс]./ Режим доступу: - <http://infagro.com.ua/ua/gmaps/map.html>.
4. Офіційний сайт infagro.com.ua – Стаття « Чи будуть українські молокозаводи боротися за споживача» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://infagro.com.ua/ua/2016/11/28/chi-budut-ukrayinski-molokozavodi-borotisyaza-spozhivacha>.

**Марєєва С. М.**, магістрантка ЕФ

**Федорова Т. В.**, к.е.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕАЛІЯХ

Сьогодні проблема підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств України набуває нового змісту і вимагає нового аналітичного інструментарію її осмислення та розв'язання. Конкурентоспроможність аграрного підприємства визначається як концентрований вираз сукупності його ресурсного потенціалу, напряму та диверсифікації виробництва, частоти та ефективності застосування новітніх технологій, організації, управління та обсягів реалізації продукції на ринку. Виникає необхідність удосконалення економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств, що забезпечуватиме збереження і нарощування їх потенціалу; розвитку найбільш прибуткових виробничих

напрямів; фінансову стабільність та виробництво і реалізацію наукоємної продукції.

Конкурентоспроможність необхідно визначити як порівняльно та системно виявлену здатність підприємства до методичного комплексного нарощування власних конкурентних переваг для прискореного й економічного забезпечення переваги та планомірного випередження лідерів ринку на користь більш повного задоволення (у рамках правових, етичних й екологічних норм) матеріальних і соціальних потреб (працівників, споживачів, інвесторів, власників) [1, с. 384].

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Для підтримки такого стану керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів.

Нині спостерігаються наступні основні тенденції розвитку сільськогосподарських підприємств: стабільність темпів економічного зростання; концентрація виробничих потужностей великих виробників разом зі збереженням значної кількості дрібних сільськогосподарських підприємств різних форм власності та підприємств-субститутів; посилення залежності від ринків сировини, паливно-енергетичних ресурсів; зростання фізичного та морального зносу виробничих засобів. Південь України характеризується значним аграрним потенціалом, а наявність великих масивів родючих земель та сприятливих кліматичних умов дає змогу вирощувати урожаї сільськогосподарських культур не нижчі за ті, які отримують фермери інших країн за відносно вищих затрат на їх вирощування [2, с. 50].

Стратегічними проблемами підприємства ТОВ «Жовтневе» є низька ступінь прихильності покупців до продукції підприємства, ступінь привабливості постачальників, неможливість економії на масштабах

виробництва, застаріле обладнання, низька рентабельність, велика кількість активних конкурентів.

За результатами дослідження були виявлені сильні сторони ТОВ «Жовтневе», а саме: рівень комунікаційних зв'язків підприємства, стиль правління, система контролю якості товарів, кваліфікаційний склад кадрів, організаційна культура. Відповідно товариству для посилення своїх конкурентних переваг слід реалізувати наступні етапи конкурентної стратегії:

1. Підвищити рівень та поліпшити комунікаційні процеси, шляхом введення нових та швидких зворотних зв'язків. Інформацією потрібно обмінюватися більш оптимально та раціонально. Використовувати більш нові джерела інформації, а саме: засоби масової комунікації, електронні засоби комунікації, інформаційні центри тощо.

2. Підвищити рівень фінансової мотивації працівників, через удосконалення організації системи стимулювання праці.

3. Знизити собівартість продукції, за рахунок впровадження нової техніки, технологій, більш раціонального використання як матеріальних так і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних затрат в собівартості продукції.

4. Збільшити грошові кошти на розрахунковому рахунку підприємства це призведе до збільшення коефіцієнта абсолютної ліквідності і дозволить підприємству брати довго і короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності, які видаються лише платоспроможним підприємствам, в яких коефіцієнт абсолютної ліквідності відповідає нормі. Збільшення грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації зайвих виробничих і невиробничих фондів, здачі їх в оренду.

5. Удосконалити асортимент продукції, що виробляється, відповідно до потреб споживача, що дозволить стабілізувати і покращити фінансовий стан підприємства.

Отже аграрні підприємства мають свої особливості, які треба враховувати при формуванні рівня конкурентоспроможності, зокрема, застосування певних



заходів організаційно-технічних, соціально-економічних, правових та інших чинників, що впливають на функціонування підприємства. Українські підприємства мають потенціал та можливість до підвищення ролі конкурентоспроможності їхньої продукції, а тим самим і до займання провідних і домінуючих позицій на українському ринку сільськогосподарської продукції.

### **Література:**

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник/І.З.Должанський, Т.О. Загорна / – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков / Маркетинг в Україні. – 2005. - №2. – с. 50 – 53.

**Сілецька Н.В.**, к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Фінансова діяльність підприємства тісно пов'язана з формуванням і використанням оборотного капіталу. Йому належить особливе місце у структурі капіталу підприємства і від якості управління залежить безперервність процесу виробництва та реалізації продукції, ліквідність підприємства, його платоспроможність і рентабельність.

Оборотний капітал - це сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговує господарський процес і повністю використовується впродовж одного операційного (виробничо - комерційного) циклу. У практиці бухгалтерського обліку до них відносять майнові цінності (активи) всіх видів зі

строком використання менше від одного року або операційного циклу, якщо він перевищує рік [1].

Оборотний капітал безпосередньо бере участь у створенні нової вартості, функціонуючи в процесі кругообігу всього капіталу. Співвідношення основного й оборотного капіталу впливає на величину отриманого прибутку. Оборотною капітал обертається швидше, ніж основний. Тому зі збільшенням частки оборотного капіталу в загальній сумі авансованого капіталу час обороту всього капіталу скорочується, а отже, уможлиблюється зростання нової вартості, тобто прибутку.

Оборотний капітал складається із різноманітних елементів, які, незважаючи на загальні основні ознаки, мають певні особливості. При здійсненні ефективного аналізу оборотного капіталу в контексті управлінської діяльності, аналітик враховує суть цього поняття і низку його ознак. А саме: оборотний капітал підприємства формується і використовується з досить локальною метою — для обслуговування лише операційної діяльності; оборотний капітал формує активи, які належать до складу так званих мобільних активів підприємства (швидко можуть бути перетворені в гроші); значна (порівняно із необоротними активами) різноманітність видів, груп та конкретних найменувань оборотних активів значно ускладнює процес поточного управління ними та потребує забезпечення певної гнучкості; відповідно до практики бухгалтерського обліку до оборотних активів включають певні види засобів праці, які віднесені до складу малоцінних та швидкозношуваних предметів; оборотний капітал нерозривно пов'язаний із формуванням оборотних активів підприємства та конкретними джерелами капіталу, що забезпечують це формування. Ці особливості відіграють певну роль в організації оборотного капіталу. Це зумовлює необхідність групування окремих елементів оборотних активів, які охоплюють певні види майна підприємств, за конкретними економічними ознаками. Науково обґрунтоване об'єднання окремих елементів оборотних активів у певну групу має велике значення як в управлінській діяльності, так і для аналізу фінансового стану

підприємства, ведення обліку оборотних активів й ефективного їх використання. Нині в економічній науці оборотні активи розрізняють за багатьма класифікаційними ознаками. Це пояснюється наявністю в економічній теорії та господарській практиці більше ста визначень, пов'язаних з використанням активів, термінів, що характеризують окремі їх види [2].

Науковці пропонують класифікувати оборотні активи за такими ознаками: за формами функціонування; за функціональною роллю у процесі виробництва; за принципом організації; за джерелами формування; за складом. Така класифікація дозволяє систематизувати оборотні активи з метою забезпечення ефективного й цілеспрямованого їх управління та використання [1].

Аналіз оборотних активів здійснюють за такими напрямками: аналіз складу та структури оборотних активів; оцінка оптимальності визначеної потреби підприємства в оборотних активах; аналіз джерел формування оборотних активів; оцінка маневрування оборотними активами; аналіз оборотності оборотних активів за звітний період; аналіз виробничих запасів і дебіторської заборгованості; аналіз грошових коштів на підприємстві; аналіз збереження та ефективного використання оборотних активів.

Ефективне використання оборотного капіталу підприємств характеризують три основні показники – коефіцієнт оборотності оборотного капіталу, період обороту, рентабельність оборотного капіталу. Коефіцієнт оборотності визначається розподілом обсягу реалізації продукції в оптових цінах на середній залишок оборотних коштів на підприємстві. Він характеризує число обертів, що здійснюється оборотними коштами за певний період, або показує обсяг реалізованої продукції, що припадає на 1 грн оборотних коштів. Період обороту оборотних коштів визначає ту кількість днів, на яку припадає одне обертання. Показник рентабельності оборотних коштів визначається відношенням прибутку від реалізації до середньорічної вартості оборотних коштів.

Управління оборотним капіталом має забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності й ефективністю роботи.

Отже, аналіз оборотного капіталу на підприємстві дає змогу визначити недоліки в його управлінні, сконцентрувати увагу на стадії формування джерел фінансування оборотних коштів, удосконалити модель визначення оптимальних джерел фінансування оборотних коштів залежно від стратегічного напрямку розвитку підприємства і, як наслідок, – підвищити ефективність використання оборотних коштів підприємства.

### **Література:**

1. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / М.Д. Білик, О.В. Павловські, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с.

2. Жукевич С.М. Аналітичні основи управління оборотним капіталом підприємства / С.М. Жукевич // Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матер. II міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 лист. 2012 р.– Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – С. 202-204.

## **3. ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

**Герасименко М.,**

к. філос. н., старший викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ВПЛИВ НАЦІОНАЛЬНОГО МЕНТАЛІТЕТУ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ**

Україна, здобувши наприкінці ХХ ст. незалежність, стала активно вибудовувати нову економічну модель свого розвитку. Важливою її складовою є підприємництво – вільна, самостійна, ініціативна, систематична, на власний

ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку. Головним суб'єктом цієї діяльності виступає підприємець. Її специфіка вимагає від нього певного набору соціально-психологічних якостей, певних ментальних особливостей. Останні, як переконує практика економічного життя, значно впливають як на успішність власного бізнесу підприємця, так і на формування державної економічної конструкції в цілому. У зв'язку з цим, ментальність осіб, котрі виявляють активність на господарській ниві, заслуговує всебічної уваги науковців.

У суспільному бутті менталітет сприймається як сукупність розумових, емоційних, культурних особливостей, ціннісних орієнтацій, установок і переконань властивих індивіду, соціальній або етнічній групі, нації, народу. В економічній площині його можна визначити як «певну систему сприйняття індивідом економічних процесів, його окрема поведінка та дії під час участі в економічному житті держави та суспільства» [1, 74]. Суб'єкт господарської діяльності усвідомлює будь-які економічні перетворення відповідно до своєї ментальності і залежно від цього реагує на них.

Аналіз дослідницьких праць означеної тематики, чи дотичних до неї, засвідчує, що на сучасному етапі розвитку українського суспільства менталітет народу відіграє свою надзвичайно важливу роль, як «вмонтованого в соціум» регулятора економічних, політичних і культурних подій. Йому в історичному вимірі притаманний певний консерватизм, уповільненість та зваженість мислення [2, 132]. Ці ментальні особливості, що склалися в ході багатовікового співіснування українства, на економічному підґрунті гальмують формування конкурентоздатної економічної системи та цивілізованого підприємництва, як її компоненти.

Стримують економічні трансформації і деякі ментальні риси вітчизняного підприємця, які спричинені і процесами сьогодення. Так, нинішня вседозволеність та необмежена свобода наближених до влади структур, високий рівень корупції, тотальна монополізація, свавілля чиновників на місцях додають не аби якого негативу в менталітет приватника. Невпевненість щодо

перспективи розвитку власної справи породжує в підприємців нерішучість. Відсутність влади закону спричиняє бажання розвиватися в тіні, не сплачувати податків до державного бюджету та відбуватися періодичними хабарами державним службовцям, щоб останні просто їх не чіпали. Факти рекету та «віджимання бізнесу» відбивають підприємницьку ініціативу взагалі. Тому, на рівні менталітету з'являється надмірна підозрілість, заздрість до більш успішних конкурентів та внутрішня ейфорія у разі провалу будь-яких проектів. Досить часто українські підприємці прагнуть скористатися невдачею свого суперника, відразу ж нав'язати свої послуги і, за відсутності інших пропозицій, значно підняти ціни на вироблений продукт. Достатньо негативною рисою національного приватного сектору є прагнення нажитися на індивідуальній або суспільній біді. Для більшості представників нашого бізнесу головне встигнути заробити гроші будь-яким способом, не турбуючись про свою репутацію.

Для українських підприємців, як відзначає В.П. Андрущенко, пріоритетом є вироблення продукту низької-середньої якості, продаж його за найвищу ціну, та в разі скарг споживачів негайне зникнення з ринку або ж швидка переорієнтація на вироблення нового продукту за старою схемою. Тоді як для бізнесменів країн передових економік основними цілями їхньої економічної діяльності є вироблення якісного продукту, вигідний його продаж за оптимальною ринковою вартістю, здобуття репутації надійного партнера та розширення економічних зв'язків, а згодом і виробництва [3, 274].

Описані вище явища носять масовий характер у функціонуванні національної економіки на початку XXI ст. Разом з тим, події останніх років суспільного будівництва свідчать про деякі зміни в ментальних установках економічно активного населення. Пригадаймо, під час Революції Гідності 2013-2014 року підприємці середньої та нижчої ланки стали активною ресурсною базою для протестувальників на Майдані незалежності. Вони, спільно з громадою, організовано здійснювали тиск на тодішню владу вимагаючи, з одного боку, покращення умов для ведення підприємницької діяльності, з іншого – демократизації суспільних відносин. Таким чином, на ментальному

рівні приватник вийшов за рамки власних вимог і приєднався до суспільних інтересів. Персональна користь та власний егоїзм певною мірою відійшли на задній план. Підприємці також стали соціальним рушієм і в спонсорванні масштабної волонтерської діяльності щодо підтримки української армії в антитерористичній операції на сході країни. Ці приклади свідчать, що підприємництво стає невід'ємною та впливовою ланкою соціально-економічного життя країни. Ментальні установки його представників поступово набувають соціально-відповідальних рис, що допоможе державі вибудувати власну високоефективну модель економічного розвитку та прилучитися до міжнародного співтовариства як його повноправний суб'єкт.

### Література:

1. Носач Б.О. Підприємство і особистість в Україні: фактор національного менталітету / О.Б. Носач // Науковий часопис . – 2015. – Вип. 35(48). – С. 73-81.
2. Руденко І.І. Ментальність і економічний успіх / І.І. Руденко // Редакція: Tadeusz Glus, Pawel Marzec, Григорій Хорунжій, Тамара Смовженко. – Tomaszow Lubelski. – Lublin, 2010. – 305 с.
3. Андрущенко В.П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть / В.П. Андрущенко // Досвід соціально-філософського аналізу. – К.: ТОВ «Атлант ЮемСі», 2005. – 498 с.

**Шепель Т.С.,**

асистент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА**

Розвиток туризму в кожній державі є одним з пріоритетних напрямів діяльності, оскільки надає можливість отримувати прибутки, що можуть бути порівняні з прибутками від діяльності в сфері добутку та переробки нафти.

Одним із основних елементів сфери туризму є готельне господарство, що представлено сукупністю всіх засобів розміщення, які умовно прив'язують туриста до місця, що і пояснює необхідність приділяти більше уваги з боку держави питанням створення, існування та подальшого розвитку засобів розміщення.

Стратегії розвитку туризму і готельного господарства розглянуто в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: Б.Р. Кандінова, Н.В. Чорненька, Ю.В. Кузнецова, Г.А. Павлова, І.С. Березин, І. Ансоф, Ф. Котлер, Х. Рюттер. На основі аналізу робіт даних вчених слід відзначити, що особливе значення вони приділяють необхідності використання різноманітних стратегій росту бізнесу, а саме: проникнення на ринок, розробка нових товарів та послуг, розробка ринку, диверсифікація діяльності.

Що стосується підприємств готельного бізнесу України, то найбільш привабливою для них є стратегія диверсифікації, яка використовується для того, щоб підприємство не стало надто залежним від однієї групи товарів або послуг. Підприємство починає випуск нових товарів і послуг, орієнтованих на нові ринки [1]. Цілі розподілу, збуту і просування відрізняються від традиційних. Можливі чотири варіанти реалізації стратегії диверсифікації:



1) стратегія концентричної диверсифікації – підприємство додає до вже існуючих товарів (послуг) продукцію, яка виробляється за технологіями, що використовуються підприємством;

2) стратегія вертикальної диверсифікації - часто виробники послуг чи товарів незадоволені їх якістю, тому підприємству доводиться освоювати власне створення послуг (товарів), що надасть гарантовану якість готової послуги або товару. Тим самим підприємство створює собі стратегічну перевагу;

3) відповідно стратегії горизонтальної диверсифікації підприємство орієнтується на послуги і товари, виробництво яких не пов'язане з використовуваними технологіями, але отримуються вони тими ж покупцями, які є її цільовим ринком. Споживачі пов'язують задоволення своїх потреб з іміджем і продукцією фірми, тому позитивно сприймають новий товар [2];

4) стратегія корпоративної диверсифікації пов'язана з входженням підприємства в сфери діяльності, які далекі від галузі, в якій воно зараз працює.

Саме стратегія корпоративної диверсифікації, коли у якості корпорації виступає муніципалітет, дозволить здійснювати регулювання ринку готельних послуг зсередини. Окрім цього, створенні муніципальні житлово-комунальні підприємства можливо використовувати як базу для подальшого розвитку готельного ринку за рахунок реалізації інших стратегій.

В свою чергу, розвиток державних засобів розміщення надасть поштовх розвитку туризму за рахунок:

- створення нових робочих місць, в т.ч. з залученням фахівців за відповідними спеціальностями, підготовлених профільними середніми та вищими навчальними закладами;

- припинення простою та витрат на утримання житлового фонду, що належить муніципальним урядам і зараз не використовується взагалі або не приносить необхідний прибуток;

- створення мережі засобів розміщення, які будуть надавати послуги гарантованого рівня якості та виступати своєрідним еталоном якості від конкурента для аналогічних недержавних засобів розміщення;
- створення засобів розміщення буде приносити прибуток як муніципалітету, так і державі;
- створення збалансованого ринку готельних послуг;
- здійснення підтримки та розвитку всієї сфери туризму за рахунок розвитку її матеріально-технічної бази (у вигляді засобів розміщення), яка залучає туристів.

Можливість участі держави як активного гравця готельного ринку України цілком можлива і може бути реалізована за рахунок державних колективних засобів розміщення, якими, наприклад, можуть володіти та керувати муніципальні та/або державні засоби розміщення у формі житлово-комунальних підприємств. Подібна стратегія на сьогодні здатна надати стимулюючий імпульс розвитку всієї сфери туризму в Україні.

Якщо виходити з того, що інвестори часто не бажають вкладати гроші в ринок, де вони повинні бути своєрідним локомотивом з його розвитку і формувати його таким чином, щоб він став перспективним для появи конкурентів, то, в такому разі, саме держава та державні утворення (наприклад, муніципалітети) повинні стати таким лідером. Саме держава буде не лише створювати умови для розвитку туризму в країні, але й стане безпосередньо їх реалізовувати з гарантованим отриманням позитивного економічного ефекту. Тобто держава буде регулювати готельний ринок України не лише зовні шляхом створення нормативної бази та відповідних умов діяльності готельного ринку, але й зсередини шляхом безпосередньої діяльності як учасника готельного ринку.

### **Література:**

1. Писаревський І.М. Матеріально-технічна база готелів: підручник / І.М. Писаревський, А.А. Рябєв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 286 с.

2. Рябев А.А. Готельні та хостельні мережі: дослідження споживчого попиту / А.А. Рябев // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №2 (13), том 1 – 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – С. 94-101.

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

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Головною стратегічною метою економічної політики України на сучасному етапі є підтримка стабільних темпів економічного зростання. Як свідчить світовий досвід, найкращим шляхом для досягнення швидкого економічного зростання є розвиток відкритої ринкової економіки. Однією з головних тенденцій, що характеризує сучасний розвиток світової економіки та аграрного сектору, є глобалізація.

Глобалізація економіки, у тому числі її аграрної сфери, у сучасному світі є об'єктивною реальністю, невідворотнім процесом. У той же час - це процес багатоаспектний і неоднозначний, який викликає певну суперечливість, спричиняє вплив деяких дестабілізуючих факторів на розвиток аграрного сектору, особливо в умовах слабкої національної економіки та малоефективного уряду. Саме тому на даному етапі одним із актуальних напрямів економічних досліджень є вивчення тенденцій та перспектив розвитку вітчизняного аграрного сектору в умовах посилення глобалізаційних процесів та інтеграції України до світового господарства.

Сучасний аграрно-промисловий комплекс є важливим сектором економіки України. У ньому зосереджена майже третина основних виробничих фондів, працює четверта частина населення, зайнятого у народному господарстві, виробляється понад 20% валового суспільного продукту та

третина національного доходу, формується 70 % роздрібного товарообігу. Однією з найважливіших причин нинішнього кризового стану вітчизняних підприємств аграрного сектору є те, що вони виявилися не готові до конкуренції із західними підприємствами на відкритих внутрішніх ринках.

Вихід з важкого фінансового стану для аграрних підприємств можливий лише в результаті створення конкурентоспроможного виробництва, здатного пристосовуватися до умов локального ринку, пропонуючи одночасно якісні товари та послуги. У цьому розумінні конкурентоспроможність є умовою виживання аграрних підприємств у сучасних економічних умовах [2].

Розвиток агропромислового виробництва є надзвичайно складним процесом, який повинен узгоджено розвиватися, по-перше, із вирішальними тенденціями функціонування національної економіки як макрогосподарства; по-друге, із вимогами дотримання принципів системного підходу до становлення її інститутів; по-третє, із вимогами інноваційно-інвестиційної моделі; по-четверте, із потребами сталого розвитку сільських територій, у рамках яких ведеться агропромислове виробництво; по-п'яте, із вимогами національної безпеки, у т.ч. продовольчої; по-шосте, із вимогами стандартизації виробничих і управлінських систем на основі чинних міжнародних стандартів і норм й т. ін. [3].

Для розвитку аграрного сектору України на сучасному етапі найбільш істотним є розв'язання інституціональних проблем аграрного виробництва, найважливішими серед яких є наступні: нестабільність аграрної політики; удосконалення земельних відносин; розвиток кооперації та інтеграції; підвищення ефективності системи управління аграрного виробництва; незавершеність аграрної реформи; державне регулювання в аграрній сфері; відсутність недержавних структур захисту інтересів селян; цінова політика.

З метою удосконалення інституційного забезпечення трансформації аграрної сфери виникає першочергова необхідність прийняття законодавчих і нормативних актів. Потрібний новий Закон України «Про сільське господарство», який би визначив пріоритетність розвитку аграрної сфери та її

місце в економіці. Крім того, потрібні закони з розширення демократизації управління, зокрема, «Про фахові об'єднання», «Про паспорт сільської поселенської мережі» й інші.

Сільськогосподарський сектор має великий потенціал для розвитку, особливо в області підвищення врожайності культур і продуктивності тваринництва. Для реалізації цього потенціалу необхідно удосконалити державну аграрну, фінансову, кредитну і податкову політику, організаційно-економічний механізм державної підтримки розвитку аграрного сектора, освіти і науки; підвищити ефективність і конкурентоспроможність аграрного виробництва з переведенням його на інноваційну модель розвитку в результаті техніко-технологічного переоснащення [1].

Конкурентоспроможність сільського господарства та економіки України в цілому, визначається не тільки обсягами виробництва та експорту, а, перш за все, існуванням інноваційної складової у виробництві (експорті). Від того, наскільки вагомою буде інноваційна складова економічного розвитку країни, залежить її стабільність та рівень розвитку національної економіки сьогодні та в майбутньому.

Важливе значення для розробки заходів підвищення ефективності аграрного виробництва має економічна діагностика конкурентоспроможності – аналіз і оцінка їх потенційних можливостей, дослідження факторіальних і результативних показників господарської діяльності з метою виявлення резервів, обґрунтування перспектив економічної стратегії розвитку.

### Література

1. Державна цільова програма розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2016 року. - [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: <http://kmu.gov.ua>
2. Збарська В.К. Управління конкурентоспроможністю малих підприємств сільських поселень регіону / В.К. Збарська // Бухгалтерія в сільському господарстві.-2012. - № 8.- С.23-29.

3. Збарський В. Ефективність господарювання аграрних формувань в Україні / В. Збарський // Бухгалтерія в сільському господарстві.-2012. - №7.- С.31-38.

**Боліла С.Ю.,**

к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій

**Литвинов В.О.,**

студент економічного факультету

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ**

Готельно-ресторанне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Стан готельно-ресторанної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки — транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки країни.

В Україні туристична індустрія як самостійний сектор економіки перебуває в стадії свого становлення, тому необхідно визначити основні напрямки розвитку готельно-ресторанного бізнесу з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності на ринку готельно-ресторанних послуг. Певним ускладнення для аналізу конкурентоздатності галузі є те, що 4\*-5\* готелі та ресторани середньої та елітної групи є лише в великих містах, а заклади харчування та готелі в провінції часто мають

монополістичний (рідше олігополістичний) статус, що негативно відбивається на рівні конкурентоздатності. В умовах конкурентного ринку послуг гостинності підприємства готельно-ресторанного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання та харчування, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля та ін. Готельно-ресторанна сфера — це основна складова туристичної індустрії за обсягом матеріальних і фінансових ресурсів, кількістю зайнятих працівників, обсягом доходів у туризмі. Готельно-ресторанний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельно-ресторанного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати. В умовах конкурентного ринку послуг гостинності підприємства готельно-ресторанного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля та ін. Актуальна проблема впровадження у системі управління вітчизняними готельно-ресторанними підприємствами сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку

готельно-ресторанних послуг. Досвід економічної діяльності останніх років у готельно-ресторанному господарстві України свідчить про повільне підвищення якісних параметрів оцінки продуктивності праці підприємствами галузі. Одночасно сьогодні розвивається мережа закладів високої категорії обслуговування, які надають послуги розміщення згідно з вимогами світових стандартів. Багато високорозвинених європейських країн побудували та підвищили свій економічний стан, значною мірою, за рахунок туризму. Під час цього багато залежать саме від політики держави на ринку. З метою реалізації готельного потенціалу України, державі необхідно: забезпечити туристам комфортні й безпечні умови для приїзду та перебування в країні; проводити ефективну політику розвитку масового туризму; вжити заходи щодо поліпшення стану визначних пам'яток; внести зміни в закони про землекористування, до правил видачі відповідних дозволів організаціям суміжних галузей, щоб залучати інвестиції у відкриття нових об'єктів масового туризму. У своєму становленні готельно-ресторанний ринок України зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції, що пояснюється відсутністю вільних засобів та високих податкових ставок, через це складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибуток, підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності на ринку, а також відсутність потужних міжнародних готельно-ресторанних мереж. Показник низької конкурентоспроможності готельних послуг формується за рахунок рівня ціни та якості послуг. Через високі податкові ставки готелі змушені встановлювати високі ціни. Ціни визначаються умовами конкуренції, станом та співвідношенням попиту й пропозиції.

Але в той же час, індустрія гостинності в Україні перспективна за рядом причин, а саме: у країні спостерігається підвищення ділової активності, що неминуче викликає збільшення обсягів "ділового туризму", як внутрішнього, так і в'їзного; підвищення доходів населення призводить до збільшення кількості людей, які подорожують, що викликає необхідність збільшити засоби розміщення та надання якісних готельно-ресторанних послуг; Україна, що



заявила про свою інтеграцію до європейського простору, поступово стає привабливою для європейців; скасування готельного збору призвело до зниження податкових обов'язків для готелів, що створює можливості для розвитку готельно-ресторанної справи на українському ринку.

**Яшук Т.А.**, викладач

Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини

## **ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ**

Сучасні вимоги до підготовки фахівців вищої кваліфікації вимагають від навчальних закладів чіткої стратегії діяльності, оптимальної фінансової політики і актуального менеджменту. У таких умовах важливе значення має не тільки достатність фінансових ресурсів, але й оптимальне поєднання різних джерел фінансування, їх вплив на функціонування і розвиток вузу та якість підготовки фахівців.

Входження України у світовий фінансово-економічний простір передбачає необхідність використання досвіду зарубіжних країн у політиці управління і фінансування сфери освіти. По-перше, такі країни, як США, Великобританія, Франція, Німеччина практично завжди існували в умовах ринку. По-друге, накопичений аналіз реформ освіти у цих промислово розвинених країнах дозволяє уникнути багатьох помилок, перейняти величезний багаж накопиченого позитивного досвіду в розвитку системи освітніх послуг.

Організація фінансування вищої освіти в зарубіжних країнах здійснюється по-різному. Практично у всіх системах освіти (за винятком США і Японії) істотно важливим є її виражений національний характер. Переважна більшість університетів є державними і тому значною мірою фінансуються державою.

Так у Великобританії фінансування вищої освіти здійснюється в формі грантів, що в основному залежать від показників кількості студентів, трудомісткості та матеріаломісткості їх навчання, а також із врахуванням визначених урядом пріоритетів розвитку освіти. У доходах американських вищих навчальних закладів найбільша частка припадає на державні асигнування, близько 30 % складають власні кошти вузів, які включають і плату за навчання від студентів та їх батьків, а також пожертвування і подарунки. Варто зазначити, що плата за навчання в американських вузах значно вища, ніж в інших розвинутих країнах, що пов'язано із високим розвитком і якістю освіти [1].

Вища освіта у Франції представлена університетами, створеними в ході реформи 1968 року. На сьогодні функціонують 42 навчально-дослідні одиниці, пов'язані з університетськими освітніми центрами. Система французької освіти складалася протягом останніх двох сторіч. Основні особливості системи французької освіти – практично однакова якість навчання як у столиці, так і в провінції, перевага державних навчальних закладів і безкоштовність навчання для всіх, включаючи іноземців [2].

У Польщі система фінансування вищої освіти є більш гнучкою, базується на засадах використання різних фінансових джерел та забезпечення достатньої фінансової автономії як недержавних (не публічних), так і державних (публічних) вищих навчальних закладів. Польща більшою мірою реалізує англосаксонський підхід до фінансування вищої освіти, проте, слід визначити, що в Польщі існують й соціальні стипендії та мотиваційні стипендії для успішних й талановитих студентів. Крім того, є, хоч і не дуже велика, фінансова підтримка вищих навчальних закладів, як державних, так і недержавних, з боку місцевих бюджетів (бюджетів гмін) та інших публічних фондів [3, с. 149].

Професор Боголіб Т.М. стверджує, що аналіз зарубіжного досвіду дозволяє виділити кілька методів фінансування:

1) метод фінансування „за результатами” базується на ефективності підготовки випускників і передбачає ретельний контроль якості надання освітніх послуг вищими навчальними закладами. Його використовують у Данії, Фінляндії, Ізраїлі, Голландії, США та інших країнах. Такий вид фінансування дозволяє уникнути неефективної роботи вищих навчальних закладів і отримати високі результати на одиницю ресурсу. Однак урядовий контроль не завжди веде до досягнення цих цілей;

2) пряме фінансування „за видатками” притаманне державам, в яких недостатньо розвинута освітня інфраструктура. Використання даного методу можна спрощено зіставити з такими трьома механізмами фінансування:

– лінійний бюджет (кошторис розбивається за типами: зарплата, обладнання, обслуговування студентів);

– програмний бюджет (розподіл бюджету за центрами вартості: окремий факультет або, в деяких випадках, навіть окремий викладач, що відповідає за фінансування програм);

– кошторис за видами діяльності (окремо виділяються витрати на навчання та на дослідницьку роботу) [4, с. 78].

Отже, аналіз зарубіжного досвіду дозволяє зробити висновки про те, що в кожній країні формується своя модель державного фінансування сфери вищої освіти, адекватна її економічній системі і традиціям державної підтримки цієї сфери. У той же час усім країнам притаманний єдиний підхід до вищої освіти як до важливого чинника соціально-економічного прогресу суспільства та інтелектуального розвитку особистостей.

### **Література:**

1. Малік Є. О. Фінансування вищої освіти: сучасні тенденції та зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / Є. О. Малік, М. Ю. Білінець. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3259>.

2. Соломатіна Є.Ю. Система фінансування вищої освіти у Франції [Електронний ресурс] / Є.Ю. Соломатіна. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/8.\\_NPE\\_2007/Pedagogica/20973.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8._NPE_2007/Pedagogica/20973.doc.htm).

3. Дубровіна Н. А. Фінансування вищих навчальних закладів у Польщі [Текст] / Н. А. Дубровіна, В. А. Дубровіна // Бізнес Інформ. – 2012. – № 6. – С. 148–151.

4. Боголіб Т.М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період : [монографія] [Текст] / Т.М. Боголіб. – К. : Міленіум, 2006. – 506 с.

**Мелконян А.Ю.**, магістрант гр. ПУА-16-1мз

Запорізька державна інженерна академія

## **ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ КЕРІВНИКА ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Менеджер як керівник повинен володіти новими знаннями і технологіями, чітко прив'язаними до практичних задач, що виникають під час виконання завдань - при підготовці і проведенні нарад, переговорів, презентацій, при роботі в команді.

Мета дослідження - сформулювати концепцію ефективного ноосферно-інформаційно-інноваційного розвитку адміністративного нооменеджменту у сучасну епоху [1]. Керівнику слід сформулювати концепцію, згідно з якою, щоб не тільки гарно працював керівник, а щоб працювали гарно і інші співробітники. Методологія дослідження – системний і структурно-функціональний методи, що дозволяють розкрити функції керівника та його місце і роль в управлінському процесі. Одним із напрямів підвищення ролі керівника в організації в сучасних умовах є формування концепції роботи, здатної вибудувати роботу інших людей, створити умови для того, щоб результат був досягнутий силами підлеглих. Менеджмент як ефективна концепція управління

людьми (підлеглими) зорієнтований на те, щоб чітко орієнтувати на отримання максимального результату при мінімумі витрат. У відповідності з базовим принципом ефективності ми можемо визначити ефективність керівника як співвідношення результату і витрат часу, сил, засобів на досягнення результату [1, с. 44-50].

Серед напрямів підвищення ролі керівника – ресурсозабезпеченість, яка зводиться до використання: 1) природних і людських ресурсів; 2) ресурсу права у самому широкому смислі цього слова; 3) певної системи самоорганізації життя людей в організації (демократія); 4) організаційних процесів – упорядкування процесів для виконання цілей; 5) знання, інформація, культура. Керівник може використовувати наступні джерела влади (згідно з класифікацією Д.Френча і Б.Рейвена): 1) страх; 2) задоволення потреби; 3) знання; 4) харизма; 5) традиції. К.Левін ще в 30-і рр. XX ст. виокремив три стилі керівництва: 1) авторитарний; 2) демократичний; 3) ліберальний. Стили керівництва залежать від особистісних характеристик керівника. Тема лідерства часто виникає тоді, коли відкривається новий напрямок бізнесу чи складний проект. У таких випадках на роль менеджера підбирають людину, яка є харизматичною особистістю з гарними організаторськими здібностями. Саме лідерство допомагає менеджеру підтримувати максимальну продуктивність праці при мінімумі ресурсів. Лідерство – це система взаємовідносин у групі, коли одна людина (лідер) бере на себе відповідальність за дії інших та їх можливі наслідки [2, с.91-97]. Особливо важливим є намагання сформувати риси стратегічного лідера: наявність ясної програми; політична воля; організаторський талант і здібності; гострий розум і політична інтуїція; вміння створювати евристичні програми; виходити за рамки бюрократичних процедур. Людина повинна перетворитися з ресурсу на повноправний суб'єкт суспільних відносин, на людський капітал. Як ефективний керівник, менеджер орієнтується на досягнення; має позитивний погляд на речі; легко адаптується; здатний організувати себе та інших на виконання завдань. Ноосферна модель управління – це модель управління на основі моралі, розуму, знань, культури і

справедливості. Підвищення ролі керівника як фактор ефективного управління розвитком підприємства в сучасних умовах спирається на концепцію ефективності, яка є раціональною організацією всіх підрозділів з використанням різноманітних методів управління. Раціональність як рушійна сила прогресу сприяє підвищенню ефективності керівника, його місії та ролі в управлінському процесі, трансформації цілей, високій кваліфікації персоналу та відповідальності, самостійності та ініціативи. Керівники повинні розуміти необхідність влади для того, щоб бути зацікавленим у впливі на людей, вміти передбачати особливості управління за умов швидких плинних змін, швидко і адекватно реагувати на появу нових можливостей і небезпек, удосконалювати гнучкість системи та сформувати сильну команду виконавців, сформувати систему цінностей з акцентом на професіоналізмі; чітко окреслити місію і мету стратегії, забезпечити сильне далекоглядне керівництво, дбати про згуртованість, кваліфікованість та гнучкість робочої сили, умотивованість її діяльності. Важливим фактором ефективного управління керівника є бачення, що пов'язує корпоративну культуру, соціальне партнерство та бізнес; акцентує увагу на людському факторові; підкреслює важливість довіри до людей і налаштовує на досягнення цілей, спрямованих у майбутнє. Ефективність як основа діяльності будь-якої управлінської діяльності залежить від ефективності роботи менеджерів, адміністраторів, від соціального середовища. Саме ефективність є показником прибутковості, що впливає на принципи, форми й методи організації загального керівництва.

Таким чином, зробимо висновок. Підвищення ролі керівника як фактор ефективного управління розвитком підприємства в сучасних умовах залежить від багатьох факторів, які повинен розвивати керівник: 1) професійно-особистісних; 2) організаційно-управлінських; 3) політико-правових; 4) фінансово-економічних; 5) техніко-економічних. Ефективність як інтегральна категорія має соціально-економічну природу й виражається в техніко-економічних й соціальних показниках, означає динамічний взаємозв'язок між особистістю, процесом і результатом. Отже роль керівника в управлінському

процесі включає ринкову ефективність; управління людськими ресурсами; ділову ефективність; орієнтовані на досягнення мети, певних результатів, здатні переборювати перешкоди, просуваючи інноваційні ідеї.

### **Література:**

1. Воронкова В. Г., Андрукайтене Регіна, Максименюк М. Ю. Формування концепції ноосферно-інформаційно-інноваційного розвитку адміністративного нооменеджменту у сучасну епоху // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії» : збірник наукових праць / За ред. В. Г. Воронкової. - Вип. 69.– Запоріжжя, РВВ ЗДІА, 2017. – С. 44-50.

2. Воронкова В. Г. Административная деятельность как объект саморефлексии руководителя / В. Г. Воронкова // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич.- К. : Вид-во «Гілея», - 2015. - Вип. 100. - С. 91-97.

**Польовий Д.В.**, магістрант гр. ПУА-16-1мз

Запорізька державна інженерна академія

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: СИНЕРГЕТИЧНІ ВИМІРИ**

Актуальність теми дослідження впливу інформаційно-комунікативного процесу на розвиток організації в умовах інформаційного суспільства виходить з того, що в організації слід розвивати і впроваджувати інформаційні технології (ІТ).

Методи дослідження – інформаціологічний і синергетичний, що дозволяють глибоко проникнути у сутність досліджуваної проблеми. ІТ можуть бути визначені як апаратне забезпечення, програмне забезпечення, телекомунікації, системи управління базами даних та інші технологічні засоби

збереження, обробки і передачі інформації. Ці технологічні прийоми дозволяють менеджерам створювати і забезпечувати доступ до складних баз даних про організацію, інформаційно-комунікативний процес в організації. Доступність ІТ здійснює їх ефективний вплив на діяльність організації, спонукає до нових інвестицій в нові апаратні засоби, програмне забезпечення та інші технологічні можливості обробки інформації, постільки це є вимогою ринку. Менеджмент організацій отримав можливості оперативного отримання величезних масивів інформації, а, отже, ІТ сприяють підвищенню ефективності прийняття стратегічних рішень. Завдяки комп'ютеризованому виробництву, спілкуванню зі споживачами в режимі реального часу, контролю над запасами, ІТ прискорив як операційні процеси, так і процеси прийняття рішень. Про велике значення цієї проблеми свідчить той факт, що в багатьох організаціях вводиться посада головного спеціаліста з інформації, який несе відповідальність за управління організаційними базами даних і впровадження ІТ. Розробка організаціями стратегічних планів, забезпечення підтримки діяльності працівників інформацією, взаємодія з іншими організаціями визначається рівнем корисної інформації. Основні характеристики корисної інформації: 1) вчасність; 2) періодичність; 3) точність; 4) повнота; 6) стислість; 7) чіткість; 8) детальність; 9) представництво; 10) доцільність. Інформаційні системи представляють собою апаратні засоби, програмне забезпечення і людські ресурси, що використовуються на підтримку задоволення комунікаційних потреб та розвитку комунікаційного процесу в організації, тому потребують наявності корисної інформації [1, с.72]. Концепція інформаційно-комунікативного менеджменту використовує основи стратегічного менеджменту, тактичного менеджменту, операційного менеджменту, бізнес-комунікації та бізнес-операцій. Інформаційні системи менеджменту – це комп'ютерні системи, що забезпечують рух необхідної корисної інформації по каналам організації, направленої на підтримку прийняття управлінських рішень. Інформаційні системи полегшують прийняття управлінських рішень на вищому рівні управління. Інформаційні процеси змінюють бізнес-процеси,



відкривають нові можливості для господарського життя. Головне – це пристосування інформації до потреб користувачів. Висновок - до критеріїв ефективності інформаційно-комунікативних систем слід віднести: 1) в якій мірі організація виконує завдання, включаючи генерування нової інформації; 2) яка якість інформації; 3) яка якість генерованих системою результатів та їх використання для прийняття стратегічних рішень організації в умовах ринку, націлених на перспективу розвитку організації [1, с.76].

Слід відмітити, що людина в організації знаходиться в інформаційному полі, утвореному новими засобами комунікації, які безпосередньо впливають як на людину (мозок, свідомість), так і на управлінські аспекти. Інформаційні процеси впливають на розвиток продуктивних сил, які вже неможливо розглядати ізольовано від інформаційного середовища, тому важливим є розвиток інтернет-економіки, яка все більше входить в життя організації. За останні часи змінився і сам характер виробництва, наука стала безпосередньою продуктивною силою, виникли і розвиваються мікроелектроніка, інформатика, робототехніка і біотехнології, які впливають не тільки на образ життя, але й на біологічні основи існування людини. Моделювання інформаційної діяльності великих виробництв (компаній), включаючи роботу на зовнішніх ринках, характеризує наступні базові умови, що зводяться до: 1) нелінійності середовища; 2) багатофакторності; 3) різноманітності; 4) багатосистемності. Саме синергетичні ефекти характеризуються як результат синергетичної взаємодії, що є адекватним інструментом оцінки впливу інформаційно-комунікативного процесу на розвиток організацій як складних моделей. Знання принципів самоорганізації складних систем в інформаційному суспільстві дає нові надії на те, щоб нелінійна система сприяла самоорганізації, а також ініціювала бажані тенденції її саморозвитку. Саме синергетика вивчає складні відкриті системи, що здатні самоорганізуватися в умовах інформаційного суспільства за рахунок таких категорій, як біфуркація (роздвоєння), атрактор (сила притягання), пошук нового екзистентного поля, в якому функціонує організація та вивчення можливостей її розвитку, детермінований хаос, який

слід побороти організації за рахунок таких категорій як «інформація» і «комунікація». Все це говорить, що синергетика впливає на розвиток інформаційно-комунікативного процесу організації, що знаходиться у відкритому середовищі, і сприяє кооперативному ефекту, здатному привести до самоорганізації та ефективного саморозгортання організації в умовах схоластичності інформаційного суспільства [2, с.143-148]. Новою закономірністю існування організації в глобальному просторі є формування механізмів сталого розвитку, що сприяють сталості організації за рахунок впливу інформаційно-комунікативного процесу на діяльність організації.

### **Література:**

1. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Максименюк М.Ю. Інформаційно-комунікативний менеджмент: зарубіжний і вітчизняний досвід: навчальний посібник. - Київ: Видавництво «Київського національного політехнічного університету» імені Ігоря Сікорського, 2017. - 316 с.
2. Воронкова В. Г., Максименюк М. Ю. Саморозгортання організації як складної ієрархічної системи в умовах стохастичності інформаційного суспільства / В. Г. Воронкова, М. Ю. Максименюк // К.: Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2016. – Вип.111.- С.143-148.

**Грошев Я.С.**, магістрант гр. ПУА-16-1мзик

Запорізька державна інженерна академія

## **ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК ВАЖЕЛЯ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКУ**

Актуальність вивчення проблем мотивації є особливо актуальним в сучасну епоху, хоча розвиток даної проблеми тягнеться ще з часів Ф.Тейлора. Науковий менеджмент передбачав систематичний аналіз робочих завдань, мета якого використання отриманих даних для підвищення продуктивності праці.

Увага прихильників цього напрямку була зосереджена на оплаті праці, в контексті якої працівник розглядався як «економічна людина», готова працювати «більше за більші гроші» [1, с.497-529]. Поступово в уявленнях менеджерів концепція «економічної людини» була витіснена іншою більш позитивною по відношенню до працівників концепцією, що розглядала людину з позиції людських відносин. Зміни поведінки людей можна досягнути під впливом підвищеної уваги менеджера до людини («хоторнський експеримент»). Підхід з позиції людських ресурсів є подальшим розвитком концепції «людини економічної» і «людини соціальної». У відповідності з теорією «цілісності людини» кожний індивід – це багатостороння людина, яка детермінована різноманітними факторами. Концепція людських ресурсів – це фундамент сучасних підходів до мотивації праці, в основі якої відносини до людини як до цілісної, що прагне досягнути високих результатів. Сучасні підходи мотивації праці сформувалися на основі: 1) теорії змісту мотивації, яка аналізує базові потреби особистості; 2) теорії процесів мотивації, в основі яких вплив розумових факторів, що пояснюють, якими способами працівники намагаються досягти винагороди; 3) теорії підкріплення, що досліджують зразки поведінки. Теорії змісту мотивації відноситься до потреб, теорії процесів – до поведінки, теорії підкріплення – до винагороди. Теорія мотиваційного механізму була розроблена А.Маслоу, в основі якої ієрархія потреб, що розташовуються в ієрархічному порядку: 1) фізіологічні потреби; 2) потреби в безпеці; 3) відносини в належності; 4) потреби у самоповазі; 5) потреби в самоактуалізації. Теорія потреб А.Маслоу була піддана критиці К.Алдерфером, який висунув теорію «СВР», в якій слово С - існування, В – взаємозв'язок і Р - зростання, тому й виокремлюються потреби: 1) в існуванні, фізичному здоров'ї і добробуті; 2) потреба у взаємозв'язку – задоволення взаємовідносин з іншими людьми; 3) потреба в зростанні – розвитку внутрішнього потенціалу людини, розширення компетенцій. Багато компаній прийшли до висновку, що людина повинна себе відчувати потрібною, формувати почуття власної значимості, необхідності іншим людям. Ф. Герцберг розробив двохфакторну модель

мотивації, в контексті якої мотиватори (досягнення, визнання, відповідальність, праця, особистісне зростання) і гігієнічні фактори (умови праці, оплата праці, безпека, політика компанії, керівники, міжособистісні відносини), які впливають на рівень задоволеності чи незадоволеності працею. Рівень задоволеності визначається мотиваторами, тобто потребами більш високого рівня у досягненні, визнанні, відповідальності і можливості зростання. Ф.Герцберг вважав, що при відсутності мотиваторів людина відноситься до своєї праці нейтрально, при появі мотиваторів – формується задоволення працею. Задоволення рівня гігієнічними факторами дозволяє позбавитися від незадоволеності працівниками своїми умовами праці. Щоб спонукати людей до праці, слід розробляти мотиваційні механізми, які врівноважують всі вище означені умови - умови праці, її оплати та отримання задоволення від праці [1].

У відповідності з теорією набутих потреб Д. Макклеланда певні типи людських потреб формуються на протязі всього життя індивідів. Виокремлюють такі типи потреб: 1) потреба досягнення - бажання вирішувати складні задачі, досягти успіху; 2) потреба приєднання – бажання налагодження тісних особистісних взаємовідносин, намагання недопущення конфліктів; 3) потреба влади – бажання впливати на інших людей та контролювати їх дії, нести за них відповідальність. Д. Макклеланд віддав вивченню потреб 20 років та досліджував вплив їх на менеджмент. На його думку, люди, в яких сильно розвинута потреба досягнень, стають підприємцями, їм подобається робити щось краще, чим інші, вони готові брати на себе відповідальність і ризикувати. З іншої сторони, люди, які потребують близькості, є хорошими інтеграторами, можуть координувати роботу декількох відділів чи підрозділів компанії. До інтеграторів відносяться і менеджери продуктів і торгових марок, які повинні володіти високорозвинутими людськими навичками. Індивіди з високою потребою у близьких зв'язках вміють встановлювати добрі робочі відносини з оточуючими. Розвинута потреба у владі часто асоціюється з досягненнями високих рівнів в організаційній ієрархії, людина має більше шансів зробити свою кар'єру, поступово підіймаються вгору кар'єрного зростання. Більше чим

у половини менеджерів вищої ланки є потреба у владі, навпроти, менеджери з високою потребою в досягненнях, але слабким устремлінням до влади, як, правило, зупиняються на відносно низьких рівнях управління. Теорії процесів мотивації покликані пояснювати процес вибору людьми направлених на задоволення індивідуальних потреб зразків поведінки та оцінки прийнятого рішення. Найбільшу популярність отримала теорія справедливості та очікувань. Теорія справедливості вивчає уявлення співробітників організації про те, настільки менеджмент оцінює внесений трудовий вклад у порівнянні з іншими працівниками (С. Адамс). Теорія очікувань стверджує, що рівень мотивації співробітників залежить від уявлень індивідів відносно своїх здібностей до виконання тих чи інших робочих завдань і отримання бажаної винагороди. Теорія підкріплення залишає у стороні питання потреб і мислення працівників і залучає до аналізу взаємозв'язків між поведінкою співробітників організації та їх наслідками. На нашу думку, сучасні керівники повинні оволодіти всім багатством наукового менеджменту, створеного відомими вченими менеджменту, та використовувати їх у своїй роботі для підвищення ефективності управлінського процесу.

### **Література:**

1. Дафт Р.Л. Менеджмент.- СПб, 2002.- 832 с.

Лосєв М.В., магістрант гр. ПУА-16-1мз  
Запорізька державна інженерна академія

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКУ**

Актуальність наукового дослідження корпоративної культури у парадигмі саморегулювання складних соціальних систем, яким є підприємство,

зумовлена: по-перше, недостатньою теоретичною розробленістю концепції корпоративної культури в управлінні складними соціальними системами, розробка і упровадження яких сприяє узгодженій стабілізації соціальних систем в умовах невизначеності; по-друге, спрямованістю дослідження корпоративної культури для саморегуляції соціальної системи; по-третє, розвиток концепції корпоративної культури сприяє регулюванню усіх процесів у трудовому колективі і потребує пошуку нових ефективних важелів підвищення ефективності корпоративної культури на рівні авторегуляції соціальних систем; по-четверте, необхідністю вироблення організаційно-управлінських та правових заходів упровадження саморегулятивного механізму соціальної системи, яка могла б гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища в умовах глобалізованого суспільства (своїх конкурентів), в якому втрачені зворотні зв'язки на рівні регіонів і територіальних громад; по-п'яте, певним дефіцитом теоретико-методологічної рефлексії інструментів і технологій мінімізації ентропійних тенденцій у кризовому соціумі (слабкий набір студентів), вирішенню яких може сприяти розвиток самоорганізаційних процесів, направлених на підвищення ефективності діяльності підприємства, подолання ентропійних заходів та сприяння досягненню антикризового буття завдяки впровадженню механізму корпоративної культури як етичного кодексу (коду) виживання підприємств в умовах нестабільності. В умовах переходу до нової соціально-економічної формації – інформаційної – стрімко відбуваються біфуркаційні зміни, які продукують передумови формування нового інформаційно-діалектичного світогляду, який може бути визначений як система поглядів на світ, що зумовлює необхідність подолання ентропійних процесів у природі і соціальному середовищі через посередництво корпоративної культури. Термін, який відображає символіку рефлексії «корпоративна культура» зводиться до взаємодії суб'єкта і об'єкта управління, відіграючи важливу роль як у функціонуванні і розвитку складних систем управління. Подальше дослідження явища корпоративної культури через реалізацію праксеологічного аналізу у соціальних системах, яким є підприємство, є досить

важливим чинником накопичення знання. Удосконалення механізмів корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами на підприємстві виходить з того, що корпоративна культура як сукупність взаємодіючих факторів удосконалення організації націлена на використання корпоративної культури в управлінні людськими ресурсами. Корпоративна культура – це сукупність думок, еталонів поведінки, настроїв, символів, відносин і способів ведення бізнесу, що включає досвід минулого і теперішнього, структурні характеристики і погляди керівників [2, с.488]. Корпоративна культура визначає індивідуальність підприємства більшою мірою, ніж продукція, яку вона випускає. Унікальність корпоративної культури полягає в тому, що вона є досягненням системи внутрішніх ціннісних установок і правил, «кодексу честі» підприємства та його співробітників. Кожне підприємство повинно виробити свій корпоративний дух, що розвивається в контексті корпоративної культури. Корпоративний дух – це початок, що визначає поведінку, дії працівників і керівництва підприємства, широко розповсюджене на підприємствах Японії. Корпоративний дух відображається на поведінці людей, що розділяють цілі підприємства (фірми) і відчують почуття належності до підприємства. Корпоративний дух виховується шляхом залучення працівників до справ підприємства та його управління. Корпоративна культура – це система особистісних і колективних цінностей, що розділяються членами підприємства. З іншої сторони, під корпоративною культурою розуміється сукупність прийомів і правил вирішення проблем зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції працівників, правил, що виправдали себе у минулому і підтвердили свою актуальність сьогодні [2]. В системі управління людськими ресурсами на підприємстві корпоративна культура відіграє центральну роль. Переміщаючи менеджерів з одного відділу в інший чи навіть у філіали керівники транслиують культуру керівництва і сприяють підвищенню вимог до системи культурних цінностей. В той же час виникають управлінські проблеми, що успішно вирішуються за допомогою культурних інструментів: 1) культурні комунікаційні бар'єри при співпраці; 2) відмінності у стилях управління; 3)

відмінності у постановці проблем та прийнятті рішень; 4) потенційні конфлікти через відмінності в мотивації праці працівників; 5) відмінності в соціально-культурній компетенції і розвитку персоналу. Висновок. Механізм формування корпоративної культури може бути продемонстрований за допомогою 4 видів середовища: 1) мегасередовище; 2) макросередовище; 3) мікросередовище; 4) метасередовище, в результаті чого розкриваються чотири рівні управління; 1) глобальний рівень; 2) національний рівень) 3) корпоративний рівень; 4) персональний рівень. Вчені виробили три типи корпоративної культури: 1) ринкова культура; 2) бюрократична культура; 3) технічна культура. Важлива сфера культури пов'язана з культурними відмінностями, на які впливають: 1) індивідуалізм-колективізм; 2) маскулінізм-фемінізм тощо. До інструментів формування корпоративної культури слід віднести: 1) знаково-символічну систему; 2) систему комунікації; 3) постійну ротацію керівних працівників і сумісне навчання працівників корпорації, що в цілому впливає на розвиток людських ресурсів.

### **Література:**

1. Международный менеджмент: Учебник для вузов. / Под ред. С.Э. Пивоварова, Д.И. Баркана, Л.С. Тарсевича, А.И. Мейзеля. - СПб: Питер, 2000.- 524 с.
2. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О. Сучасна геокультура як соціокультурний феномен культурної глобалізації / В.О. Нікітенко // Гілея (науковий вісник) : зб. наук.пр. - К.: Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР». - 2013. - Вип.72. - С.487-492.



**Передакова О.Б.**, магістрант гр. ПУА-16-1мз

Запорізька державна інженерна академія

## **УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ СФЕРОЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ РИНКУ**

Актуальність дослідження соціальної сфери в тому, що це складова частина життєдіяльності організації, безпосередньо пов'язаної з розподілом матеріальних і духовних благ, задоволенням специфічних потреб людини, якістю і рівнем його життя. Методи дослідження – соціоаксіологічний, соціантропологічний, що визначають цінність людини і охоплюють різноманітні відносини між особистостями, соціальними групами та верствами населення [1,с.31-50]. Соціальна сфера охоплює сферу здоров'я, освіти і культури, санаторно-курортного забезпечення, індустрію спорту і туризму, житловий фонд і комунальне господарство, вбирає в себе систему соціального захисту та гарантій громадян; спирається на традиції, звичаї, а також сферу соціального обслуговування населення. Саме тому для удосконалення управління соціальною сферою в умовах ринку повинна функціонувати соціально-орієнтована економіка як ефективно функціонуючий ринковий механізм, що забезпечує соціальні потреби громадян, направлена на досягнення соціального росту, отримання прибутку, справедливого і гідного вирішення соціальних проблем. Цілями і завданнями соціальної економіки є дотримання основних прав людини і принципу соціальної справедливості, що надає кожному громадянину рівні соціальні можливості для виявлення своїх здібностей, ініціативи, підвищення рівня добробуту людей і соціального захисту у відповідності з можливостями держави, підтримки у суспільстві стабільності, згоди і соціального миру. Удосконалення управління соціальною сферою в організації в умовах ринку направлено на забезпечення механізму соціальної справедливості в соціальній державі, яка призначена здійснювати сучасну соціальну політику держави, соціальних гарантій і соціального

партнерства і пріоритет їх завдань. Історично сформувалася соціальна держава у результаті соціального реформізму, що привів західні країни до формування сильної соціальної політики держави, створення державної системи соціального страхування, соціального забезпечення і соціальної підтримки малозабезпечених, системи безкоштовного медичного обслуговування, освіти і пенсійного забезпечення, системи вирішення соціальних конфліктів шляхом соціального партнерства. Прикладом «соціальної держави» є шведська модель, в якій вперше була створена система соціального захисту (1937) і розроблена система соціального партнерства – система гармонізації між класами шляхом створення механізму взаємопідтримки між робітниками, роботодавцями, проведення успішної податкової політики, направленої на вирівнювання доходів громадян. Аналогічна політика проводиться в Данії, Норвегії та інших країнах. Проведення сильної соціальної політики є завданням будь-якої сучасної держави чи організації демократичного типу, яка покликана вирішувати протиріччя між перспективними та поточними інтересами суспільства. Отже, удосконалення управління соціальною сферою в організації в умовах ринку має сформувати механізм соціального забезпечення, громадян, а для цього повинні бути сформовані всі умови – економічні, політичні, соціальні, культурні, правові [2]. Соціальний менеджмент, в основі якого управління соціальною сферою, – це науковий напрямок, в основі якого соціальна сфера та проблеми «людини як міри всіх речей». Це парадигма управлінського мислення, що ефективно впливає на розвиток людського капіталу (потенціалу) та сприяє формуванню робочої сили нової якості. Соціальний менеджмент базується на гуманістичних навалах, актуалізує проблему інвестицій в людину та її розвиток, базується на гармонізації всіх відносин в суспільстві. Методологія соціального менеджменту базується на гуманістичному психоаналізі, гуманістичному неофрейдизмі, гуманістичному екзистенціалізмі, гуманістичному персоналізмі, тому ці філософські напрямки займаються лише людиною, її потребами та інтересами. Соціальний менеджмент протидіє новим глобалізаційним тенденціям, всім проявам

масового суспільства і масової культури [1, с.31-50]. Соціальний менеджмент, що виробляє механізми функціонування соціальної політики на підприємстві, регулює всю сукупність відносин на підприємстві, сприяє ефективному функціонуванню економічного соціально-духовного і культурного буття. Призначення механізму соціальної політики – активно захищати просту людину, сприяти розвитку індексів людського розвитку, стилю та якості життя. Саме соціальний менеджмент через механізм соціальної політики намагається встановити державу «добробуту», а не класової боротьби, яка панувала у суспільстві в тоталітарних режимах. Удосконалення управління соціальною сферою в організації в умовах ринку виявляється в якісному оновленні всіх сфер життєдіяльності - економічної, політичної, соціо-культурної. Це і практичне вироблення цивілізованих важелів управління задля подолання дезінтеграційних процесів, ентропії, популістських настроїв, методів управління, демагогії та камуфляжу у політиці. Призначення механізму соціальної політики – це формування важелів управління, що зможуть перетворити управління на єдиний соціальний організм. Це і становлення стабільної соціальної демократії, і підготовка високоморальної і патріотичної еліти, компетентної в методах гуманістичного управління (В.Воронкова), і формування нової людини [2]. Механізми соціальної політики націлені на підвищення соціальної відповідальності управлінців, здатних виробити і запровадити в життя концепції «людського виміру виробництва», трудової мотивації, когнітивного управління. Саме ці напрямки механізму удосконалення механізму соціальної політики є пріоритетом сучасного управління як політики «людського виміру політики».

### **Література:**

1. Воронкова В.Г. Формування антропологічної парадигми політичного менеджменту в умовах глобалізації // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць. - Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2008.- Вип.34.- С.31-50.

2. Воронкова В.Г. Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего / В.Г.Воронкова / Антропологічні виміри філософських досліджень: Дніпропетровськ, 2013.-№ 3.- С.79-80.

**Глущенко І.М.**, студент 3 курсу

**Станіславчук Н.О.**, науковий керівник, викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## **МОНІТОРИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БАНКІВ**

Фінансово-економічна криза засвідчила непристосованість української банківської галузі до різких і кардинальних змін у системі господарювання. Банківський сектор України знаходиться в стані переорганізації своєї діяльності та зазнає повсякденних змін, тому актуальним є обґрунтувати важливість застосування моніторингу у формуванні управлінської технології для ефективного розвитку вітчизняної банківської системи. Ефективність роботи такої складної системи, як банківська, значною мірою залежить від якості її зовнішнього та внутрішнього моніторингу з метою спостереження, контролю, регулювання та управління її діяльністю.

Для ефективного управління банківським сектором України необхідно проводити його моніторинг, під яким будемо розуміти складну інформаційну систему, яка включає нагляд за станом банківської сфери, оцінювання його результатів і прогнозування майбутнього розвитку банківської системи країни та окремих комерційних банків.

Поняття «моніторинг» походить від англійського «monitoring», яке в перекладі означає відстеження. Якщо розглядати соціально-економічні об'єкти, то їх моніторинг означає сукупність прийомів оцінювання, аналізу, спостереження та прогнозування розвитку цих об'єктів[1].

Для кращого розуміння можна виділити п'ять основних напрямів здійснення моніторингу всієї банківської системи: банківський нагляд, макроекономічний моніторинг, ризик-орієнтований моніторинг, фінансовий моніторинг та моніторинг банківської інфраструктури. Всі названі напрями моніторингу тією чи іншою мірою здійснює Національний банк України (НБУ), що є позитивним моментом для розвитку вітчизняної банківської системи.

Під макроекономічним моніторингом розуміють систему заходів із спостереження за макроекономічним середовищем, тенденціями економічної діяльності та ймовірністю виникнення ризиків за межами банківського сектору країни.

Ризик-орієнтований моніторинг – це окремий підхід до організації наглядової діяльності, що зосереджується на комплексі заходів наглядових органів, спрямованих на визначення рівня ризиків банків другого рівня банківської системи та якості їх управління. Враховуючи розроблені Національним банком України методичні вказівки з інспектування банків.[2]

Що стосується фінансового моніторингу, то він також здійснюється комерційними банками і НБУ. Цей моніторинг проводиться для виявлення та реєстрації банками визначених фінансових операцій, ідентифікації та класифікації клієнтів з урахуванням установлених критеріїв ризиків, дотримання банками вимог законодавства України.

Порівняно новим видом моніторингу являється моніторинг банківської інфраструктури, тобто сукупності організацій та установ, що безпосередньо забезпечують функціонування банківської системи.

Моніторинг банківської інфраструктури покликаний досліджувати діяльність не банків, а організацій та установ, що безпосередньо забезпечують чи впливають на їх діяльність. Тому доцільнішим є використання макроекономічного моніторингу для характеристики цього середовища. Банківський нагляд, макроекономічний моніторинг та ризик-орієнтований моніторинг разом утворюють систему моніторингу банківського сектору.

Основними складовими елементами процесу моніторингу банківської системи виступають його суб'єкти та об'єкти. Так, під процесом моніторингу банківської системи ми розуміємо моніторинг об'єкта дослідження (банківської системи) його суб'єктом шляхом застосування спеціального інструментарію. Тобто суб'єкт моніторингу – це інститут, що здійснює моніторинг (основним є НБУ).

Державна служба статистики України (ДССУ) та Міністерство фінансів України (МФУ) не є суб'єктами моніторингу банківської системи, але вони збирають велику кількість інформації, необхідної НБУ для проведення моніторингу. У ролі основного іноземного суб'єкта моніторингу банківської системи України виступає – МВФ, а також ними можуть бути Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку, Банк міжнародних розрахунків.

Отже, аналізуючи визначення банківського моніторингу, які дають вчені можна зробити висновок, що це поняття тісно пов'язане із управлінням в керованому об'єкті, зокрема – банку. Тому моніторинг можна розглядати, як сучасну ефективну технологію управління.

Моніторинг банківської системи є запорукою для досягнення збалансованого та стабільного розвитку банківської системи. Постійний моніторинг розвитку банківської системи є сучасною світовою тенденцією з метою підвищення її ефективності та пошуку шляхів удосконалення.

### Література:

1. Моніторинг банківської системи як підхід до управління її розвитком [Електронний ресурс] / П. В. Приймак // Науковий вісник НЛТУ України. - 2013. - Вип. 23.14. - С. 235-241. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu\\_2013\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2013_23)

2. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків» [Електронний ресурс] / Постанова Правління Національного банку України від 15.03.2004 №104. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04>. – Назва з екрану.

3. Державний фінансовий моніторинг у контексті регулювання банківського сектору [Електронний ресурс] / І. М. Патюта // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2014. - Вип. 4. - С. 48-51. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2014\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_4_13).

**Мица І.Г.**, студент

**Станіславчук Н.О.**, науковий керівник, викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## **УПРАВЛІННЯ БАНКОМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ**

Глобалізація є важливою характеристикою й основною тенденцією сучасної світової системи, однією з визначальних рис у розвитку всього світу. Глобалізація – це багатогранний процес, який суттєво впливає на розвиток національних економік, посилюючи їх взаємодію та взаємозалежність на інтеграцію національних політичних і соціальних систем, національних культур, поглиблення процесів міжнародної інтеграції фінансових ринків.

Аналізуючи стратегії різних банківських установ у пошуку ефективних підходів до управління процесами, що сприяють виходу з кризи, опрацьовуючи завдання, котрі відповідають актуальним викликам глобального фінансового ринку, очевидно – світ змінився за останні роки докорінним чином. Кризові явища в економіці – це в першу чергу криза знайомого нам індустріального світу та звичних способів ведення бізнесу. Ми вступаємо в еру інноваційних технологій. Її визначальною рисою є те, що – стратегічним фактором ведення бізнесу є інтелектуальний капітал, тобто, інтегрована здатність до створення інновацій та прийняття ефективних рішень в умовах невизначеності [1].

Процеси глобалізації і взаємозалежність світу позначилися на спад кризових явищ у світовій економіці. Для більшості країн світу, так і для України, 2010 рік став початком виходу з глобальної кризи та роком стабілізації

для банківського сектору. Зменшенню кількості збиткових банків від 64 станом на кінець 2009 р. до 35 за результатами 2010 р. сприяло різке скорочення відрахувань до загальних і спеціальних резервів, стабільний операційний дохід банків і зменшення адміністративних витрат.

Присутність іноземних банків є проявом глобалізаційних процесів в Україні. Глобалізація сприяє розвитку міжнародної банківської системи, переміщенню капіталу між банківськими установами, що посилює конкуренцію на ринку банківських послуг і веде до одночасної консолідації банківського капіталу.

В Україні існує потреба формування нової інтегрованої системи оцінювання ефективності діяльності банку, яка буде спроможною забезпечувати необхідною інформацією процес прийняття управлінських рішень з урахуванням впливу сучасних тенденцій постіндустріального бізнес-середовища [2].

Банківська система України має помітний вплив на національну економіку завдяки мобілізації фінансових ресурсів та їх перерозподілу і регуляції грошового обігу. Присутність банків з іноземним капіталом у вітчизняній банківській системі сприяє розвитку фінансової системи України, залученню іноземних інвестицій і розширенню ресурсної бази для соціально-економічного піднесення. Проте питань щодо масштабів і конкретних форм поширення присутності іноземного капіталу на ринку банківських послуг України має відповідати стратегії соціально-економічного розвитку нашої держави, підвищенню національної конкурентоспроможності, зміцненню грошово-кредитної системи та збереженню економічної безпеки. [3].

Основні тенденції функціонування ринку банківських послуг, як у світі, так і в Україні, формуються під впливом глобалізації, яка має позитивні та негативні наслідки

Завдяки фінансовій глобалізації і створенню інтеграційних фінансових об'єднань зменшують кордони між національними та міжнародними ринками банківських послуг і формують світовий ринок банківських послуг з



притаманними йому рисами, а саме: універсалізація банківської діяльності; глобалізація та інтернаціоналізація банківських капіталів; активізація процесів злиття та поглинання. Проаналізувавши обсяги світового ринку банківських послуг протягом останнього десятиріччя, можна твердо сказати, що вони зросли більш, ніж удвічі і продовжують збільшуватися.

Отже, в умовах глобалізації світового економічного розвитку банківські послуги набувають динамічного розвитку і стають одним із впливових чинників, від яких залежить зростання національної економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, підвищення добробуту населення.

### Література

1. Глобалізація фінансових ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>.

2. Сучасні тенденції глобалізації фінансових ринків [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/suchasni-tendencii-globalizacii-finansovih-rinkiv.html>.

3. Роль фінансових ринків та фінансових інструментів в умовах глобалізації національних економічних систем [Електронний ресурс].– Режим доступу: [http://stud.com.ua/44307/menedzhment/rol\\_finansovih\\_rinkiv\\_finansovih\\_instrumentiv\\_umovah\\_globalizatsiyi\\_natsionalnih\\_ekonomichnih\\_sistem](http://stud.com.ua/44307/menedzhment/rol_finansovih_rinkiv_finansovih_instrumentiv_umovah_globalizatsiyi_natsionalnih_ekonomichnih_sistem).

**Хрищук П.П.,**

магістрант групи ПУА-16-мз спеціальності

"Публічне управління та адміністрування"

Запорізька державна інженерна академія

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКУ**

Досліджуючи особливості формування конкурентної політики

підприємства в умовах ринку, необхідно зазначити, що сьогодні актуалізується проблема підвищення рівня конкурентоспроможності в умовах подальшого розвитку економіки, яка пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання й утримання конкурентних переваг - ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу [4, с. 96].

Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвиненого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник внаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми [2, с. 5]. Для сформованих концептуальних підходів до управління конкурентними перевагами характерна безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико-методологічної й практичної бази процесу дослідження й аналізу ринку [1, с. 55].

Проблеми конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів досліджували такі зарубіжні вчені, як Д. Рікардо, А. Сміт, Д. Абель, Г. Гамель, П. Друкер, К. Ендрус, Р. Ешенбах, П. Зенге, Ф. Котлер, Р. Коуз, К. Крістенсон, М. Портер, К. Прахалад, Р. Солоу, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк. Значний внесок у дослідження конкурентоспроможності економічних суб'єктів, здійснили такі вітчизняні економісти, як В. Андрійчук, В. Апопій, С. Бабенко, О. Білорус, В. Будкін, І. Бураковський, З. Варналій, В. Вергун, О. Власюк, В. Воронкова, В. Воротін, А. Гальчинський, В. Геєць, Я. Гончарук, Б. Губський, М. Долішній.

Незважаючи на значні досягнення в теорії й практиці управління конкурентоспроможністю підприємства, є ряд проблем, які залишаються

предметом дискусій і обговорень вчених-економістів. Так, у більшості наукових праць вітчизняних і закордонних учених використовується універсальний підхід при розгляді ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. При цьому недостатньо систематизовані поняття й методологія для вивчення рівня конкурентоспроможності підприємства як найважливішого інструмента посилення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, слабо досліджені питання розробки й практичного використання кількісного підходу для оцінки результатів управління конкурентними перевагами [3, с. 86].

Особливості конкуренції на різних ринках диктують специфічний підхід до вивчення конкуренції в галузі. Реалізація цього підходу можлива шляхом розроблення маркетингової стратегії з урахуванням результатів конкурентного аналізу, а також результатів оцінки сильних і слабких сторін підприємства, послідовного моніторингу діяльності ключових конкурентних гравців у рамках конкретної галузі [5, с. 48]. Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту продукції високої якості, що задовольняє вимогам конкретних груп споживачів [2, с. 7].

Конкурентоспроможність галузі допускає наявність конкурентних переваг перед аналогічними галузями за рубежом, які можуть виявлятися в наявності раціональної галузевої структури; групи високо конкурентних фірм-лідерів, що підтягують інші підприємства галузі до свого рівня; налагодженої дослідно-конструкторської й прогресивної виробничо-технологічної бази, розвинутої галузевої інфраструктури, гнучкої системи науково-технічного, виробничого, матеріально-технічного й комерційного співробітництва як усередині галузі, так і з іншими галузями в країні та за її межами, ефективної системи розподілу продукції, конкурентоспроможність галузі досягається за рахунок як конкурентних переваг її компаній, так і системи їхньої взаємодії [6, с. 135].

Таким чином, поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних характеристик, що визначають положення фірми на галузевому ринку (національному або світовому). Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва, і збуту продукції. Рівень конкурентоспроможності підприємства - дзеркало, в якому відображаються сукупні підсумки роботи практично всіх служб підприємства.

### Література:

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом: Підручник / Л.В.Балабанова, О.В.Сардак. - К.: ЦУЛ, 2011. - 468 с.
2. Ванюта С.М. Антикризове управління: підручник / С.М. Іванюта. - К.: ЦУЛ, 2007. - 288 с.
3. Венедиктов В.С. Трудове право України: Підручник / В.С.Венедиктов. - К.: Істина, 2008 рік. - 384 с.
4. Воронкова В. Г. Кадровий менеджмент: навч. посіб. /В. Г. Воронкова - К.: ВД "Професіонал", 2004. -192 с.
5. Воронкова В.Г. Менеджмент організацій. Методичні вказівки для виконання курсової науково-дослідної роботи для магістрів ЗДА спеціальності 8.050201 "Менеджмент організацій" / Укл.: В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, М.А. Ажажа. - Запоріжжя, 2012. - 130 с.
6. Колесніков Г. О. Менеджерський словник: Навчально-довідкове видання / Г.О.Колесніков Г. О. - К.: Професіонал, 2007 - 288 с.

**Кузнецова А.І.,**

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування  
Міжрегіональна академія управління персоналом

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОГЛЯДІВ НА ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: МЕТОД ЕМЕРДЖЕНТНОСТІ**

Економічний розвиток базується на філософській категорії розвитку, який трактується як «складний процес, внаслідок якого відбувається перехід від одного якісного стану до іншого, вищого» [1]. Процес економічного розвитку пов'язаний з певними системними перетвореннями, які відбуваються у діалектичній єдності якісно-кількісних змін елементів економічних систем.

У загальному значенні під економічною системою розуміють сукупність взаємопов'язаних і відповідним чином упорядкованих елементів економіки, що утворюють певну цілісність, економічну структуру суспільства, обумовлену загальною метою [2].

Розробці дієвого механізму управління суб'єктом господарювання передусє вивчення самої економічної системи, ґрунтовне дослідження її елементів, їх проявів у всіх можливих взаємозв'язках і взаємозалежності.

Протягом тривалого часу економічні системи досліджувалися за допомогою методу редукціонізму, методологічний підхід якого передбачає пояснення складного на основі характеристик простого, зведення цілого до суми закономірних властивостей його частин. Проте, з часом доведено, що властивість цілого не є сукупною сумою властивостей його складових. Економічна система як цілісність становить дещо більше, аніж сума її елементів. Це сприяло виявленню наявності властивості емерджентності економічних систем, тобто економічним системам притаманні властивості, які можуть бути відсутні у його елементів [3, с.239-241].

Первісним елементом будь-якої економічної системи виступає підприємство, яке в процесі свого розвитку зазнає трансформації [4, с.54-57].

Процедура управління формується для окремої конкретної економічної системи і містить сукупність підсистем, які відображають окремі аспекти управління. Як правило, до них відносять цілі, функції, принципи, методи, органи управління, персонал, техніку і технологію. Вказані елементи відповідно до об'єктивних законів загального розвитку призначені для розроблення та реалізації управлінського впливу на діяльність підприємства, тому проводити їх дослідження необхідно беручи до уваги синергетичні зв'язки, які виникають між зазначеними елементами системи.

Емерджентність характерна для будь-яких систем різного рівня. Так, наприклад, у системі управління підприємницькою діяльністю є багато підсистем, які водночас є окремо функціонуючими системами, але організовуються з огляду на досягнення цілей та завдань підприємства, а тому складають частину у загальній системі.

Розвиток економіки безпосередньо пов'язаний з розвитком його наукових теорій, які змінюються шляхом розробки нових концепцій, адекватним нинішнім запитам і реаліям. Сучасний стан економічної теорії значною мірою відповідає основам, які базуються на теоретичних аспектах різних ідей, парадигм, поглядів та уявлень вчених і практиків, які пояснюють певні процеси й явища, взаємозв'язки між ними, проте не складають повноцінну теорію, яка є цілісним уявленням про закономірності розвитку, взаємозв'язки та функціонування економічної системи.

Економічні системи є динамічними, нелінійними і складними системами, які неможливо повністю описати математично, дотримуючись при цьому чітко окреслених, універсальних та однозначно сформульованих правил, які дозволять будувати адекватні реальні моделі економічних явищ та процесів.

Для досягнення ефективності функціонування підприємств у процесі глобалізації розвитку ринкових відносин необхідно радикально змінити концепції забезпеченості діяльності господарюючих суб'єктів. Використовуючи метод емерджентності можна адаптувати систему управління

до світових стандартів і розробити власні управлінські заходи виживання при інтеграції вітчизняних підприємств у світову систему конкуренції.

Стабільний розвиток, як правило, забезпечуються управлінськими рішеннями нестандартного характеру. Розробку і реалізацію таких рішень необхідно проводити на основі прийняття до уваги та дослідження системних і функціональних зв'язків у процесі функціонування підприємства.

Отже, практичне використання методу емерджентності при вивченні економічних систем дозволяє всебічно досліджувати економічну систему, встановлювати практичні результати впливу реформування чи зміни алгоритму окремої господарської дії загалом на діяльність цілого підприємства, враховуючи, що позитивне значення змін не завжди може забезпечити ефективність діяльності загалом.

### Література:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з додатками, доповненнями та СД) / [уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел.]. – К. : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2007. – 1736 с.
2. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/54257--2-ekonomchna-sistema-sutnst-tsl-y-osnovn-strukturn-elementi-tipi-ekonomchnih-sistem.html>.
3. Шпак В.А. Бухгалтерський облік в Україні: проблеми розвитку / В.А. Шпак // Стратегія розвитку України: Економічний та гуманітарний виміри: Матеріали науково-практичної конференції. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2015. – 320 с., с.239-241.
4. Коровчук Ю. Особливості впровадження емерджентних рішень у процесі забезпечення ефективності підприємства як цілісної системи / Ю. Коровчук // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського

національного економічного університету “Економічна думка”, 2012. – Вип. 11. – Частина 1. – 468 с., с.54-57.

**Мохненко А.С.**, д.е.н., професор  
Херсонський державний університет

## **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ**

Важливим аспектом визначення пріоритетів становлення і розвитку малих підприємств в межах регіональної концепції державного регулювання є усунення територіальних і галузевих диспропорцій розміщення факторів виробництва, стимулювання ділової активності у важкодоступних районах з надлишком трудових ресурсів та зумовленим цим високим рівнем міграції населення, а також з унікальними особливостями окремих факторів чи ресурсів.

Враховуючи вищезгадане нами пропонується група основних принципів удосконалення системи управління малими підприємствами в регіоні. До них відносяться принципи: максимальної свободи юридичних і фізичних осіб в проведенні підприємницької діяльності; необмеженості доступу суб'єктів малого бізнесу до засобів державної підтримки підприємництва; достатнього втручання державних органів управління в діяльність малих підприємницьких структур; посилення матеріальної відповідальності за незаконну підприємницьку діяльність; забезпечення рівних умов щодо різних форм власності господарювання.

Дотримання вказаних принципів дозволяє зосередитися не тільки на адміністративно-директивних, а й на фінансових методах регулювання діяльності підприємств.

Принциповим тут є створення схеми управління на адаптаційних засадах. У зв'язку з цим пропонується логічна схема адаптаційного управління малими підприємствами саме з урахуванням інтересів суб'єктів



господарювання (рис. 1).



Рис. 1. Схема управління процесом адаптації економічних інтересів суб'єктів господарювання

Ця схема розкриває складну організаційно-економічну систему взаємопов'язаних економічних, правових, організаційних і соціальних чинників діючих у динамічному режимі. У блоці "механізм управління", у якості пріоритетної ланки визначено Центр підтримки розвитку малого підприємництва.

Спираючись на принципову схему, що надано на рис. 1, стає зрозумілим напрямки покращення, з урахуванням регіональних потреб, усіх форм регулювання розвитком малого підприємництва. Альтернативні конфігурації розвитку господарського комплексу регіону поділяються між державними і

приватними інтересами суб'єктів господарювання. Та чи інша альтернативна управлінська конфігурація закріплюється у правовій, фінансовій, організаційній, матеріально-технічній та інформаційній сферах. Тільки після цього уточнення з'являється можливість визначення адекватних ситуації механізмів реалізації загальної політики щодо розвитку малого підприємництва на регіональному рівні. В такому разі реалізується принцип достатнього втручання держави в систему управління малим бізнесом в регіоні. Він торкається наступного ряду позицій, що будуються на логічному зв'язку сутностей національних і регіональних економічних інтересів. По-перше, це – сприяння розвитку підприємств в напрямках забезпечення потреб населення регіону в продукції чи послугах. По-друге, це – розвиток підприємств в галузях, що передбачають раціональне використання місцевих сировинних ресурсів. По-третє, це – стимулювання розвитку підприємницької діяльності в галузях, що дозволяють досягти найвищої ефективності виробництва. По-четверте, це – організація послуг не фінансового характеру, особливо щодо надання консультацій і методичної допомоги при виборі перспективніших напрямів підприємницької діяльності.

Виходячи із вищезгаданого форма державно-регіонального управління малими підприємствами у регіоні передбачає такі заходи як: надання цільової допомоги у формуванні стартового капіталу; пільгове кредитування малих підприємницьких структур, що діють у пріоритетних з точки зору розвитку регіону напрямках; конкурсний відбір суб'єктів малого підприємництва, яким буде надаватися можливість виконання державних замовлень; страхування кредитів, гарантування їх повернення комерційним банкам; формування регіональної інфраструктури малого бізнесу та створення фонду його підтримки.

Запропоновані принципи та схеми удосконалення системи управління малими підприємствами сприяють активізації загального економічного середовища регіону в разі їх оперативного впровадження.

**Карташова О.Г.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Барсук Ю.В.**, аспірант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ**

В останні десятиліття транснаціональні корпорації набули великого значення, впливаючи на розвиток і просування інновацій різного рівня (технологічних, маркетингових, організаційних). ТНК являють собою потужну силу, яка організовує значну частину світового господарства за рахунок «перекладу» міжнародного поділу праці у внутрішньо корпоративний сегмент. Найважливішу роль в цьому відіграють системи управління транснаціональними компаніями, які опосередковано, через закордонні філії, залучають частини інших управлінських і трудових культур в корпоративний транснаціональний комплекс, де нав'язують свої цінності, технологічні процеси, представляючи собою важливий організаційний чинник розвитку світового господарства - транснаціональний менеджмент.

Система управління ТНК, підкоряючись тим же законам, що і система управління національних компаній, має ряд відмінностей, пов'язаних з різноманітністю географічних умов, в яких вони ведуть свою діяльність. Транснаціональні компанії, долаючи кордони держав, відтворюють в приймаючій країні свою управлінську культуру з деякими змінами, залежними від інтенсивності і якості взаємодії з місцевою управлінською культурою. Елементи транснаціональних компаній, розташовуючись в різних країнах і регіонах, що мають неоднакове світо-господарське значення. Різноманітність культур не завжди позитивно відбивається на управлінні.

Так, аналіз коефіцієнта кореляції критеріїв Хофстеда [1] і таких показників, як віддача на вкладений капітал і відношення операційних витрат

до обсягу продажів, дає підстави говорити про зниження ефективності через культуру управління різних країн, в яких діють ТНК. Відмінності в сприйнятті, інтерпретації та оцінці ситуації і комунікаційні проблеми ведуть до зростання операційних витрат і невизначеності умов в прийнятті рішень. Проте, компанії йдуть на подібне зниження ефективності, оскільки являють собою дуже складну транснаціональну систему, метою якої є максимізація прибутку і підтримання заданого рівня ефективності всієї системи в цілому.

Високі витрати філій нівелюються низькими витратами окремої частини підрозділів за рахунок інших факторів, в тому числі локалізації. В умовах глобалізації в діяльності ТНК зростає значення місця, що визначає сукупність методів управління в кожному конкретному випадку, тобто число альтернатив для прийняття управлінських рішень збільшується, надаючи менеджменту з одного боку більш глобальний характер, а з іншого – роблячи більш залежним від умов конкретної території. Саме ті фірми, що виробляють і продають свою продукцію в глобальних масштабах, змушені розвивати локальні зв'язки, по-перше, виробляючи і вдосконалюючи свій товар в конкретних локальних умовах, і, по-друге, вилучаючи сировину для своїх глобальних торгових марок з локальних культур, завдяки чому ці бренди виходять живими, яскравими і добре продаються. Накопичений транснаціональними компаніями досвід управлінської діяльності та взаємодії з соціально-економічними та культурними умовами приймаючих країн склався за останні десятиліття в транснаціональний менеджмент - окрему систему, драйвером розвитку якої стала глобалізація.

Транснаціональний менеджмент являє собою сукупність управлінських досягнень в світовому господарстві, кожен елемент якої доступний і може бути використаний в певний час компанією будь-якої країни для найбільш повної відповідності конкретним географічним умовам. Ця система управління характеризується високим ступенем адаптації як до глобальних, так і локальних процесів. Метафорично транснаціональний менеджмент може бути представлений як платформа, на якій створюється система управління ТНК, особливо її закордонний сегмент. Складність організаційних і територіальних

структур компаній, зокрема мережевих, визначає можливість модульного використання елементів транснаціонального менеджменту.

Важливе значення у відборі елементів мають: галузь і положення компанії в ній; етап життєвого циклу, на якому знаходиться компанія і окремі її підрозділи (менш зрілі підрозділи і компанії часто використовують більш агресивні стратегії); організаційна та територіально-організаційна структури (визначають кадрову політику, операційну модель).

Серед системоутворюючих факторів діяльності ТНК є принципи соціальної відповідальності, які в деяких випадках не мають чіткої визначеності у зв'язку із відсутністю соціальних стратегій діяльності на окремих територіях. Дієвим інструментом може стати багатофункціональний розвиток територій, на яких розташовані структурні підрозділи ТНК, шляхом укладання угод соціальної відповідальності [2].

Глобальна транснаціональна корпорація в сучасних умовах повинна мати в своєму арсеналі не одну або дві бізнес-моделі широкого спектра дії, а цілий набір практично рівнозначних бізнес-моделей, які ефективно працюють на всіх регіональних ринках компаній. Транснаціональний менеджмент дозволяє успішно розробляти бізнес-моделі, адаптовані до великої кількості країн, що належать як до розвинених, так і ринків, що розвиваються.

### **Література:**

1. The Hofstede Centre. National cultural dimensions. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geert-hofstede.com/national-culture.html>.
2. Губа М.І., Карташова О.Г. Корпоративна соціальна відповідальність аграрного бізнесу: International Scientific-Practical Conference «Modern transformation of economics and management in the era of globalization»: Conference Proceedings. January 29, 2016, Klaipeda University Department of Management, Klaipeda Baltija Publishing. p., С. 154-159.

**Неменко К.С.**, студентка  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,  
**Виноградова Т.І.**,  
старший викладач кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО, ЙОГО МІСЦЕ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації, яка в наш час забезпечується такими видами економічної діяльності, як готельне і ресторанне господарство. Гостинність – це комплексна послуга, що характеризується споживчими властивостями і зумовлює необхідність створення позитивного іміджу підприємства.

Ресторанне господарство – це галузь національного господарства, основу якої становлять підприємства, що характеризуються єдністю форм, організації виробництва й обслуговування споживачів, які розрізняються за типами та спеціалізацією. В нашій державі використання зазначеного вище поняття офіційно почалося з 2004 р., коли ним було замінено термін "громадське харчування". У сучасній термінології під терміном "ресторанне господарство" розуміють вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. У сучасній термінології під терміном "ресторанне господарство" розуміють вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

Характерною особливістю ресторанного господарства є те, що воно поєднує всі чотири фази розширеного відтворення: виробництво, розподіл, обмін і споживання. У господарсько-організаційному аспекті ресторанне господарство об'єднане з торгівлею, оскільки реалізація продуктів харчування в

зкладах харчування відображає роздрібний товарооборот, що є складовою в загальному товарообороті державної і кооперативної торгівлі.

Мета сучасних закладів ресторанного господарства передбачає, окрім одержання прибутків, більш повне задоволення потреб споживачів у продуктах харчування. Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у не домашніх умовах. Ресторанна справа в світі є однією з найприбутковіших.

Особливо важливу роль ресторанне господарство відіграє у процесі обслуговування туристів. Характерною особливістю обслуговування туристів є надання їм повного комплексу послуг. Підприємства ресторанного господарства в туристичних центрах сприяють залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів, завдяки чому відбувається переливання купівельних фондів з одних районів до інших, з однієї країни до іншої, отримуючи значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку.

Останнім часом поряд із традиційними повносервісними ресторанами з'являється все більше спеціалізованих підприємств зі скороченим набором послуг і страв. Спеціалізація підприємств може бути найрізноманітнішою. Величезну популярність у всьому світі набули ресторани швидкого обслуговування.

У системі громадського харчування України перспективним є розвиток кейтерингу. Кейтеринг – обслуговування поза межами підприємств харчування. Відповідає традиційному комплексному обслуговуванню, що включає приготування їжі, сервіровку столу, надання допомоги у проведенні заходу поза закладу харчування. Технології такого сервісу відпрацьовуються протягом кількох сотень років. В зарубіжних країнах кейтеринг вже давно використовується як для обслуговування офіційних банкетів, які даються з приводу національних свят, різноманітних конференцій, виставок, так і для

доставки їжі в офіси, лікарні, школи. Виділяють три основні види кейтерингу: приготування їжі в приміщенні і споживання за його межами; виїзне ресторанне обслуговування, тобто приготування страв за межами приміщення закладу харчування; контракт на постачання або корпоративний кейтеринг, тобто постачання в офіси, на виробництво та ін.

Підприємства ресторанного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так й іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування. Прояв високої культури обслуговування визначається через поведження персоналу, що чітко знає, як діяти в будь-якій ситуації і що від нього очікують клієнти і керівництво. Щоб дивувати гостя, обслуговуючий персонал повинен володіти необхідними вміннями та навичками зокрема, стандартами обслуговування, знанням продукту, умінням його порекомендувати і продати.

Отже, ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас він є одним із засобів високоліквідного використання капіталу та середовищем із високим ступенем конкурентоспроможності. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Всі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності.



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

## **УМОВИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ВЛАСНИКІВ І КЕРІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Забезпечення і підтримка соціально відповідальної поведінки підприємств готельно-ресторанного бізнесу - це одна з важливих проблем, вирішенням якої повинні опікуватися місцеві органи влади та держава. Соціально відповідальними мають бути не лише великі готелі та ресторани, а й інші підприємства цього бізнесу, незалежно від їх розмірів: кемпінги, мотелі, туристичні бази, котеджі та ін.

Проблему відповідальності у тому чи іншому аспекті в різні часи досліджували відомі філософи: Платон, Аристотель, Конфуцій, Тертуліан, Фейербах, Кант, а також Г. Сковорода, який наголошував на відповідальності людини під час здійснення вибору між добром і злом, правдою і облудою [1]. Проблеми соціальної відповідальності та формування соціально відповідальної поведінки особистості у своїх роботах торкалися як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Однак, серед сучасних наукових доробок ми не знайшли таких, в яких було б визначено умови формування соціально відповідальної поведінки власників і керівників підприємств сфери обслуговування.

Мета дослідження: визначити умови формування соціально відповідальної поведінки власників і керівників підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

У ході теоретичного дослідження встановлено, що на сьогодні не існує єдиного підходу до розуміння поняття «соціальна відповідальність». Тож під соціально відповідальною поведінкою власника/керівника підприємства готельно-ресторанного бізнесу розуміємо поведінку щодо дотримання усвідомлених обмежень, соціальних (у тому числі етичних), санітарних та

екологічних норм, яка здійснюється на основі рішень, прийнятих стосовно управління підприємством і спрямованих на досягнення ним успіху. Така поведінка є поведінкою зрілої особистості, наслідком і демонстрацією розуміння власниками та керівниками підприємств необхідності дотримання взятих на себе зобов'язань відповідальності за вплив прийнятих рішень і вчинених дій на гостей, членів трудового колективу, членів сім'ї (коли мова йде про чисто сімейний бізнес без залучення до роботи найманих працівників), територіальної громади, на суспільство в цілому, а також на довкілля.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що досить велика частка власників/керівників підприємств готельно-ресторанного бізнесу не демонструють системної соціально відповідальної поведінки. Однак, серед них багато таких, хто час від часу здійснює соціально відповідальні вчинки.

Умови формування соціально відповідальної поведінки власників/керівників підприємств готельно-ресторанного бізнесу можна поєднати в три групи:

- створені суспільством, зокрема територіальною громадою: середовище, оптимальне для розвитку соціально відповідальної особистості (законодавча підтримка такої поведінки; виховання в сім'ї та закладах освіти через присвоєння індивідом суспільних відносин, спрямоване на розвиток відповідальності у справі, яку виконуєш, на формування вмінь не ігнорувати потреби інших, не недооцінювати загальні інтереси, не допускати перемоги особистих егоїстичних спонукань, в цілому - на перетворення людини в суб'єкт удосконалювання соціального середовища); якісне конвенційне та міжособистісне спілкування у площинах «керівник/власник підприємства готельно-ресторанного бізнесу – місцева влада», «керівник/власник підприємства готельно-ресторанного бізнесу – окремі члени громади та групи», яке в значній мірі визначає психологічний клімат у громаді; гнучкість поведінки представників місцевої влади та їх майстерність у застосуванні методів і прийомів взаємодії з керівниками/власниками підприємств готельно-ресторанного бізнесу;

- створені релевантною групою: групова ціннісно-нормативна система, в основі якої - норми і цінності, здатні забезпечити соціально відповідальну поведінку (у цьому випадку норми й цінності згодом стануть природними для особистості); якісне спілкування у групі, що створює ситуацію морально-психологічного комфорту; середовище взаємодопомоги та співробітництва, атмосфера творчості та ініціативи; відсутність групівщини; підтримка саморозвитку особистості;

- створені керівником/власником підприємства готельно-ресторанного бізнесу: зрілість особистості, насамперед, сформована система норм і цінностей, якими керуються у процесі діяльності, незалежність, здатність до змін, комунікативність, ініціативність, активність і самостійність; уміння погоджувати цінності, норми і рольові приписи, засвоєні в інших сферах діяльності, з вимогами, які діють у сфері управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу; компетентність у питаннях ефективного використання ресурсів підприємства, соціальної відповідальності й розвитку територій; здатність усвідомлювати себе як причину змін у навколишньому світі й у власному житті, причину вчинків та їх наслідків; уміння визначати соціальну мету діяльності, забезпечувати розвиток підприємства, сім'ї (особливо якщо мова йде про сімейний бізнес), місцевих спільнот, суспільства в цілому, використовувати у своїй діяльності інновації, передбачати та оцінювати наслідки соціально відповідальної поведінки.

Отже, власники та керівники підприємств готельно-ресторанного бізнесу погоджуються з важливістю й необхідністю соціальної відповідальності. Однак, для того, щоб вони відповідно діяли, слід забезпечити дотримання ряду умов формування їх соціально відповідальної поведінки. Подальші дослідження буде спрямовано на вивчення проблем, які виникають у ході реалізації керівниками/власниками підприємств готельно-ресторанного бізнесу соціально відповідальної поведінки, та визначення шляхів їх подолання.

### Література:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с. – Режим доступу : <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>.

**Антош Н.В.**, аспірант кафедри економічної теорії  
Херсонський державний університет

## СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Однією з головних причин сучасної низької конкурентоспроможності українських товарів та послуг є неспроможність вітчизняних підприємств відстоювати та розширювати частку ринку, просувати товари та задовольняти інтереси споживача у повній мірі. Складність управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у тому, що немає достатньої кількості теоретичних і практичних методик досягнення та підтримки позицій конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність – це ключ до ринкового успіху товару і його виробника, тому вирішення проблеми конкурентоспроможності – найбільш складне завдання в діяльності будь-якого підприємства, що вимагає погодженої, цілеспрямованої роботи всіх підрозділів при лідируючій ролі служби маркетингу.

Кінцевою метою всієї роботи підприємства є випуск продукції, яка повністю відповідала б вимогам цільового ринку. Такий результат забезпечує комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на підприємстві, тому її розробка, впровадження та функціонування є основою для випуску високоякісної продукції на підприємстві. Проте, слід відзначити, що не можна відокремлювати якість від конкурентоспроможності продукції, адже вона є невід’ємною її складовою.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є відкритою системою, що складається з керівної та керованої систем, що тісно взаємодіють, оскільки є органічно взаємопов'язаними. Керівна система містить ті складові елементи, які забезпечують процес управління. До складу керованої системи входять такі елементи, які забезпечують безпосередній процес виробничої, господарської, комерційної та багато інших видів діяльності підприємства. Структуру основних елементів системи управління конкурентоспроможністю формують програмно-цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких впливає на результат управлінських рішень у даній сфері діяльності.

До найважливіших з них віднесено: вибір стратегічних напрямків досягнення стратегії корпоративного менеджменту; комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю наукомісткої продукції; реформування системи управління персоналом та трудовою мотивацією; системний підхід до підвищення ефективності планування та диверсифікації виробництва; вдосконалення внутрішньої підприємницької системи аналізу та обліку, фінансового менеджменту на підприємстві. Кожний з блоків, у свою чергу, розглядають як систему, що охоплює різноманітні системотворчі компоненти. Всі блоки системи пов'язані один з одним і цим самим створюють визначену цілісність. Вони об'єднані єдиним принципом – кожний з них забезпечує вирішення проблеми підвищення конкурентних можливостей підприємства, зміцнення його позицій на ринку, забезпечення стійкого розвитку внаслідок створення і підтримки конкурентних переваг.

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів. Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі: планування: розробки продукції, виробництва, збуту;

організація: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, стимулювання збуту; мотивація: робітників підприємства, контрагентів; контроль: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів, реалізації управлінських рішень, відстеження рівня конкурентоспроможності [3].

Основну роль у система управління конкурентоспроможністю підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах виробництва, розроблення та реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства має відігравати управління конкурентоспроможністю саме його продукції.

В сучасних умовах господарювання, можливості підприємств з управлінням конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні трудовими ресурсами, фінансовими, часом й виробничими технологіями чи потужностями. Таким чином, можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах господарювання визначається, перш за все, умінням максимально використовувати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва, надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів.

### Література:

1. Дікань В.Л. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі / В.Л. Дікань, В.І. Савчук. – К.: Вид-во "Знання", 2004. – 207 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: [учеб. пособие] / Р.А.Фатхутдинов: – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2007. – 640 с.

3. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2 (52). – С. 91-94.

**Вязь І.С.**, студентка  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,  
**Виноградова Т. І.**,  
старший викладач кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет

## **ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Готельний бізнес в Україні під впливом часу стає справжньою індустрією послуг. Готелі, призначені для тимчасового проживання осіб, все частіше перетворюються на туристичний повносервісний комплекс, у якому надаються безліч різних послуг.

Готель - це підприємство, яке надає громадянам комплекс послуг поза межами їх оселі, найважливішими серед яких є послуги розміщення та харчування. Однак, як зазначалося, сучасні готелі, що обслуговують туристів, практично стають повносервісними готелями. Крім обов'язкових послуг (розміщення, харчування), які іноді називають «основні послуги», вони надають цілий комплекс різних послуг, які називають «додаткові послуги», наприклад прання, надання послуг саун, перукарень, масажних кабінетів, конференцзалів, прокат автомобілів.

Свого часу поняття «готельне господарство» співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала в наданні платних послуг розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги й прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення

стали тісно пов'язуватись з харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дає підстави для визначення поняття «готельне господарство» в широкому та вузькому його розуміннях. Визначення поняття «готельне господарство» у широкому розумінні включає проживання, харчування та додаткові послуги; у вузькому розумінні - лише проживання.

Існує ряд інших підприємств, які надають послуги щодо тимчасового проживання громадян, але вони не входять до системи готельного господарства тому, що надання послуг проживання не є їх основною діяльністю, а ціна послуг, як правило, не набагато перевищує їх собівартість. Це - будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, дитячі табори відпочинку, профілакторії та ін. тому.

Рівень обслуговування у сучасному готельному господарстві зумовлений, головним чином, станом матеріально-технічної бази підприємства, що його. В останні роки спостерігається процес оновлення та урізноманітнення матеріально-технічної бази підприємств, підвищення фахового рівня персоналу готелів, впровадження інноваційних технологій тощо. Будівлі готелів обладнуються спортивними, медичними, розважальними та іншими приміщеннями. Відтак, процес обслуговування споживачів послуг урізноманітнюється, а пропоновані послуги набувають комплексного характеру.

При цьому попит на готельні послуги є нерівномірним, що зумовлюється економічними, демографічними, природо-кліматичними факторами. Дуже часто він залежить від сезону, днів місяця і навіть тижня. Тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати певний резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів, щоб оперативно і ефективно реагувати на його коливання. Постійна готовність підприємств готельного господарства до зустрічі й обслуговування гостей передбачає необхідність одночасної присутності протягом доби адміністратора, регістратора, портьє, носильників, покоївок та інших фахівців.



Процес надання основної послуги у готельній діяльності можна схематично поділити на кілька основних етапів: інформація про надання комплексу послуг; резервування (бронювання) місць; реалізація послуг; зустріч і проводи гостей; обслуговування під час перебування в готелі.

З метою підвищення рівня якості та культури обслуговування, а також конкурентоздатності на світовому ринку підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні пропонувати не лише високий рівень комфорту, але й широкий спектр додаткових послуг. Залежно від виду та категорії готелю перелік додаткових послуг значно відрізняється. Готелі категорії «5 зірок» повинні надавати всі додаткові послуги самостійно через широку мережу власних підрозділів. Розглянуті особливості менеджерської діяльності підприємств готельно-ресторанного спрямування спонукають їх до об'єднання в асоціації, господарські товариства, де ряд управлінських функцій можна виконувати централізовано.

Ресторанне господарство - це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Розвиток закладів ресторанного господарства з різнонаправленим асортиментом послуг та продукції вимагає від сучасного ресторатора пошуку нових підходів до організації господарства та забезпечення стабільного попиту серед споживачів. Як наслідок, з'явилися комбіновані підприємства – заклади ресторанного господарства з міні-виробництвами, особливістю яких є зміна традиційних технологій у напрямку скорочення затрат часу на виготовлення готової продукції та наявність можливості варіювати асортимент продукції, що виробляється. Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на: послуги харчування; виготовлення кулінарної продукції; реалізації продукції; організації обслуговування споживачів; організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги.

Отже, готельний і ресторанний комплекс є найважливішим елементом соціальної сфери, що відіграє велику роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно, зростання життєвого рівня населення.

**Альошечкіна В.О.**, студентка ЕФ

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СОЦІАЛЬНЕ РОЗШАРУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ**

Соціальний розвиток сучасного українського суспільства має складний, суперечливий характер. Полюси сучасної соціальної ієрархії в Україні багато в чому мають деструктивні характер й джерела походження. З позицій прагматизму в розвитку соціальної структури українського суспільства велику роль відіграють відтворення соціальної нерівності, що спрямовують країну до соціального регресу, тому що деструктивний характер розвитку елементів соціальної структури полягає в тому, що вони неприродно та надмірно поглиблюють соціальну ієрархію, диференціацію суспільства, соціальну нерівність, оскільки значно звужують і унеможливають передумови для становлення та формування основного джерела соціальної стабільності і мобільності суспільства, його багатомірної життєздатної соціальної раціональності - середнього класу.

Особливо важливим пріоритетом соціальної політики України є прагматичне створення умов для прискорення процесів соціально - класової структурованості суспільства. Реальністю сучасного пострадянського суспільства, зокрема України, є процеси деструктуризації соціально - класової структури, втрата соціальної самоідентифікації, що зумовлено відсутністю чітких соціальних інтересів. Усі ці прагматичні тенденції, які спрямовані на утвердження соціально - класової структурованості, соціально – групової

спорідненості суспільства, сприяють формуванню нової системи соціальних цінностей.

Прагматичні тенденції розвитку соціальної структури передбачають зміну її істотних ознак, а оскільки в Україні виразно проявляються тенденції до зміни соціального статусу багатьох соціальних спільностей, то в соціальній структурі України здійснюються процеси соціальної диференціації та поляризації суспільства. Відбувається поступовий процес становлення нового типу соціальної структури на основі демонтажу існуючої соціальної структури і формування різноманітних елементів нової (класів, соціальних верств, груп, прошарків тощо). Ці питання сьогодні актуальні. Поступово складаються контури трьох основних рівнів, верств соціальної ієрархії: вищого, середнього і нижчого класів.

Основою соціальної стабільності розвитку суспільства. функціонування його соціальної структури є середній клас, як основа самодостатності розвитку соціально - класових відносин, важливий чинник, що саморегулює розв'язання суперечностей між двома протилежностями. Це соціальний стабілізатор, а також фактор розвитку багатовимірних процесів соціальної нерівності, це регулятор її припустимих меж. Прагматичний середній клас у соціальній ієрархії - чинник економіко - політичної стабільності громадянського суспільства, його позитивної соціодинаміки, що забезпечує свободу і незалежність особистості. Такий середній клас в Україні лише формується. А тому створення умов для формування та динамічного розвитку середнього класу, який у прагматичній перспективі охоплюватиме 55-60 % населення, є особливо важливим завданням української соціальної політики.

Прагматичні тенденції розвитку соціальної структури сучасного українського суспільства залежать від спрямування сутності соціальних змін, основу яких становлять:

- зміна суспільної форми всіх основних соціальних інститутів: економічних, політичних, культурних, освітніх;

- перетворення соціальної природи основних компонентів соціальної структури: класів, груп, спільнот; прагматичне відновлення їх як суб'єктів власності та влади; поява економічних класів, верств з відповідною системою соціальних конфліктів і суперечностей;

- поява нових каналів підвищення статусів, посилення горизонтальної та вертикальної мобільності українців;

- активізація процесів маргіналізації, тобто втрати особистістю належності до певної соціальної групи, норм і цінностей відповідної субкультури без входження до іншої. В українському суспільстві на рубежі ХХ-ХХІ ст. вона характеризується переходом переважно в нижчі верстви населення;

- підвищення соціального престижу освіти і кваліфікації, посилення ролі культурного фактора у формуванні прагматичних високостатусних груп;

- зміна якісних та кількісних параметрів структури, поглиблення соціальної поляризації суспільства: економічний статус і спосіб життя еліт, вищої верстви різко зросли, а у більшості населення - різко знизилися.

Сьогодні перед українським суспільством стоїть надзвичайно складне завдання: подолати біполярну соціальну структуру, створити належні прагматичні умови (політико - правові, економічні, соціокультурні і психологічні) для швидкого становлення середньо забезпеченого прошарку людей. Формування середніх верств означатиме поступове, прагматичне витіснення з громадського життя чинників, які розколюють суспільство на протилежні класи, а для забезпечення стабільності пропорцій у соціальній структурі суспільства необхідно постійно здійснювати адекватну часові і традиціям соціальну політику. Утвердження України як демократичного, соціально відповідального суспільства з усією гостротою ставить проблему фінансування та зміцнення позицій середнього класу, для розуміння образу якого важливо виділити його сучасну структуру. Середній клас - це стійкий прошарок людей: власники нерухомості, земельних ділянок, акцій, дрібні і середні підприємці, фермери, науково - технічна, військова, гуманітарна

інтелігенція та висококваліфіковані робітники, фахівці середньої ланки управління, фінансисти, менеджери. До нього входять представники виробничої і невиробничої сфер, що одержують середній за своїми розмірами дохід у вигляді прибутку або заробітної платні.

Вчені - прагматики вважають, що саме «середній клас» є основою сучасного суспільства. Сьогодні актуальною стає гіпотеза, обгрунтована Г.Зіммелем, що стабільність суспільства залежить від питомої ваги й ролі середнього класу, існування та добробут якого є запорукою добробуту всього суспільства, а його нейтральна позиція, задоволення своїм становищем, віра у майбутнє нейтралізує протистояння протилежних полюсів соціальної ієрархії. Завдяки цьому суспільство зберігає рівновагу і стабільність, і чим більша питома вага середнього класу, тим сильніший вплив він здатний справляти на ситуацію в державі, на політику, економічні зміни, свідомість громадян, громадську думку.

Аналіз соціальної структури сучасного українського суспільства свідчить про наявність лише невеликого прошарку населення, який можна класифікувати як середній клас. Середній клас в Україні становить лише 10 %. Його основу складають вище керівництво транснаціональних компаній, які зараз діють в Україні, вітчизняні фінансово - промислові групи, керівництво холдингових компаній, крупних і середніх підприємств, державні службовці вищого рангу. «Специфіка середнього класу в Україні полягає в тому, що він, по - перше, був створений не на базі розвитку реального виробництва, а внаслідок «вміло» проведеної приватизації і необхідного доступу до бюрократичних інституцій, що здійснювали це роздержавлення, і по - друге, зорієнтований переважно на обслуговування класу багатих».

Становлення середнього класу в українському суспільстві залежить від ряду умов та чинників, а саме: глибинних соціально - економічних та соціально - політичних процесів, пов'язаних з ринковою трансформацією економіки, змінами в організації та функціонуванні виробництва, з діяльністю державних інститутів як одного з механізмів збалансування і гармонізації інтересів різних

соціальних груп, соціально - психологічних процесів, традицій, ціннісних орієнтацій та установок індивідів і соціальних груп, їхньої готовності до сприйняття змін та діяльності за нових умов.

Аналізуючи основні процеси становлення середнього класу в Україні, потрібно враховувати, що в структурі нашого населення є певна частина людей, яка отримує достатньо високі (вищі за середні) доходи, однак не може бути віднесена до середнього класу. Це особи, пов'язані з тіньовим капіталом та бізнесом, корумповані посадові особи органів державної влади, ті, хто співпрацює з кримінальними структурами. Вони не зацікавлені в соціально - економічній та політичній стабільності суспільства.

Як бачимо, перспективи створення процвітаючої української держави багато в чому пов'язані з формуванням середнього класу як активної суспільної сили, що виражає і відстоює інтереси всього суспільства, а становлення масового середнього класу повинно йти паралельно з перетворенням інституту держави та формуванням інститутів громадянського суспільства.

Крім того, в Україні відсутні традиції громадянського суспільства, демократизація всіх сфер життєдіяльності суспільства нашоюхується на опір віджилої командно - адміністративної системи і соціально - культурної системи, що проявляється на рівні побутової свідомості, світогляду людей, у їхньому способі життя й ціннісних орієнтаціях.

Губа М.І., к.е.н., доцент,  
зав. кафедри публічного управління та адміністрування  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДУКЦІЄЮ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

Світова торгівля продовольчою продукцією продовжує розвиватися швидкими темпами, однак відмінності в організації та структурі торгівлі у залежності від товару і регіону залишаються значними. Основні фактори, що сприяють розвитку виробництва і попиту, включаючи політику в сфері торгівлі і в суміжних галузях, по-різному впливають на формування цих структур, що може мати важливі наслідки в контексті продовольчої безпеки.

Більшість країн розглядають розширення участі у світовій торгівлі як обов'язковий елемент своєї національної стратегії в галузі торгівлі. Однак для того щоб торговельна діяльність сприяла зміцненню продовольчої безпеки, необхідно забезпечити належне регулювання процесу підвищення відкритості економіки для торгівлі. Зовнішня торгівля впливає на всі чотири виміри продовольчої безпеки: наявність, доступ, використання і стабільність. Взаємозв'язок торгівлі з цими вимірами носить складний характер і обумовлений цілим рядом глибинних чинників, що пояснює велику різницю в досвіді різних країн і обмежує можливості для виявлення та узагальнення узагальненню взаємозв'язків [1]. У міру подальшого розвитку структури споживання і виробництва все більш важливу роль в задоволенні зростаючих потреб країн світу з дефіцитом продовольства буде грати торгівля сільськогосподарською та продовольчою продукцією.

В останні десятиліття обсяги торгівлі сільськогосподарською і продовольчою продукцією в світі росли швидкими темпами при активному залученні в цю торгівлю країн як експортерів або імпортерів. Однак питання

про те, яким чином країни повинні активізувати свою участь в торгівлі, представляється набагато більш спірним.

Створення умов, при яких торгівля сприятиме, а не перешкоджати поліпшенню продовольчої безпеки і харчування, є ключовим завданням, яке належить вирішити на державному у рівні. У той час як відкритість економіки для торгівлі може забезпечити наявність великих обсягів продовольства в країнах-імпортерах і сприяти зниженню споживчих цін, вона також супроводжується потенційними ризиками. Зростання залежності від міжнародних ринків може зробити країни більш уразливими перед обличчям короткострокових ринкових потрясінь: як тих, які призводять до скорочення запасів і підвищенню споживчих цін, так і тих, які виникають внаслідок різкого зростання імпорту та подальшого зниження цін виробників.

Одним із основних індикаторів продовольчої безпеки країни, який визначає рівень самозабезпеченості країни основними видами продовольства, є індикатор продовольчої незалежності за певним продуктом (або відсоток імпортозалежності), що визначається як співвідношення між обсягом імпорту певного продукту у натуральному виразі та ємністю його внутрішнього ринку. Дослідження динаміки імпортозалежності України у 2012–2015 рр. за групами продовольства свідчить про те, що задоволення потреб населення України у продовольстві, у межах його купівельної спроможності, у ці роки здійснювалося, в основному, продукцією вітчизняного виробництва [2]. Аналіз статистичних показників експортно-імпоротної діяльності в Україні свідчить, що найбільш вразливими видами товарів з точки зору імпортозалежності, є риба та рибопродукти, частка імпорту за цією групою у загальному споживанні становила від 71,1 у 2012 році до 64,6 % у 2015 році, (пороговий критерій індикатору імпортозалежності не повинен перевищувати 40 %.), м'яса і м'ясопродуктів, імпорт якого збільшився у 2,8 разів. Зменшення обсягів імпорту продовольства пояснюється, насамперед, падінням купівельної спроможності населення. Крім того, більшість ключових виробників продовольства в Україні належать іноземному капіталу та транснаціональним



компаніям, саме тому цей фактор може стати одним із основних загроз продовольчої безпеки України, бо при настанні визначених умов, транснаціональні компанії можуть зупинити або істотно зменшити виробництво продовольства в країні [3].

За результатами визначення основних загроз для продовольчої безпеки України, є доцільним включити до завдань забезпечення продовольчої безпеки включити заходи щодо:

- надання державної фінансової підтримки підприємствам сільського господарства, що займаються виробництвом дефіцитних груп продовольства;
- здійснення контролю за ціновою політикою бюджетного сегменту харчових продуктів;
- встановлення експортних квот для груп харчових продуктів, внутрішнє споживання яких є під загрозою;
- утвердження імпортних квот для груп харчових продуктів, у яких існує внутрішнє перевиробництво;
- підвищення рівня мінімального прожиткового мінімуму для населення;
- запровадження системи пілг на основні види продовольства для малозабезпечених груп населення для зменшення рівня диференціації щодо обсягів споживання продовольства.

### Література:

1. Забарна Ю. В. Вплив основних факторів світової продовольчої проблеми на стан і перспективи продовольчої безпеки України / Ю. В. Забарна // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С.145–148.
2. Соціальні індикатори рівня життя населення. Статистичний збірник: - 2016 :- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
3. Гойчук О. І. Основні принципи продовольчої безпеки в умовах глобальної кризи / Гойчук О. І. // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – Вип. 160. Ч. 1. – К., 2012. – С. 64-67.

**Самойлик Ю.В.**, к.е.н., доцент  
кафедри економіки підприємства, докторант

Полтавська державна аграрна академія

**Ржепішевська В.В.**, к.е.н., доцент  
кафедри менеджменту і логістики

Полтавський національний технічний університет ім. Ю.Кондратюка

## **СИНЕРГЕТИКА В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Використання теорії систем відносно категорії “розвиток” дає змогу стверджувати, що розвиток може бути тільки системним. Для обґрунтування даної тези доцільно з’ясувати сутність системного підходу та виявити його особливості при управлінні розвитком будь-якого об’єкта.

Системний підхід – один з спеціальних способів наукового дослідження, за яким досліджуваний об’єкт розчленовують на елементи, що їх розглядають в єдності, тобто як систему. Системний підхід отримав визнання в управлінні саме тому, що враховує внутрішню взаємозв’язаність всіх аспектів сучасної промислової системи. Взаємозв’язки і взаємодія між елементами системи часто виявляються важливішими, ніж окремі елементи самі по собі [1].

Максименюк М.Ю. виділяє найбільш загальні атрибути систем: цілісність – властивості цілого (усієї системи) не можуть бути зведені до суми властивостей її елементів, що в цілому залежить від місця, ролів і функцій підсистем у системі; структурність – поведження системи обумовлене не стільки властивостями її елементів, скільки властивостями її структури, тобто тим, як елементи взаємодіють у системі; взаємодія системи і середовища – система відокремлюється від середовища, формується і виявляє свої властивості у взаємодії з середовищем; автономність – система існує і розвивається згідно не тільки загальним, але і її власним, тільки їй властивим законам: унікальність властива і системам, їх онтогенезу, тобто

індивідуальному розвитку; адаптивність – система має визначену “живучість”, може пристосовуватися до зовнішнього середовища; ієрархічність – взаємодія елементів системи може бути представлена у вигляді ієрархії зв’язків, які часто мають більше значення, ніж самі елементи; унікальність систем – неповторність деяких властивостей, якостей, елементів, що спостерігається у кожній складній системі; множинність описів.

Отже, основною ознакою системи є наявність сукупності взаємопов’язаних елементів, які взаємодіють між собою та зовнішнім середовищем (коли мова йде про відкриту систему). Саме взаємодія є основною відмінною рисою системи від комплексу, який є лише сукупністю елементів. Під час взаємодії можливе створення ефекту синергії. Отже, можемо стверджувати, що розвиток є результатом синергії системи – об’єкта, на який спрямований вектор розвитку. Розвиток настає на тому етапі, коли можливості об’єкта виходять за його межі за рахунок синергетичної взаємодії елементів. Розвиток охоплює всі елементи та сфери об’єкта.

Концепція розвитку не може існувати відокремлено від парадигми самоорганізації і синергетики. Бо синергетика дозволяє розкривати лише конкретні механізми переходу від одного якісного стану до іншого, що знайшло відображення у природі обміну енергії і речовини із зовнішнім середовищем. Але разом з тим існують критичні точки, де можливе виникнення нових динамічних структур, а також створення ладу із безладу, що ще раз підтверджує закон діалектики – перехід кількісних змін у якісні. Саме розвиток через протиріччя, діалектичне заперечення старого новим, перетворення випадкового у необхідне знаходять своє відображення у поняттях і принципах синергетики.

### **Література:**

1. Немченко А.Б. Методологія системного підходу в управлінні організацією / А.Б. Немченко, І.В. Ніраз // Наукові записки : зб. наук. пр. - Кіровоград : КНТУ, 2010. - Вип. 10, ч. 1. - С. 275-279.

#### **4. МАРКЕТИНГОВІ, ЛОГІСТИЧНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ФІНАНСОВІ, КАДРОВІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Галат Л.М.,** к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

#### **ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ НА РИНКУ ОВОЧІВ В УКРАЇНІ**

Ринок овочів може ефективно функціонувати за умови створення його досконалої інфраструктури та напрацювання багаторівневої логістики просування овочевої продукції від виробника до кінцевого споживача. В останні роки галузь овочівництва стрімко розвивається не тільки шляхом збільшення обсягів виробництва продукції, а й розширенням видів овочів, що культивуються, вирощуванням овочів у першому, другому і навіть третьому обороті, зростанням переліку культур та обсягів виробництва у захищеному і частково захищеному ґрунті. Разом власне з овочівництвом виокремлюється виробництво розсади, тари, пакувальних матеріалів, витратних матеріалів та ЗЗР, різні сервісні послуги для виробництва, дообробки, зберігання, транспортування та реалізації овочів.

В сучасних умовах ведення аграрного бізнесу у сільськогосподарських товаровиробників є потреба передати деякі невиробничі функції, зокрема логістичні стороннім суб'єктам. Особливо така потреба виникає у представників малого та середнього аграрного бізнесу, через неможливість відволікати власні ресурси на логістику, наприклад через невеликі обсяги виробництва, недостатню завантаженість для окремого транспортування чи зберігання. Так, у 2015 році сільськогосподарське виробництво здійснювали 51926 сільськогосподарських підприємств, із них 38850 – фермерські господарства. Виробництво значної частини сільськогосподарської продукції для потреб внутрішнього агропродовольчого ринку перемістилося в сектор

домогосподарств, в користуванні яких нині знаходиться 15284,1 тис. га, або 42,5% сільськогосподарських угідь країни. У 2015 році господарства населення виробили 44,9% валової продукції рослинництва (у т.ч. 97,8% картоплі, 86,1 – овочів, 80,9% плодів та ягід) [1, с.5]. За таких обсягів та переважно дрібнотоварності виробництва при повільних темпах розвитку збутових кооперативів на селі проблеми реалізації овочевої продукції є надзвичайно актуальною.

В зарубіжній та вітчизняній науковій літературі висвітлювалися особливості функціонування суб'єктів сторонньої логістики, пропонується їх певна класифікація, спеціалізація та інше: Є.В. Криковський, К.М. Молчанова, М.А. Окландер, В.І.Смирнова, Т.В. Шарчук, Т.В. Косарева, Ю.В. Пономарьова та інші.

Вони досліджували видову різноманітність логістичних провайдерів, розробили підходи до визначення сутності логістичних операторів, головні критерії для їх класифікації, вивчали досвід європейських країн з розбудови логістики в середовищі агробізнесу, формування логістичної інфраструктури АПК, впровадження інноваційних технологій у цій сфері.

Проте, трансформаційний характер української економіки, незавершені реформи в аграрному секторі, стрімкий розвиток галузі овочівництва потребують поглиблення та подальшого дослідження різних аспектів ринку овочевої продукції, його інфраструктури та логістики.

В умовах розвитку ринків сільськогосподарської продукції формується нова інфраструктура і логістика в галузі овочівництва та на ринку овочів. За адміністративно-командної системи в Україні склалася така інфраструктура і логістика розподілу і просування овочів до споживача, яка базувалася на масовій переробці овочів у соки та консерви на невеликих місцевих харчосмакових фабриках або внутрішньогосподарських консервних цехах та заготівля овочів на зберігання господарствами, або у сховищах системі споживчої кооперації, які розташовувалися переважно близько великих міст – безпосередніх ринків збуту та переважно організовані на регіональних засадах.

Ці заготівельні підприємства мали і свою мережу магазинів, де ця продукція переважно і продавалася. Реформи в аграрному секторі за останні чверть століття існуючу систему повністю зруйнували. Зміни в галузі овочівництва та на ринку овочів призвели до суттєвого зростання виробництва та переробки овочів, розвиток уподобань споживачів умотивував суб'єктів овочевої галузі змінити підходи до організації торгівлі овочами, запроваджувати супровідні сервіси, забезпечувати якість овочевої продукції.

Ринок овочів продовжує розширюватися, про що свідчать значні загальні обсяги виробленої продукції, розширення товарного асортименту овочів і зелені, стала участь у виробництві усіх регіонів країни. Виробництво овочів в Україні за 25 років зросло на третину, практично у розрахунку на 1 особу воно зросло вдвічі. Найбільшого обсягу виробництва овочів досягнуто у 2012 році – більше 10 млн. т. У подальші роки обсяги виробництва дещо скоротилися, але перевищували 9 млн. т. щорічно [2].

Значні обсяги виробництва овочів, велика кількість учасників ринку потребують упорядкованої та ефективної системи їх розподілу та реалізації. Логістика набуває все більшого значення для стабільної та ефективної роботи будь-якого підприємства, і зокрема, виробників овочевої продукції. У найбільш загальному розумінні логістику визначають як теорію і практику управління матеріальними та інформаційними потоками, які забезпечують досягнення загальних цілей фірми за найменших витрат ресурсів. Логістика передбачає планування, організацію і контроль руху матеріальних і інформаційних потоків в просторі і в часі на шляху від первинного джерела сировини і матеріалів, внутрішньо фірмової їх переробки до виготовлення готової продукції і доведення її до споживача. Новизна логістичного підходу в управлінні ресурсами полягає у зміні пріоритетів господарської діяльності. Головну роль відіграє не продукт, а процес у формі потоку та управління ним [3, с.7,9]. Стосовно овочевої продукції важливим є і продукт і потік, по якому він потрапляє від виробника до споживача. Складність організації логістичних каналів просування овочевої продукції в Україні обумовлена тим, що овочевий

ринок достатньо сегментований і диференційований за видами, способом купівлі-продажу, каналами реалізації; овочеві культури вирощуються як у відкритому, так і закритому ґрунті, а також комбіновано і з різними термінами дозрівання та застосування інтенсивних технологій на ділянках збирають по два, три врожаї на рік; частину овочів закладають на зберігання, а більша частина споживається переважно у свіжому вигляді.

В Україні формується декілька логістичних моделей просування овочевої продукції до споживача - через роздрібні ринки, оптові ринки та торговельні мережі, а також на зберігання та переробку. Під час збирання врожаю та на передодні свят у великих містах, а також у місцях виробництва діють тимчасові роздрібні придорожні ринки, а також ярмарки. Модель оптових ринків, яка склалася в Україні об'єднує в собі елементи споживчого та виробничого типів, де виробники сільськогосподарської продукції не організовані, не об'єднані ні в кооперативи ні в асоціації. На гуртових ринках України переважають посередники. За останні роки структура каналів реалізації основних видів сільськогосподарської продукції, зокрема і овочів, повністю змінився. Значна частина їх перейшла у непрозорі комерційні структури. У логістичних каналах переважають непрозорі схеми здійснення актів купівлі-продажу між виробниками та покупцями безпосередньо у сільськогосподарських товаровиробників. Покупцями виступають комерційні підприємства і посередники, які контролюють експортні, оптові й дрібнооптові товаропотоки овочевої продукції. Значна їх частина пов'язує товаровиробника угодами купівлі-продажу, надаючи йому товарні або грошові кредити на насіння, розсаду, добрива, тощо [4, с.37].

Значну питому вагу в торгівлі овочами займають великі торговельні мережі, які реалізують значний асортимент овочів, поділяючи сукупну пропозицію з пропозицію міських ринків. Через торговельні мережі за різними оцінками реалізуються 15-20% товарів, і вже зараз великі супермаркети укладають угоди на постачання сільськогосподарської продукції, оминаючи оптові ринки. Великі мережеві магазини в торгівлі овочами мають низку переваг та ще в чомусь не

конкуренти ринковій торгівлі, а саме: мають власні спеціально обладнані з спеціалізованим транспортом логістичні центри, де формуються замовлення для кожного магазину і відбувається економія на транспортних витратах, вони мають партнерів великих гуртових постачальників овочів, які взаємодіють на основі довготермінових угод; зимова торгівля овочами переважає в супермаркетах порівняно з ринками, супермаркети доповнюють овочевий асортимент імпортованими овочами, мають мережеву інформаційну систему, через яку в режимі on-line слідкують за асортиментом, залишками товарів у магазинах, формують замовлення.

Ємним каналом реалізації овочів був російський ринок, після закриття кордонів більш інтенсивно формується відносно новий логістичний канал – європейський. Так, як повідомляють експерти овочевого ринку у 2016 році поставки томатів до Європейського Союзу зросли у 2,2 разів. За період січня – серпня цього ж року на європейський ринок відправлено 17,1 тис. т. овочів. Основними покупцями українських томатів є Латвія та Польща, а також Білорусь. В країнах ЄС цікавляться в останній час замороженою та очищеною цибулею. Проте, цей канал ще характеризується незначними обсягами і діє не на постійній основі [5, с.9].

Світові тенденції глобалізації ринків торкаються українських виробників та постачальників овочів. Високі вимоги стосовно якості овочів, асортименту, ефективності та надійності каналів реалізації разом з високими цінами спонукатимуть виробників та інших суб'єктів овочевого підкомплексу до низки дій та заходів з удосконалення логістичних ланцюгів та забезпечення якості продукції, а саме:

- заохочення через проекти співпраці невеликі фермерські господарства до виробництва овочів, за видами, що більш продуктивні у різних регіонах та екологічно чистої продукції;

- розвиток кооперативних відносин між виробниками товарних овочів і удосконалення системи взаємовідносин між торгівлею та переробними підприємствами і спеціалізованими овочесховищами;



- кооперація партнерів-овочивників у використанні каналів реалізації;
- розвиток інфраструктури ринку овочевої продукції з впровадженням інформаційних технологій.

### Література :

1. Кропивко М.Ф. Стратегічне бачення аграрного устрою України/ М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2017. - №4. – С. 5.
2. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник: Вид. 2-ге., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – С. 7.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Розділ «Сільське господарство» [Електронний ресурс]. – Режим доступу://<http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Пасечник В. Ценні овочей на оптових ринках «Столичний» и «Шувар» // Овощеводство. - 2016. - № 6, №9. С.36-37.
5. ЕС интересуется замороженный лук // Овощеводство. - 2016. - №11. – С. 9.

**Великий В.М.**, к.пед.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ПРОФЕСІОНАЛЬНА МОБІЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ

В умовах економічної кризи та стрімкої динаміки соціальних процесів важливою проблемою є конкурентоспроможність фахівця, яка значною часткою залежить від здатності адаптуватись до вказаних викликів сьогодення. Адекватну оперативну адаптацію фахівця до нових вимог пов'язують з його професійною мобільністю. Низький рівень професійної мобільності персоналу часто є одною з причин низької конкурентоспроможності.

При цьому професійну мобільність досить часто трактують як плинність кадрів, переміщення по службовій драбині. Такий підхід притаманний перш за

все економічній науці, де мобільність розглядається у таких категоріях, як переміщення з однієї організації в іншу, оптимальні показники плинності кадрів, економічні втрати, обумовлені таким переміщенням тощо.

Професійну мобільність слід вважати складовою частиною соціальної мобільності. Під професійною мобільністю ми розуміємо здатність індивіда переключатись з одного виду діяльності на інший, успішно оволодівати новими технологіями, здійснювати вертикальну та горизонтальну посадову кар'єру, пристосовуватись до нових виробничих ситуацій, у тому числі й психологічну готовність до такої мобільності. Професійну мобільність слід розглядати у двох аспектах: як потенційну здатність, і як актуальний стан. Деякі дослідники, розглядаючи професійну мобільність виокремлюють таку її компоненту, як професійна гнучкість – можливості персоналу активно перетворювати і створювати нові зв'язки, відношення, процеси і системи на виробництві [1]. У цьому випадку професійна гнучкість психологічно характеризує професійну мобільність як широту, діапазон можливої, або таких, що передбачені певними нормами зміни стану особи професіонала, масштаби та рівень змін, до яких адаптується фахівець.

Актуальним є потреба у дослідженні не лише самої професійної мобільності як чинника конкурентоспроможності фахівця, а й відбору змісту та розробки технологій формування мобільності.

Стосовно змісту формування професійної мобільності слід виділити такі його складові:

По-перше - формування необхідних компетенцій у фахівця на етапах професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації.

По-друге – формування психологічної готовності до життєдіяльності в умовах, що вимагають постійних змін.

Професійні компетенції визначають ефективне використання знань, вмінь та здібностей, які необхідні для професійної діяльності або забезпечують її.

Слід виділити загальну систему професійних компетенцій будь якого фахівця, і спеціальні, які співвідносяться з конкретним видом діяльності.

Професійна мобільність в умовах появи нових і зникнення старих видів діяльності, їх диверсифікації, передбачає високий рівень узагальнених професійних знань, готовність до швидкої оцінки ситуації, що складається у сфері, в якій задіяний фахівець та у суміжних з нею, розробки та реалізації оптимальних способів, як адаптації до неї, так і впливу на неї. На відміну від вузькоспеціалізованих компетенцій, які забезпечують здатність вирішення конкретних задач в певній професійній діяльності, узагальнені (інтегровані) компетенції забезпечують можливість вирішення складних міжгалузевих задач в різних галузях трудової діяльності [2].

Слід зазначити, що з формуванням інтегрованих та спеціальних компетенцій справляються навчальні заклади, система підвищення кваліфікації та самоосвіта. Значно складніше стоїть питання з формування психологічної готовності до діяльності в умовах динамічних змін. Як відомо, не більше 8% фахівців мотивовані на пошук і діяльність в нестандартних постійно змінних умовах - вони їх потребують, створюють і отримують від таких умов задоволення. Переважна ж більшість персоналу хотіли б жити в стабільних, заздалегідь передбачуваних умовах – необхідність змін та перебування в умовах, що динамічно змінюються викликають у них стрес та психологічні травми, відмову від активності.

Психологічна готовність до діяльності в умовах змін передбачає такі складові:

- установку на неминучість змін в професійному середовищі, розуміння їх соціальної важливості, спрямованість на підготовку до їх сприйняття і діяльність в нових умовах;

- розвинуте професійне мислення, якому відповідають такі параметри: допитливість, самостійність, критичність, нестандартність, широта, логічність та оперативність;

- здатність адекватно оцінювати свої потреби, бути впевненим у своїх можливостях, приймати оптимальні рішення та прогнозувати їх наслідки;

- здатність долати власну інертність, лінощі і страх перед новим, управляти своїми психічними станами в стресових та конфліктних ситуаціях та володіння методами аутотренінгу;

- соціальнопсихологічні навички – здатність легко адаптуватись в нових колективах, вибудовувати конструктивну поведінку; володіння засобами професійної комунікабельності: підтримки професійних та поза професійних міжособистісних відносин, створення нових зв'язків та наповнення їх необхідним змістом, самопрезентації.

### **Література:**

1. Киселева А. Гибкость персонала - одно из условий повышения конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://chelt.ru/new>.

2. Цветков В.Я., Пушкарева К.А. Компетенции и конкурентоспособность персонала // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2010. - № 1.

**Боліла С.Ю.**, к.с.-г.н, доцент  
кафедри менеджменту організацій  
Херсонський державний аграрний університет

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Сучасна сфера обслуговування відрізняється високим рівнем конкуренції, що вимагає від суб'єктів господарювання, які в ній задіяні, максимально враховувати потреби споживачів, забезпечувати високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити клієнтів. З кожним роком вимоги до рівня цих послуг зростають. Чим вищі культура та якість обслуговування відвідувачів, тим

вищий імідж закладів сфери обслуговування, тим привабливіші вони для клієнтів. Основним завданням фахівців, які працюють в сучасній сфері обслуговування це створення і впровадження новітніх прийомів роботи, що забезпечуються колективними зусиллями працівників всіх служб, постійним і ефективним контролем, удосконаленням форм і методів обслуговування, вивченням і впровадженням передового досвіду, нової техніки і технології. Клієнт-орієнтований підхід є визначальним фактором для зміцнення конкурентних позицій закладів сфери обслуговування, що актуалізує необхідність проведення систематичних маркетингових досліджень споживчих уподобань з метою досягти максимальної задоволеності клієнтів. Дослідження споживачів дозволяє визначити і дослідити весь комплекс стимулюючих факторів, якими керуються клієнти при виборі товарів та послуг. Аналізу піддається мотивація поведінки споживачів на ринку і фактори, які її визначають. Дослідження споживачів передбачає вивчення структури споживання, забезпеченості споживачів товарами та послугами, тенденції споживчого попиту, аналіз процесів і умов задоволення основних вимог клієнтів [1]. Аналіз споживачів ґрунтується на складанні профілю тих, хто купує товар або послугу, які реалізується підприємством сфери обслуговування, що дозволяє визначити, який продукт в найбільшій мірі буде прийматися клієнтами, на який обсяг продажу можна розраховувати, в якій мірі покупці віддають перевагу продукції саме цього підприємства, наскільки можна розширити коло потенційних покупців, що чекає продукцію в майбутньому тощо. При побудові профілю споживачів враховують наступні характеристики: географічне місце розташування клієнта; його демографічні характеристики (вік, освіта, сфера діяльності); - соціально-психологічні характеристики споживача, що відображують його положення в суспільстві, стиль поведінки, смаки; відношення споживача до продукту (чому він купує цю продукцію, як він її оцінює тощо). Вивчаючи споживачів, підприємство сфери обслуговування визначає для себе силу своїх позицій в процесі торгу. Якщо покупець має обмежену можливість у виборі продавця

потрібного йому товару, то його сила торгуватися буде істотно послаблена. Якщо навпаки, то продавець повинен шукати заміну цього покупця іншим, який мав би менше можливостей у виборі продавця. Торгівельна сила споживача залежить також від того, наскільки важлива для нього якість продукції, яку він споживає. При визначенні торговельної сили покупця, в процесі аналізу слід враховувати: співвідношення ступеня залежності споживача від продавця зі ступенем залежності продавця від споживача; обсяг закупівель, що здійснює клієнт; рівень інформованості покупця; наявність продуктів-замінників; вартість для покупця переходу до іншого продавця; чутливість клієнта до ціни, яка залежить від загальної вартості здійснюваних ним закупівель, його орієнтації на певну торгову марку, наявності певних вимог до якості товару, його прибутку, системи стимулювання і відповідальності осіб, що приймають рішення про купівлю; споживчі запити та уподобання, що дозволить знизити ризики для підприємств сфери обслуговування.

### **Література:**

1.Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник. - Ч. 1 / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. - К.: КНТЕУ, 2007. - 376 с.

**Федорчук О.М.,** к.е.н., доцент  
ДВНЗ «Херсонський ДАУ»

## **ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

В сучасному світі розвиток більшості сфер діяльності в значній мірі визначається тим, наскільки ефективно організовано їх інформаційне забезпечення. Нові інформаційні і комунікаційні технології відіграють велику роль у всіх галузях економіки. Конкуренційність окремих організацій і галузі в цілому, привабливість для вітчизняних і іноземних інвесторів багато в чому

залежить від рівня розвитку інформаційної інфраструктури. Інформатизація є одним із найважливіших напрямків, які допомагають впровадженню наукових досягнень у виробництво і ефективності інноваційних процесів.

Аграрний сектор економіки України є провідним міжгалузевим територіально-виробничим утворенням, від рівня і збалансованості розвитку складових сфер якого залежить забезпеченість потреб населення в продовольчій продукції, його добробут [1, с. 35]. Одним із основних факторів від якого залежить стабільна та ритмічна робота окремих підрозділів і всього господарства комплексу є інформаційна складова інфраструктури. З огляду на вищевикладене, дослідження проблем функціонування та розвитку інформаційної підсистеми інфраструктури аграрного сектору України набуває особливої актуальності.

Належний рівень розвитку аграрного сектору можливий тільки за умови існування його інформаційно-консультаційної складової. Для науково-консультаційної й інформаційної підтримки виробничої та маркетингової діяльності сільськогосподарських товаровиробників має широко використовуватись потенціал науково-дослідних установ, вищих навчальних закладів. Розповсюдженням наукової інформації мають займатися дорадчі служби, які створюють систему інформаційно-консультаційного обслуговування.

Важливим моментом у вирішенні проблем є опанування зарубіжного досвіду. Дорадництво набуло широкого розповсюдження в Європі, зокрема в Німеччині широко розвинуті два типи дорадництва. Одним із них є державні дорадчі служби і називаються обов'язковим. Іншим типом є приватні компанії, які надають консультаційні послуги, на комерційній основі. Також широка мережа сільськогосподарських дорадчих служб створена в Польщі, яка розпочала свою діяльність в 1989 р. На даний момент Польща співпрацює з університетами по всьому світі, отримуючи можливість обміну досвідом і існуючою інформацією. Необхідно відмітити те, що Польща користується

схемою інформаційно-консультаційного обслуговування сільськогосподарських товаровиробників, автором якої є США [2, с. 61].

В Україні для безпосередньої допомоги виробникам із питань технологій виробництва, організаційно-господарської, фінансової, маркетингової діяльності на місцях, проведення семінарів, курсів підвищення кваліфікації залучають регіональні Центри наукового забезпечення та науково-методичні центри аграрної науки, а також освітні заклади. Для інформаційної підтримки діяльності структур продовольчого ринку, дієвого регулювання продуктових ринків сформовані служби цінового моніторингу. Вони дозволяють забезпечити прозорість ринку, зменшити тиск монополізованих посередників на сільськогосподарських товаровиробників, допомогти виробникам у маркетинговій діяльності, здійснювати координаційно-узгоджувальну роботу з операторами продуктових ринків для підготовки і реалізації угод щодо ціноутворення та ін.

Основна задача держави в області інформаційної політики полягає в тому, щоб забезпечити постійне поповнення інформаційних фондів, розвивати на основі комунікаційних технологій інформаційну систему, яка забезпечить товаровиробникам максимально вільний доступ до інформаційних ресурсів в сфері науки, технологій і освіти.

Світовий досвід показує, що ефективне використання аграрного науково-технічного потенціалу в значній мірі залежить від організації оперативної та достовірної інформації про наукові досягнення і конкретні інновації, здійснювані в результаті науково-технічної діяльності з комплексу економічних, соціальних, технічних, технологічних, біологічних та інших питань розвитку сільського господарства і функціонування його підприємств і організацій [3, р. 242]. Тут найважливішу роль відіграють регіональні інформаційно-консультаційні служби. Саме на рівні регіону слід шукати значний ресурсний потенціал для розвитку системи інформаційно-консультаційного забезпечення виробництва.



Слід також відмітити, що аграрний сектор потребує адаптації технологій до особливостей кожного регіону. Тут необхідно враховувати ризики управлінської діяльності, оскільки залежність умов і результатів виробництва від випадкових, перш за все погодних, біологічних і ринкових факторів є особливо велика. Інформаційно-консультаційна діяльність у цьому випадку повинна мати індивідуальний підхід до кожного клієнта, потребує досвіду і відповідної спеціалізації. Допомога у вирішенні комплексних проблем управління в сільському господарстві частіше всього може здійснюватися консультантами не одноосібно, а командою різногалузевих спеціалістів, так як незнання технологій може призвести до недостатніх результатів виробничої діяльності та економічних втрат. І саме цей фактор досі неповністю врахований в реалізації створення системи інформаційно-консультаційного забезпечення аграрного сектору.

#### Література :

1. Ананьєва Л.С., Чернюк Л.Г. Виробнича інфраструктура АПК України: стан та перспективи розвитку /НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України. – К.; РВПС, 2000. – 101с.
2. Хорунжий М.Й. Організація агропромислового комплексу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 382 с.
3. Baumol W. The Free-Market Innovation Machine: Analysing the Growth Miracle of Capitalism. – Princeton: Princeton University Press, 2002. – 342 p.

**Боліла С.Ю.**, к.с.-г.н, доцент  
кафедри менеджменту організацій

**Прищепя А.В.**, студентка ЕФ  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Готельне і ресторанне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Спеціалісти з готельної і ресторанної справи спроможні очолювати роботу у готельних та туристичних комплексах різних типів (мотелях, кемпінгах, ботелях, флайтелях), санаторно-курортних закладах, пансіонатах, будинках відпочинку, профілакторіях, санаторіях, у підприємствах ресторанного господарства різних типів (ресторанах, барах, кафе і т.д.), працювати у їх структурних підрозділах.

Управлінське рішення - це основний вид управлінської праці, який визначається як сукупність взаємопов'язаних, цілеспрямованих і логічно узгоджених управлінських дій, спрямованих на реалізацію управлінських задач. Різновидом управлінських рішень є організаційні рішення.

Важливим резервом підвищення ефективності виробництва послуг і продукції підприємств готельно-ресторанного бізнесу є підвищення якості рішень, які приймаються керівниками всіх рівнів.

Прийняття рішень — це процес, який відбувається впродовж певного часового періоду й здійснюється в кілька етапів. Рішення — це результат вибору з кількох альтернатив, який фіксується письмово чи усно й містить

програму дій для досягнення поставленої цілі. Рішення є одним із видів розумової діяльності і є виявом волі людини й характеризуються такими ознаками: можливістю вибору з множини альтернативних варіантів (якщо відсутні альтернативи, то й відсутній вибір, а відтак — і рішення); наявністю мети (вибір без мети не визначається як рішення); наявністю вольового акту [1].

Управлінські рішення передбачають пошук найбільш ефективного й раціонального варіанта для досягнення кінцевого результату. Процес прийняття й реалізації рішень — це послідовна зміна взаємопов'язаних стадій, та етапів дій менеджера, які розкривають технологію розумового пошуку істини й аналізу помилок. До управлінських рішень ставлять такі вимоги, як: всебічна обґрунтованість, своєчасність, необхідна повнота змісту, узгодженість з прийнятими раніше рішеннями [2].

В управлінській практиці готельно-ресторанного бізнесу склалися два підходи до прийняття рішень: індивідуальний і груповий (колективний).

У межах індивідуального підходу найбільше значення має централізація прийняття рішення. Очевидним є той факт, що переважна частина рішень на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу приймається на вищому рівні управління й, як правило, одним або невеликою групою менеджерів.

При груповому підході до прийняття рішення менеджер кожного управлінського рівня залучає до цього процесу службовців. У даному разі менеджер вищого рівня управління, відповідальний за прийняття даного рішення, делегує повноваження більш низькому управлінському рівню. Участь у прийнятті рішення працівників окремих структурних підрозділів зумовлюється вирішенням їх інтересів, що значно підвищує ефективність прийнятого рішення.

У процесі прийняття рішень необхідно враховувати два моменти: приймати рішення, як правило, порівняно легко, але прийняти ефективне рішення складно; прийняття рішення — це психологічний процес, тому способи, використовувані для цього керівником, можуть бути й спонтанними, й глибоко логічними.

Отже, процес прийняття рішень менеджментом готельно-ресторанних підприємств є складним і багатостороннім. Він включає цілий ряд стадій і операцій. Питання про те, скільки і які стадії повинні мати місце в процесі прийняття рішень, який конкретний зміст кожної з них, вирішуються менеджерами по-різному. Це залежить від кваліфікації керівника, певної ситуації, стилю керівництва й організаційної культури. Процес прийняття рішень включає такі етапи, які можуть бути поєднані один з одним як прямими, так і зворотними зв'язками. В конкретних випадках, особливо при розробці масових «стандартних» рішень, окремі етапи випадають або інтегруються. Таким чином, фактична кількість етапів визначається проблемою, як такою. У разі, коли рішення втрачає свою дієвість, керівник повинен його терміново змінити. Іноді виявляється достатнім лише часткове корегування деяких елементів рішення (наприклад, змінити зміст певних завдань або кінцевих і проміжних календарних термінів в процесі здійснення готельно-ресторанної діяльності). Незалежно від стану виконання повинні підбиватися підсумки реалізації управлінського рішення. Підбиття підсумків, крім виховного впливу має й управлінське значення. Воно є перевіркою ефективності використання системи прийняття й реалізації управлінських рішень.

Таким чином, належна якість управлінських рішень є гарантією успішного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах загострення конкуренції, тому керівники повинні приділяти цьому питанню особливу увагу, для того щоб досягти необхідної ефективності.

### **Література:**

1. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк- К.: ЦНЛ, 2009. - 344 с.
2. Мальська М. Організація готельного обслуговування : підручник / М. Мальська, І. Пандяк, Ю.Занько; К. : Знання, 2011. - 366 с.

**Лобода О.М.**, к.т.н., доцент,

**Кириченко Н.В.**, к.е.н, доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ КОНТРОЛІНГУ**

В умовах сучасного бізнесу роль ефективного управління на основі достовірної інформації зростає багаторазово. Найцікавіші технології й правила управління й планування надає стратегічний менеджмент, що займається питаннями розробки й реалізації стратегії фірми. Існує безліч визначень цього поняття, але в загальному значенні стратегія - це довгостроковий план управління фірмою, спрямований на зміцнення її позицій, задоволення споживачів і досягнення поставлених цілей. Нові дії й підходи, що перебувають на обговоренні з використанням всієї доступної інформації, покажуть можливі шляхи зміни й перетворення поточної стратегії. Одним з найбільш потужних інструментів у руках менеджера стає інформація. Ефективне управління неможливо без збору інформації і її обробки різними методами. [1]

Перевагами стратегічного підходу до управління (на противагу вільної імпровізації, інтуїції або бездіяльності) на основі інтенсивного використання інформаційних систем є: забезпечення спрямованості ідей організації на ключове питання стратегії “що ми збираємося робити й чого домагаємося?»; необхідність для менеджерів більш чітко реагувати на зміни, що з'являються, нові можливості й загрозливі тенденції; можливість для менеджерів оцінювати альтернативні варіанти капітальних вкладень і розширення персоналу, тобто розумно переносити ресурси в стратегічно обґрунтовані й високоефективні проекти; можливість об'єднати рішення керівників всіх рівнів управління, зв'язаних зі стратегією. [2]

Однієї з головних причин виникнення й впровадження концепції контролінгу стала необхідність у системній інтеграції різних аспектів

управління бізнес-процесами в організаційній системі. Контролінг забезпечує методичну й інструментальну базу для підтримки основних функцій менеджменту: планування, контролю, обліку й аналізу, а також оцінки ситуації для прийняття управлінських рішень. Можемо визначити такі вузлові компоненти концепції контролінгу: орієнтація на ефективну роботу організації у відносно довгостроковій перспективі - філософія прибутковості, формування організаційної структури орієнтованої на досягнення стратегічних і тактичних цілей; створення інформаційної системи, адекватної завданням цільового управління; розбивка завдань контролінгу на цикли, що забезпечує ітеративність планування, контролю виконання й прийняття коригувальних рішень. Контролінг орієнтований насамперед на підтримку процесів прийняття рішень. Він повинен забезпечити адаптацію традиційної системи обліку на підприємстві до інформаційних потреб посадових осіб, що приймають рішення, тобто у функції контролінгу входить створення, обробка, перевірка й подання системної управлінської інформації. Контролінг також підтримує й координує процеси планування, забезпечення інформацією, контролю й адаптації.

Функції контролінгу визначаються поставленими перед організацією цілями й включають ті види управлінської діяльності, які забезпечують досягнення цих цілей. Сюди ставляться: облік, підтримка процесу планування, контроль за реалізацією планів, оцінка процесів, що протікають, виявлення відхилень, їхніх причин і вироблення рекомендацій для посібника з усунення причин, що викликали ці відхилення. У сфері обліку завдання контролінгу включають створення системи збору й обробки інформації, істотної для прийняття управлінських рішень на різних рівнях керівництва. Це необхідно для розробки й надалі для підтримки системи ведення внутрішнього обліку інформації про протікання технологічних процесів. Важливими є підбор або розробка методів обліку, а також критеріїв для оцінки діяльності підприємства в цілому і його окремих підрозділах. Інформаційна система компанії (зокрема, ІСУП) повинна: дозволяти накопичувати певний досвід і знання, узагальнювати їх у вигляді формалізованих процедур і алгоритмів рішення; постійно

вдосконалюватися й розвиватися; швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища й нових потреб організації; відповідати насущним вимогам людини, його досвіду, знанням, психології. Життєвий цикл ІС розділяється на наступні стадії: передпроектне обстеження; проектування; розробка ІС; уведення ІС в експлуатацію; експлуатація ІС; завершення експлуатації ІС.

Інформаційні системи управління є комп'ютерною підтримкою контролінгу, що у свою чергу є основним постачальником інформації для управління підприємства. Ціль інформаційної підтримки контролінгу - забезпечити керівництво інформацією про поточний стан справ підприємства й спрогнозувати наслідку змін внутрішнього або зовнішнього середовища.

Проаналізував тенденції розвитку ринку програмного забезпечення для автоматизації процесу управління підприємствами, можна зробити висновок про його динамічний розвиток і ускладнення кола завдань, що вимагають автоматизації. Спочатку керівники підприємств найчастіше ставили найпростіші завдання, зокрема, завдання автоматизації процесу роботи бухгалтерії. З розвитком компаній, ускладненням бізнес-процесів виникала потреба не тільки в бухгалтерському обліку, але й у керуванні матеріально-технічним постачанням (логістичними процесами), роботою з дебіторами й кредиторами й багатьма іншими завданнями, якими ставить перед підприємством внутрішнє й зовнішнє середовище. Для рішення цих завдань стали використовувати корпоративні інформаційні системи управління - рішення, що охоплюють діяльність усього підприємства.

### **Література:**

1. Рожнов В.С. Автоматизированные системы обработки экономической информации / В.С. Рожнов, О.М. Островский, В.Б. Либерман, Г.Н. Козлова// М.: Финансы и статистика, 2009.
2. Глушков В.М. Автоматизированные системы управления сегодня и завтра/ В.М. Глушков // М.: Мысль, 2006.

**Ковальов В.В.**, к.е.н., доцент  
Херсонський державний університет  
**Ковальова К.І.**, к.п.н., доцент  
Херсонський державний університет

## **СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ГОСПОДАРЮЮЧИХ СУБ'ЄКТІВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Управління якістю послуг є одним із головних завдань, що забезпечує ефективну діяльність господарюючих суб'єктів.

При розгляді категорії «якість» з філософського погляду можливо виділити наступні положення:

- об'єктивну визначеність якого-небудь об'єкта (зовнішню та внутрішню);
- відмінність порівнюваних за якістю об'єктів.

В історії розвитку систем якості можна виділити шість основних етапів:

Етап 1. Система Ф. Тейлора (1900-1920 роки).

Етап 2. Система статистичного управління якістю (SQC – Statistical Quality Control) (1920-1950 роки).

Етап 3. Система тотального контролю якості (TQC – Total Quality Control) (1950-1980 роки).

Етап 4. Система тотального менеджменту якості (TQM – Total Quality Management) (1980-1990 роки).

Етап 5. Менеджмент на основі якості (MBQ – Management by Quality) (1990-2000 роки).

Етап 6. TQM та MBT (з 2000 року по цей час).

Професор Гарвардської школи бізнесу Д. Гарвін, розглядаючи поняття «якість», визначає п'ять найбільш істотних його характеристик [4]:

- відповідність стандарту;



- відповідність технічним показникам кращих товарів-аналогів;
- ступінь точності дотримання всіх виробничих процесів;
- відповідність якості вимогам покупців;
- відповідність якості платоспроможному попиту.

О. Момот розділяє систему управління якістю, як проекту, на наступні етапи [3]:

- утворення організаційної структури і виділення інших необхідних ресурсів;
- складання вимог до системи управління якістю;
- встановлення фактичного стану системи управління якістю;
- складання комплексного плану проекту;
- розробка політики підприємства в галузі якості і цілей;
- розробка документації системи управління якістю і виконання інших запланованих заходів;
- дослідне впровадження системи управління якістю.

Н. Лисьонкова [2] запропонувала наступні шість етапів забезпечення функціонування системи управління якістю:

- організаційне забезпечення та розподіл відповідальності;
- визначення, аналіз, планування та прийняття рішень;
- розробка документації;
- запровадження системи управління якістю в організаційну структуру підприємства;
- оперативне коригування документації системи управління якістю, організація моніторингу діяльності в рамках системи управління якістю, проведення аналізу системи управління якістю керівництвом підприємства;
- подальший розвиток системи управління якістю.

Для визначення якості конкретних об'єктів використовують наступні підходи:

- технологічний – якість пов'язується з технологією виробництва, кваліфікованим персоналом, матеріально-технічної базою;

- інноваційний – якість формується інтересами постачальників, споживачів та інших зацікавлених осіб.

Система управління якістю повинна базуватися на вітчизняних та міжнародних стандартах якості.

Призначення постійного поліпшення системи управління якістю - підвищення ймовірності задоволеності замовників та інших зацікавлених сторін [1].

Якщо господарюючий суб'єкт буде недостатньо приділяти уваги системі управління якості послуг, то як наслідок економічна ефективність його діяльності буде постійно зменшуватися.

### Література:

1. ДСТУ 9000-2007 “Системи Управління Якістю. Основні положення та словник”. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [document.ua/sistemiupravlinnja-jakisty-u-osnovni-polozhennja-ta-slovniknor14237.html](http://document.ua/sistemiupravlinnja-jakisty-u-osnovni-polozhennja-ta-slovniknor14237.html).

2. Лисьонкова Н.М. Організаційно-економічне забезпечення конкурентоспроможності підприємств на основі вдосконалення систем управління якістю : дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / Лисьонкова Наталія Миколаївна. – Х., 2006. – 195 с.

3. Момот О.І. Економічний механізм управління якістю виробничої діяльності підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами» / О.І. Момот. – Донецьк, 2008. – 43с.

4. Харрингтон Дж. Х. Управление качеством в американских корпорациях / Дж. Х. Харрингтон – М.: Экономика, 1990. – 271 с.

Лебедєва Н. А., старший викладач  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНІЙ МОВИ

За твердженням української вченої, кандидата філологічних наук Ольги Володимирівни Шмирової в Україні «свідомі громадяни прагнуть пропагувати і вивчати нашу рідну українську мову, яка і сьогодні потребує захисту. Але у ХХІ-му столітті кожен землянин має вміти спілкуватися не тільки рідною мовою. Українці мають порозумітися з представниками інших культур. В епоху глобалізації кожен має поглиблювати свої знання з іноземних мов із метою міжнародної співпраці» [3]. Багато цікавих і корисних статей в галузі менеджменту можна знайти у всесвітній мережі Інтернет. Людина, яка має практичні навички володіння іноземною мовою, зокрема англійською, певного професійного профілю спроможна виявити всю корисну інформацію і створити щось нове у своїй професійній галузі, для своєї країни. Володіння практичними навичками з іноземної мови надає широкі можливості професійного росту фахівця. Отже, актуальним залишається процес вдосконалення методики викладання іноземних мов.

Мета доповіді - використання платформи дистанційного навчання MOODLE у педагогічному процесі вивчення іноземної мови.

Українська вчена О. Шмирова проаналізувала наукові іноземні сайти, які надають можливість науковцям слідкувати за станом розвитку науки своєї галузі та запропонувала методику пошуку наукової інформації іноземною мовою, оскільки, за її висновками, немає жодного авторитетного зарубіжного видання, яке не мало б свого електронного варіанта в Інтернеті на сайтах [2].

Вітчизняні науковці Н. В. Морзе, О.Г. Глазунова, М. В. Мокрієв описали методику створення електронного навчального курсу (на базі платформи дистанційного навчання MOODLE 3) [1]. Вчені зауважують, що система

орієнтована на організацію взаємодії викладача та студентів, а також для організації змішаного електронного навчання як для очної, так і для заочної форм педагогічного процесу. «Головним розробником системи є Martin Dougiames (Австралія). Оскільки проект відкритий, то в ньому бере участь багато розробників» [1, с. 53].

«За допомогою цієї системи студент може дистанційно, через Інтернет, ознайомитися з навчальним матеріалом, який подається у вигляді різнотипних інформаційних ресурсів (текст, відео, анімація, презентація, електронний посібник), виконати завдання та відправити результати їх виконання на перевірку до викладача, пройти електронне тестування в режимі самоконтролю та контролю» [1, с. 54]. У свою чергу, викладач має змогу самостійно створювати дистанційні електронні курси і проводити навчання на відстані, що розширює можливості використання сучасних фахових знань іноземною мовою. Так, наприклад, маємо практичний досвід англомовних науковців, який можна враховувати у майбутній професійній діяльності [5]. Для вдосконалення використання вузькопрофільної лексики, а також знайомство з особливостями досвіду країн, які мають вагомні економічні результати доцільно використати матеріали «Робота майбутнього: введення досвіду до діяльності економічного знання» [6]. Матеріали книги відображають масивну економічну трансформацію у сучасному підприємстві. Управління інтелекту знання на основі доступу до знань робітника - стало центральним пунктом для рентабельності практично у всіх компаніях. «У світі, де економічні землі, праця і капітал вже більше не пояснюють добробут покоління нам потрібні нові концепції, щоб привабити і приборкувати сили економічного зростання» [6, с. 4]. Дослідження доктора Карен Хіггінс викладач може запропонувати студентам для вивчення, створивши сторінку в модулі. Карен Хіггінс використовує системне мислення, щоб описати взаємопов'язані причини і наслідки в умовах світової фінансової кризи і визначити області, де профілактичні заходи були б найбільш ефективними. Такі праці цікаві оскільки ілюструють взаємодію між економічним зростанням і економічною,

екологічною та соціальною стійкістю і пропонують заходи щодо виправлення становища [4].

Вивчення іноземної мови потребує більше часу, ніж передбачено програмою, враховуючи різний рівень підготовки студентів з даної дисципліни. Отже, електронний навчальний курс MOODLE у педагогічному процесі вивчення іноземної мови вузького профілю відкриває широкі можливості надання мовою оригіналу фахової інформації студентам під керівництвом викладача з метою формування практичних навичок володіння іноземною мовою у подальшій професійній діяльності.

### Література:

1. Морзе Н. В., Глазунова О.Г., Мокрієв М. В. Методика створення електронного навчального курсу (на базі платформи дистанційного навчання MOODLE 3) - К.,2016 - 240 с.

2. Шмирова О. Планування процедури пошуку фахової наукової інформації іноземною мовою в Інтернеті / О. Шмирова // Нова пед. думка. - 2008. - Спец. вип. - С. 160-163.

3. Шмирова О., Будугай О., Носієнко М. Тиждень іноземних мов до Міжнародного дня рідної мови – [Електронний ресурс] – Режим доступу. – URL: <http://www.btsau.kiev.ua/en/node/923>.

4. Higgins Karen L. Economic growth and sustainability – are they mutually exclusive? – [Електронний ресурс] – Режим доступу. – URL: <https://www.elsevier.com/connect/economic-growth-and-sustainability-are-they-mutually-exclusive>.

5. Smith Ephraim P., Harmelink Philiphs J., Hasslback James R. Federal Taxation. CCH Incorporated, 2011. - 888p.

6. Winslow Charles D. Future Work Putting Knowledge to Work in the Knowledge Economy. Ney-York: Simon and Schuster, 2010. - 400 p.

**Станіславчук Н.О.**, викладач, аспірант  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БАНКІВСЬКИМ БІЗНЕСОМ**

Корпоративна культура виступає одним із важливих аспектів системи управління бізнесом, що впливає на рівень конкурентоспроможності банківських установ. За цих обставин актуальним питанням є формування високої банківської корпоративної культури, орієнтованої на довгострокові відносини з клієнтами, шляхом використання ефективних комунікативних технологій, запровадження інноваційних послуг та продуктів, спрямованих на підвищення якості обслуговування та здатною забезпечити відповідну систему мотивації роботи персоналу банку в процесі реалізації конкурентної стратегії.

Питаннями проблематики корпоративної культури присвячені роботи Д. Аакера, І. Гращенко, Р. Гоффі, О. Грішнєвої, Д. Денісона, Г. Джонса, Л. Забродської, І. Мазура, Г. Осовської, Т. Пітерса, С. Роббінза, Л. Р. Савчука, Є. Савельєва, В. Співака, Л. Шевченко та ін.

На сучасному етапі розвитку економіки практично кожна успішно працююча організація має власну корпоративну культуру. Вона являє собою систему певних цінностей, ділових принципів, норм поведінки, які склались в організації. Тому й ефективність діяльності банківської установи, його інвестиційна привабливість, певною мірою визначається рівнем розвитку корпоративної культури.

Корпоративна культура підприємства – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, що працюють у даній організації [1, с.47].

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури [3, с. 82]: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх

реалізації; способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньо групових цінностей, що склалися.

Корпоративна культура на підприємстві виявляється у трьох аспектах, а саме [2, с.31]:

- 1) організації виробництва і виконанні професійних обов'язків;
- 2) окремих працівниках та підрозділах, що взаємодіють між собою;
- 3) в міжособистісному спілкуванні, тобто як спілкуються працівники між собою, з клієнтами, партнерами, акціонерами та конкурентами.

В сучасних умовах ведення банківського бізнесу корпоративна культура є предметом розвитку і змін протягом всього життєвого циклу банку. На інтенсивність змін корпоративної культури банку впливає безліч внутрішніх (уявлення, цінності засновників організації; досвід, отриманий колективом при створенні та розвитку організації; нові погляди, цінності; ідеальні цілі, ідеї і цінності, що вже панують в організації, неформальні канали комунікацій) і зовнішніх факторів (активність та вимогливість клієнтів, нестабільна законодавча база, розвиток ІТ технологій, стратегічна зміна ведення бізнесу, розмаїтість стилів життя людей).

Переорієнтація банківського бізнесу на клієнта вимагає адаптації корпоративної культури співробітників організації до нових моделей поведінки. Формування в межах корпоративної культури нових настанов, системи цінностей дозволяє прогнозувати, планувати й стимулювати бажану поведінку персоналу, забезпечити здоровий консерватизм поведінки та максимальний прояв ділової ініціативи співробітниками, спрямованої на досягнення кінцевого результату.

Корпоративна культура зумовлює вибір типу організаційної структури банку внаслідок чого забезпечується узгодження роботи структурних підрозділів, формування позитивного психологічного колективного клімату, що створює комфортне середовище для повноцінного виконання

співробітниками своїх службових обов'язків і повного розкриття їхнього трудового потенціалу в процесі реалізації конкурентної стратегії.

Принципи корпоративної культури банківської установи мають бути закріплені в спеціальному документі – Корпоративному Кодексі. Корпоративний Кодекс є довгострокова програма розвитку й ефективний механізм управління, який визначає умови поведінки співробітників, з іншого – гарантує дотримання правил всіма сторонами й задає прозорі, зрозумілі для всіх критерії оцінки діяльності й поведінки

З метою оцінки і перевірки відповідності існуючої корпоративною культури цілям і задачам управління конкурентоспроможністю банку, створення інформаційної бази для обґрунтування управлінських рішень необхідним є проведення її діагностики, яка дозволяє оцінити рівень організації бізнес-процесів і ефективність взаємодії співробітників, визначити сильні й слабкі елементи корпоративної культури, виявити й проаналізувати наявні в компанії субкультурні утворення, провести оцінку рівня міжфункціональної взаємодії і роботи менеджерів компанії, системи управління в цілому, вивчити індивідуальні цінності працівників та їх ставлення до установи, сформувати компетентну позицію працівників банку по відношенню до клієнтів.

Тісні взаємовідносин між структурними підрозділами в процесі розподілу ресурсів між бізнес-одинацями та мінімізації операційних витрат банку; прозорість, повнота та достовірність банківської інформації; встановлення довготривалих довірчих взаємовідносин з клієнтами та захист їх інтересів; якісне банківського обслуговування, підтримування поваги та чесності у взаємовідносинах із клієнтами є ознаками високої корпоративної культури банку.

Отже, висока корпоративна культура визначає стратегію банку, мету й засоби їх досягнення, а також критерії ефективності в досягненні поставлених цілей. Завдяки високому рівню корпоративної культури забезпечується тісна комунікація між членами підприємства, створюється сприятлива атмосфера в середині колективу та підвищується рівень обслуговування клієнтів. Тому



корпоративна культура може розглядатися як одна з конкурентних переваг банківської установи.

Таким чином, для забезпечення стабільного розвитку банківської установи, керівництву необхідно забезпечувати адаптивність корпоративної культури у відповідь на зміни у зовнішньому середовищі завдяки інноваційності методів внутрішньої інтеграції, створення єдиного організаційного простору, позитивного психологічного клімату у колективі та формування ефективної системи внутрішньої мотивації персоналу.

### Література:

1. Гращенко І.С. Корпоративна культура як основа формування мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством / І.С. Гращенко, І.П. Гуца, С.Є. Лавринюк // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2012. – №3-4(4-5). – С. 46-51.

2. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В.Тарасова, С.С.Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3(19). – С. 28-32.

3. Фіщук Н.Ю. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації / Н.Ю.Фіщук, І.В. Ломачинська // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – №1 (56). – Том 4. – С.81-85.

Лобода О.М., к.т.н., доцент

Кириченко Н.В., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ СИНТЕЗУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Рівень впровадження автоматизованих систем у сфері послуг визначається широтою використання останніх досягнень, фундаментальних і прикладних наук, для вирішення сучасних завдань. Одним з основних засобів планування і управління сфери послуг, є моделювання стану виробництва, процесів, що протікають в ньому, яке дозволяє встановити кількісні взаємозалежності і залежності між значущими чинниками. Перспективним напрямом в автоматизації планування і управління є вибір оптимальної структури створюваної системи. В зв'язку з цим виникла проблема розробки методів і моделей синтезу структури інтегрованої автоматизованої системи у сфері послуг.

Останніми роками великий розвиток одержав метод проблемно-орієнтованого підходу сутність якого полягає в тому, що проводиться комплексне дослідження процесу структурної організації конкретної системи з використанням математичної моделі відповідної розмірності, що включає всі істотні параметри проблеми. Недоліком методів якісної і кількісної аналогії є те, що не всі складні економічні системи укладаються в прості схеми їх моделювання. В зв'язку з цим нами здійснена спроба синтезу організаційної структури з використанням проблемно-орієнтованого та комбінаторно-проблемно-орієнтованого підходу.

У якості об'єкта дослідження нами прийнятий процес синтезу організаційної структури. Предмет досліджень – апарат теорії множин і графів. Для вирішення поставленої задачі використовували методи теорії системного аналізу і синтезу оптимізації організованих структур. Наукова новизна роботи

складається в розробці підходу до рішення задачі синтезу організаційної структури. Рішення представленої задачі базується на комбінаторно-проблемно-орієнтованому та проблемно-орієнтованому підході.

Розглянемо структуру багатоконтурної системи управління:

$$S_y = \{S_A, S_\phi, S_o, S_u\}, \quad (1)$$

де  $S_u$  – класи алгоритмічних, функціональних, організаційних, інформаційних структур тих, що визначають взаємозв'язані набори: алгоритмів рішення задач управління, функцій і інформаційних масивів, що об'єднуються в контури управління, елементів ухвалення рішень і зв'язків між ними

$$S_\phi = F \times G, \quad (2)$$

де  $F = \{f_{ji}, i = \overline{1, I_a}, j = \overline{1, J_i}\}; G = \{G_i, i = \overline{1, J_a}\}$  – відповідно безліч функцій в контурах і контурів управління.

Для ієрархічної дворівневої системи організаційна структура може бути представлена у вигляді схеми (Рис. 1), де елементи  $C_1, \dots, C_k$  виробляють дії, що управляють, а елемент  $C_0$  реалізує функцію координатора (адміністратора системи, основна функція якого полягає в координації), за допомогою координуючих дій, підсистем організаційної структури.

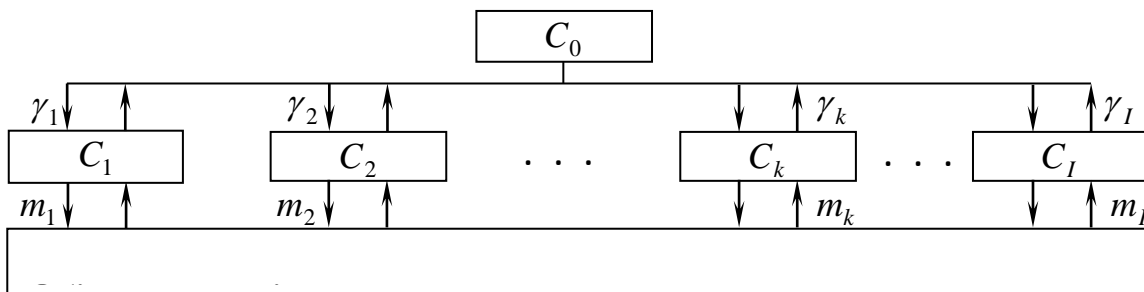


Рис. 1. Дворівнева організаційна структура

На підставі викладеного розроблена характеристика способів побудови організаційних структур для абсолютно-розподіленої, поконтурно-розподіленої, міжконтурної, поконтурно і міжконтурно-агрегованої систем.

Таблиця 1

## Характеристика побудови організаційних структур

	$S_0^A$	$S_0^K$	$S_0^M$	$S_0^{K-M}$
$S_\phi^A$	$\forall_j \sum_{k=1}^K Z_{jk} = 1$ $\forall_k \sum_{j=1}^J Z_{ik} = 1$	$\forall_j \sum_{k=1}^K Z_{jk} \geq 1$ $\forall_k \sum_{j=1}^J Z_{ik} > 1$	$\exists_k \sum_j Z_{jk} = 1$ $\forall_k \sum_{j'} Z_{j'k} = 1$	$\exists_k \sum_j Z_{jk} > 1$ $\exists_k \sum_{j'} Z_{j'k} > 1$
$S_\phi^K$		$\forall_q \sum_i Z_{iq} = 1$		$\exists_q \sum_i Z_{iq} = 1$
$S_\phi^M$			$\forall_q \sum_i Z_{iq} > 1$	$\exists_q \sum_i Z_{iq} > 1$
$S_\phi^{K-M}$				$\forall_{iq} \sum_i \sum_q Z_{iq} = 1$

Таким чином, завдання синтезу організаційної структури у сфері послуг може бути реалізоване з використанням комбінаторного методу. Задача оцінки динаміки функціонування з вибраним варіантом її організаційної оцінки може здійснюватися методами імітаційного моделювання для кожного варіанту, одержаного при рішенні задачі синтезу.

Запропоновано модифікований підхід до розробки алгоритмів адаптивного управління і комбінаторний-проблемно-орієнтований підхід до рішення задачі синтезу організаційної структури за допомогою якого розроблена характеристика способів побудови організаційних структур для абсолютно-розподіленої, поконтурно-розподіленої, міжконтурної, поконтурно і міжконтурно-агрегованої систем. Підхід забезпечує оптимальний вибір числа рівнів управління, розподіл функцій управління між рівнями, вибір алгоритмів реалізації і засобів виробництва для кожного з рівнів системи управління, що в свою чергу забезпечує зниження тимчасових і грошових витрат.

### Література:

1. Ситник В.Ф. Основи інформаційних систем: навчальний посібник / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єрьоміна, О.С. Краєва. – К: КНЕУ, 2007.- 218с.

2. Рожнов В.С. Автоматизированные системы обработки экономической информации: учебное пособие / В.С. Рожнов, О.М. Островский, В.Б. Либерман, Г.Н. Козлова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 256с.

**Шукліна В.В.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу

**Костюніна А. М.,**

студентка кафедри економіки і підприємництва

Херсонський національний технічний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПАРТИЗАНСЬКОГО МАРКЕТИНГУ ЯК КОНЦЕПЦІЇ ВІДНОСИН У РЕКЛАМІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Однією з проблем сучасного суспільства є перенасиченість інформаційного простору рекламною продукцією. Замість інтересу вона викликає роздратування, споживач старанно уникає будь-яких проявів реклами, разом з тим, не скорочується її бюджет для підприємств у їх пошуку покупців і конкурентних переваг. В умовах невідомості стандартних методів з'явилася необхідність оновлення спектру мало витратних маркетингових технологій з метою підвищення ефективності комунікативного впливу на цільові аудиторії.

Нестандартний або прихований маркетинг, коли споживач не підозрює, що піддається впливу реклами, запропонував Джей Конрад Левінсон як концепцію партизанського маркетингу. Розгляду питання теорії і практики

партизанського маркетингу займались такі вчені як Я. Дадо, Дж. Джулер, Н.Карпенко, Д. Каковкіна, Л. Мороз, С. Ковальчук, І. Окландера, О.Тябіна, О.Простова, Л. Волкова та ін.

Партизанський маркетинг (англ. Guerrilla marketing) - малобюджетні способи реклами і маркетингу, що дозволяють ефективно просувати свій товар або послугу, залучати нових клієнтів і збільшувати свій прибуток, не вкладаючи або майже не вкладаючи грошей [1-2]. За визначенням більшості науковців партизанський маркетинг «це передусім засіб прихованої реклами, коли споживача втягують у заздалегідь спланований спектакль спеціально навчені і оплачені «партизани», що з'являються у місцях скупчення цільової аудиторії і намагаються схилити її до купівлі певного товару» [3, 4-5].

Для розуміння сутності партизанського маркетингу необхідно ознайомитися з принципами, на підставі яких і будуються прийоми партизанського маркетингу (рис. 1).



Рис. 1. Основні принципи партизанського маркетингу за Дж. К. Левінсоном [2]

Основна причина, з якої варто застосовувати партизанський маркетинг, як нетрадиційний метод у рекламі підприємств, - це необхідність адаптуватися до стрімких змін у потребах клієнтів та формувати концепцію відносин в рекламному просторі.

До основних прийомів партизанського маркетингу можна віднести персонально адресовані листівки, «екстравагантні ідеї» або «скажений трюк», персональний маркетинг, схеми «клієнт + клієнт», знижки, флешмоб, мобільний маркетинг, «маркетинг чужими руками», використання безкоштовної продукції також дозволяє залучити нових клієнтів [3-5]. Важливим плюсом партизанського маркетингу є те, що такі методи просування, як правило, невидимі для конкурентів і тому не можуть бути запозичені або заблоковані. Крім того, особливостями «партизанського» маркетингу є зведення до мінімуму можливих витрат бюджету, нестандартні прийоми, швидкість віддачі, використання всіх інструментів впливу одночасно [6].

Концепція партизанського маркетингу передбачає налагодження партнерських відносин з аналогічними фірмами, використовуючи замість конкурентної боротьби взаємовигідні взаємини, в яких підприємці економлять не тільки час, а й свої фінансові кошти.

Таємниця успіху партизанського маркетингу полягає в оригінальності методів просування. Кожна успішна маркетингова стратегія орієнтована на потреби конкретного покупця і включає в себе не типові рекламні повідомлення, а одноразові акції і нестандартні рішення. Вибір цих рішень залежить від задач, які обираються підприємствами.

Таким чином, партизанський маркетинг можна визначити як концепцію відносин в рекламі сучасних підприємств, яка допомагає отримати конкурентні переваги при економії коштів і часу; нестандартність і оригінальність є її критеріями. На сучасному етапі розглянутий вид маркетингу стрімко розвивається.

### Література:

1. Барнетт Дж. Маркетинговые коммуникации. Краткий обзор (Фрагмент из книги «Маркетинговые коммуникации. Интегрированный поход»): Электронный ресурс / Дж. Барнетт, С. Мориарти. – Режим доступа : [http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/comm\\_intro.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/comm_intro.htm)
2. Джей Левинсон «Партизанский маркетинг. Простые способы получения больших прибылей при малых затратах»: Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/407556/read>
3. Коршунов С. Основы партизанского маркетинга / С. Коршунов. – Режим доступа : <http://www.affect.ru/articles/article/show/85.htm>
4. Криворог Е. Партизанский маркетинг, или нестандартные коммуникационные приёмы на рынке Украины / Е. Криворог // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 4. – С. 38–41.
5. Ковальчук С. Сучасний «партизанський маркетинг» / С. Ковальчук, О. Тябіна // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5.
6. Мороз Л. А. Проблеми використання нестандартних методів маркетингових комунікацій / Л. А. Мороз // Логістика: збірник наукових праць. – № 690. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – С. 109–113.

**Мельничук Я.В.**, студентка групи 41б

**Кравченко Ю.М.**, студентка групи 41б

**Станіславчук Н.О.**, науковий керівник, викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

## **СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПЕРСОНАЛОМ В КОМЕРЦІЙНОМУ БАНКУ**

Комерційні банки на сьогоднішній день є важливими інститутами без яких не можливо здійснювати різноманітні операції та розвивати економіку загалом. Здійснюючи свою діяльність кожен банк робить усе для того, щоб



задовільнити потреби клієнтів і тим самим створити для себе сприятливі умови розвитку.

Успішність і конкурентоздатність банку багато в чому залежать від ефективності управління людськими ресурсами. Тому в управлінському інструментарії всіх керівних органів банківських установ в обов'язковому порядку велика роль повинна надаватись проведенню ефективної і продуманої кадрової політики.

Особливостям кадрової політики сучасної банківської установи на нинішній день присвячено багато наукових досліджень, серед яких на особливу увагу заслуговують праці Л. К. Семів, Р. А. Семіва, Т. Н. Лобанової, О. В. Дубовик, Т. В. Мазило та ін. Незважаючи на те, що більшість проблемних аспектів, у рамках окресленої тематики, вивчені досить ґрунтовно і різнобічно, усе ж, на нашу думку, деякі з висвітлених науковцями проблем потребують більш детального та сучасного висвітлення.

Концепція управління персоналом – це система теоретико-методологічних поглядів на розуміння і визначення сутності, змісту, цілей, завдань, критеріїв, принципів і методів управління персоналом, а також організаційно-практичних підходів до формування механізму її реалізації в конкретних умовах функціонування підприємств [2].

Сучасні банки, як правило, формують свій колектив як із досвідчених працівників, що мають спеціальну освіту.

Це пов'язано з бажанням банків скоротити витрати за рахунок перебудови внутрішніх процесів у сторону деталізації, наслідком чого є скорочення посад, які потребують високої кваліфікації, і розширення посад, які досвіду роботи не потребують. Відповідно, виникає висока диференціація доходів банківських працівників.

На даний час, заходи підвищення ефективності праці банківського персоналу орієнтуються саме на людський фактор, а не тільки на робочу силу.

До основних складових якісної та ефективної кадрової політики сучасного банку можна віднести:

- безперервне підвищення кваліфікації кадрів до рівня світових стандартів шляхом використання сучасних форм і методів навчання;
- забезпечення структурних підрозділів банку найбільш підготовленим, висококваліфікованим персоналом;
- досягнення оптимальної чисельності і структури трудових ресурсів;
- забезпечення соціальної захищеності співробітників;
- забезпечення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективах підрозділів банку;
- збалансованість доходів персоналу і прибутку, який одержує банк;
- використання сучасних методів в управлінні персоналом [1].

Варто звернути увагу на те, що при формуванні ефективної системи добору кадрів, перш за все, потрібне чітке формулювання вимог до кандидатів на вакантні посади. До того ж, крім традиційних характеристик (надійність, розважливність, професіоналізм), сучасний банківський керівник повинен мати і такі властивості, як внутрішня самодисципліна, психологічна стабільність і вміння працювати в умовах стресу, комунікативні навички. Також, важливо привернути увагу на найбільш перспективних випускників спеціалізованих навчальних закладів.

Головною особливістю при прийомі кадрів на посади є використання технології управління персоналом. Під технологією управління персоналом розуміють сукупність прийомів, способів, форм і методів впливу на персонал у процесі його наймання, використання, розвитку та звільнення з метою отримання найкращих результатів трудової діяльності.

Основним завданням управлінських персонал-технологій є оптимізація та підвищення результативності управлінського процесу щодо роботи з персоналом, що досягається через пошук та застосування більш ефективних методів управління персоналом, які сприяють раціоналізації процесу управління шляхом виключення окремих видів діяльності чи операцій, зокрема тих, які не є необхідними для досягнення поставленої мети та вирішення управлінських завдань.

Отже, у сучасних умовах триває процес розвитку та оновлення концепції управління персоналом, при цьому удосконалюються як система управління персоналом, так і методи та інструменти, що використовуються. На нинішній день у банківській сфері центральним принципом кадрової політики є «найкращі позиції мають займати найкращі фахівці». З огляду на це, для вирішення поточних питань трудової діяльності персоналу, підвищення ефективності системи управління персоналом, необхідно активізувати використання сучасних персонал-технологій, які відповідають умовам бізнес-середовища.

### **Література:**

1. Базаров.Т.Ю. Управління персоналом: підручник / Т.Ю. Базаров, Б.Л. Єремін - М.: ЮНІТІ, 2015 – 56с.
2. Дубовик О. В. Нові підходи до управління персоналом банківських установ: «знаннєвий» контекст / О. В. Дубовик, Л. К. Семів, Р. А. Семів // Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ). – 2011. – № 2 (11). – С. 319–324.

**Нікітенко К.Г., Осипова Л.Д.,**

магістранти каф. Менеджменту організацій та  
управління проектами  
Запорізька державна інженерна академія

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК МАГІСТРАЛЬНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Однією із складових підприємства, як цілісної виробничо-господарської системи, поряд з управлінням її діяльністю є управління персоналом – самим активним капіталом. В літературі можна зустріти інші варіанти структурування системи підприємства, але завжди виділяється кадрова складова, як основна частина системи управління.

Останнім часом опубліковано багато праць вітчизняних авторів з проблем теорії і методології управління, оптимізації галузевої структури підприємств і структури управління, раціоналізації апарату управління, теорії і практики прийняття управлінських рішень.

Помітний внесок у загальну теорію управління зробили вчені близького зарубіжжя – В.Г. Афанасьєв, Д.М. Гвішіані, О.А. Дейнеко, Г.Х. Попов, М.М. Федоренко, В.О. Трапезников та України – В.Г. Воронкова, В.М. Глушков, В.І. Терещенко та ін.

Нині поширені і використовуються такі поняття, як: управління трудовими ресурсами, управління працею, управління кадрами, управління людськими ресурсами, управління людським фактором, кадрова політика, кадрова робота і т.д., котрі так чи інакше відносяться до трудової діяльності людини та управлінню її поведінкою на виробництві. Для нас є цікавим поняття „управління персоналом”, але не кадрами, бо ці терміни не варто використовувати як синоніми через те, що в ряді високорозвинених країн (наприклад у Франції) до кадрів традиційно відносять лише управлінців найвищого та середнього рівнів, спеціалістів, що мають високу професійну підготовку. В зв'язку із зростаючою роллю людського чинника в сучасному виробництві, однією з найважливіших функцій управління персоналом стає розвиток персоналу, а не просто приведення його чисельності у відповідність до наявності робочих місць, що потребує іншого підходу до прийняття управлінських рішень. Це стало аргументом для виділення управління персоналом в окремий напрямок менеджменту.

В літературі можна зустріти приклади різного тлумачення поняття «управління персоналом». Одні автори у визначенні оперують метою та методами, за допомогою яких можна її досягти цієї цілі, тобто акцентують увагу на організаційному аспекті управління. Інші автори найбільшого значення надають змістовій частині, що відображає функціональний бік управління. Типовим прикладом першого підходу є визначення В.П. Галенко: „Управління персоналом – це комплекс взаємопов'язаних економічних,

організаційних та соціально психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможності підприємств”

Управління персоналом у єдності своїх різноманітних функцій, суб'єктів і методів виступає предметом науки “управління персоналом”.

Управління персоналом — відносно молода наука, хоча велика кількість її ідей і теорій виникли ще на початку ХХ ст. і навіть раніше. Довгий час вона розвивалася у межах різних наук, пов'язаних з виробництвом і діяльністю комерційних, а також державних організацій, а процес виділення у самостійний науковий напрямок в рамках менеджменту завершився у 60-70-х роках ХХ ст.

У становленні кадрового менеджменту як професійної діяльності протягом ХХ століття виділялись періоди чітко виражених принципів, ідей, доктрин і підходів до управління персоналом. В період між першою і другою світовими війнами, опираючись на досвід країн Заходу, виділяли два основних підходи в роботі з персоналом: доктрина наукової організації праці та доктрина людських відносин.

Якщо перша доктрина акцентувала увагу на вдосконаленні технологій, включаючи «Тейлорівський конвеєр» і зведення до мінімуму можливості вмішуватись людині в технології, зробити їх незалежними від кваліфікації та інших характеристик робочої сили, то друга — акцентувала увагу на значенні морально-психологічних факторів впливу на персонал.

Представником першого підходу був відомий американський інженер Ф. Тейлор. Представником другої — соціолог Е. Мейо, який у 30-ті роки провів наукові дослідження на підприємстві «Вестерн електрик компані», яке працювало неефективно, незважаючи на впровадження тейлорівських методів. Суть його досліджень у зміні та чергуванні умов праці — покращувалось чи погіршувалось освітлення, інтер'єр виробничих цехів, включалась музика під час роботи, і як наслідок — продуктивність праці не погіршувалась. Стимулом до праці було визнання цінності роботи працівників. Той факт, що повага до працівників, розвиток неформальних контактів більше вплинули на продуктивність праці, ніж удосконалення методів і умов, послужило основою

для нового розуміння ролі поведінки людей в організації, яка мотивується не логікою або фактами, а почуттями, на основі чого сформувались моделі людських відносин. Ці теорії набули значного поширення в західних країнах Європи після закінчення другої світової війни. Впровадження цільового менеджменту персоналу, групового навчання, робочих нарад та інших форм залучення працівників до управління організацією бере початок із моделі або «школи людських відносин», автором якої, як уже зазначалось, був американський соціолог і психолог Е. Мейо.

Саме з появою управління персоналом як спеціалізованої діяльності в системі сучасного менеджменту пов'язане становлення кадрового менеджменту, що поступово інтегрує і трансформує сформовані форми кадрової роботи. Важливим етапом цього процесу стали асиміляція ідей системного підходу, розробка різних моделей організації як системи - не тільки функціонуючої, але і такої, що розвивається, - на основі яких сформувався новий підхід у кадровому менеджменті - управління людськими ресурсами.

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

## **АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Щоб забезпечити потребу в трудових ресурсах, необхідно забезпечити планомірне їх відтворення. Тому для забезпечення достатнього рівня відтворення трудових ресурсів необхідно врахувати дію всіх факторів, що впливають на даний процес. Основними з них є: економічні, соціальні та демографічні. На даному етапі розвитку економіки зростає роль економічного фактора, або економічних інтересів працівників, що зайняті в сільському господарстві. А саме, на перше місце виходить система матеріального стимулювання працівників[1].

Аналіз структури доходів населення Херсонської області (рис. 1),

свідчить, що основними статтями доходів є заробітна плата та соціальна допомога. При цьому особливістю області є те, що питома вага державних соціальних допоміг у структурі доходів перевищує частку заробітної плати. Це означає, що заробітна плата не є первинним і основним джерелом доходів населення Херсонської області.

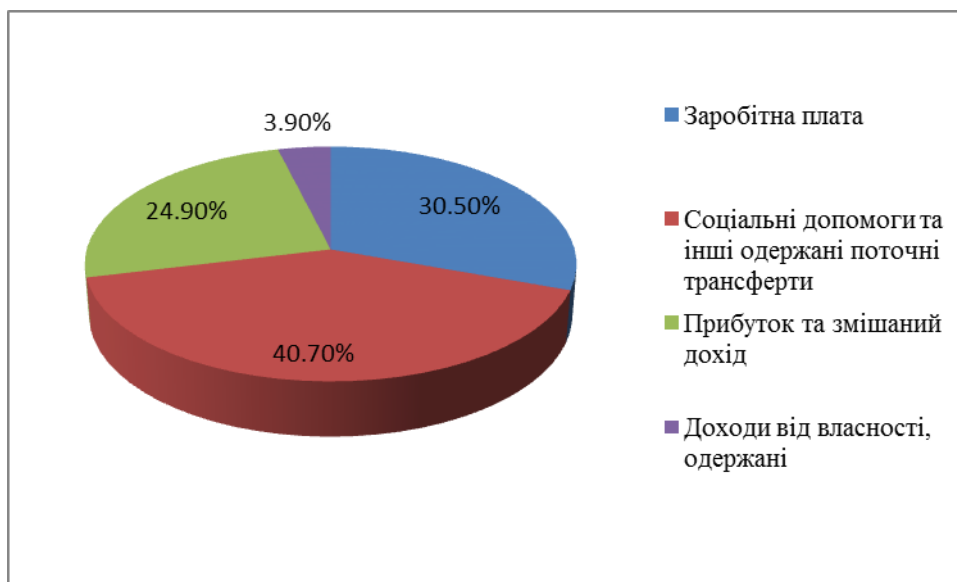


Рис. 1. Структура доходів населення Херсонської області у 2015 р., %

Працівники сільського господарства отримують заробітну плату, яка є нижчою порівняно з іншими галузями, наприклад промисловістю (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка рівня номінальної заробітної плати за видами економічної діяльності в Херсонській області

Вид економічної діяльності	Роки					Відхилення 2015 р. від 2011 р. (+,-)	
	2011	2012	2013	2014	2015	грн.	%
Сільське, лісове та рибне господарство	1675	1812	2037	2318	2926	+1251	+74,7
Промисловість	2170	2503	2641	2860	3671	+1501	+69,2
Сільське, лісове та							

рибне господарство у % до промисловості	76,9	72,4	77,1	81,0	79,7	X	+2,8 в.п.
---	------	------	------	------	------	---	-----------

З проведених розрахунків бачимо, що заробітна плата в сільському господарстві в порівнянні з промисловістю є досить низькою. Так у 2014 р. заробітна плата працівника сільського господарства в середньому по області складала 2318 грн. (81,0% від заробітної плати в промисловості) в той час як у промисловості вона дорівнювала 2860 грн., що в 1,2 рази більше ніж в сільському господарстві. Відповідно у 2015 р. заробітна плата в промисловості в 1,3 рази перевищувала заробітну плату в сільському господарстві.

Однак негативним є те, що зазначений розрив має тенденцію до зростання. Так за період з 2011 по 2015 рр. заробітна плата в сільському господарстві області зросла в 1,6 рази, а в промисловості в 1,7 рази. Тобто заробітна плата працівників сільського господарства і надалі залишається нижчою ніж в промисловості.

За даними табл. 2 бачимо, що середній розмір середньомісячної номінальної заробітної плати по Херсонській області є нижчим в порівнянні з даними по Україні за весь аналізований період. Так у 2011 р. заробітна плата по області була нижчою в порівнянні з даними по Україні на 663 грн., у 2012 р. – на 757 грн., у 2013 р. – на 801 грн., у 2014 р. – на 863 грн., у 2015 р. - на 1072 грн.. Якщо порівнювати заробітну плату працівників сільського господарства, то її розмір по області є також нижчим ніж середні дані по Україні.

Таблиця 2

Динаміка розміру середньомісячної номінальної заробітної плати  
працівників за видами економічної діяльності в Херсонській області

Вид економічної діяльності	Роки					Відхилення 2015р. від 2011 р. (+,-)	
	2011	2012	2013	2014	2015	грн.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Всього: по області	1970	2269	2464	2617	3123	+1153	+58,5



по Україні	2633	3026	3265	3480	4195	+1562	+59,3
Сільське, лісове та рибне господарство:							

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7	8
по області	1675	1812	2037	2318	2926	+1251	+74,7
по Україні	1853	2086	2340	2556	3309	+1456	+78,6
Промисловість:							
по області	2170	2503	2641	2860	3671	+1501	+69,2
по Україні	3107	3478	3763	3988	4789	+1682	+54,1

Якщо провести співставлення із заробітною платою в промисловості, то розмір заробітної плати працівника сільського господарства на 20,3% нижчий. Так у 2015 р. заробітна плата в промисловості становила 3671 грн. при тому, що в сільському господарстві вона була на рівні 2926 грн. Така тенденція спостерігається на протязі всього аналізованого періоду.

Виходячи із таких обставин жителі села не зацікавлені працювати в сільському господарстві і змушені займатися не лише сільським господарством, а і іншими видами господарської діяльності. Для сільського господарства гостро постають такі проблеми як переміщення трудових ресурсів, відтік спеціалістів, низька економічна активність населення.

### Література:

1. Мисник Т.Г. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів на сільськогосподарських підприємствах АПК: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Т.Г. Мисник. – Дніпропетровськ, 2010. – 20с.

2. Статистичний щорічник Херсонської області за 2015 рік / За ред. В.А. Вознюка. – Херсон: Головне управління статистики у Херсонській області. 2016. – 488 с.

Дашевська Л.М., викладач  
ДВНЗ "Херсонський державний аграрний університет"

## СУЧАСНЕ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ У НЕМОВНИХ ВНЗ

Реформування вищої освіти і науки України вимагає перегляду та оновлення цілей, принципів, змісту навчання, методів викладання, форм контролю та критеріїв оцінювання та самооцінювання, засобів навчання як загалом в системі вищої освіти, так і в межах кожної конкретної спеціальності. Так, розвиток професійної досконалості, що забезпечить появу висококваліфікованих фахівців та їх мобільність як на українському, так і міжнародному ринку праці, робить вивчення іноземної мови (ІМ) та культури неодмінним компонентом системи освіти майбутнього фахівця.

Базовими документами, що забезпечують практичну реалізацію кінцевих цілей навчання, виступають національні програми з навчання іноземних мов у ВНЗ України. Звичайно, що викладання ІМ для нефілологічних спеціальностей, до яких відносяться і майбутні менеджери, значною мірою відрізняється від викладання ІМ як профільюючого предмету. В цьому випадку здійснюється викладання іноземної мови як мови професійного спілкування, що поєднує в собі знання мови та профільюючого фаху.

Згідно опитувань, які проводилися за кордоном ще в 70-х роках, найважливішими факторами, що визначають успішність менеджера, вважалися знання в галузі виробництва, ринку, збуту та управління, а що стосувалося знань іноземної мови або "обізнаності з соціальним оточенням країни, яка приймає", то вони займали останні місця в шкалі опитувань. Сьогодні знання

ринку поступилися місцем знанням ІМ, а на першому місці фахівці визначають “знання менталітету своїх партнерів”.

Тобто, для успішної діяльності майбутній менеджер повинен оволодіти навичками та вміннями спілкування ІМ, знаннями національних особливостей цільової культури та міжкультурних відмінностей, що можуть привести до непорозуміння та конфронтації, оволодіти стратегіями вирішення таких ситуацій. Предмет “Іноземна мова” повинен перейти з розряду “додаткових дисциплін” до переліку обов’язкових, таких, що супроводжують вивчення основного фаху, та роблять професійне спілкування засобами іноземної мови на міжнародній арені не лише можливим, а й успішним.

Для розв’язання цього питання в Україні були створені Програми з іноземної як мови спеціальності: “Програма з англійської мови для професійного спілкування (ESP)” та “Рамкова програма з німецької мови для професійного спілкування для вищих навчальних закладів України”.

Ціль навчання ІМ повинна максимально зближати основний фах з використанням ІМ, тому для немовних ВНЗ основною метою навчання ІМ є розвиток насамперед професійно орієнтованої комунікативної компетенції.

Тобто, цілі занять з іноземної мови за професійним спрямуванням у немовному ВНЗ це розвиток іншомовної діяльнісної компетенції як у повсякденних, загальних ділових, так і у фахових ситуаціях, що, поряд з навчанням іншомовного спілкування, передбачають:

- усвідомлення студентом відносин між власною та іноземними культурами,
- розвиток і активізацію міжфахового мислення,
- формування навичок та вмінь автономного навчання, що передбачає формування у студента власної відповідальності за результати навчання шляхом організації навчального процесу спільно з викладачем.

Діяльнісна іншомовна компетенція це здатність і готовність людини самостійно, відповідально та належним чином діяти засобами ІМ у контексті

іншомовної культури та кваліфіковано вирішувати або опрацьовувати проблеми чи завдання.

Необхідно зауважити, що діяльнісна іншомовна компетенція виступає як загальна мета навчання ІМ у немовних ВНЗ, а основною метою навчання іноземній мові за професійним спрямуванням є розвиток у студентів професійно орієнтованої міжкультурної комунікативної компетенції, як складової діяльнісної іншомовної компетенції.

Професійно орієнтована міжкультурна комунікативна компетенція – це мотиви, інтереси, знання, навички та вміння, які забезпечують кваліфіковану професійну діяльність у приватній, суспільній, професійній та освітній сферах спілкування в багатонаціональному суспільстві іноземною мовою, а також невербальними (формули, графіки) та паралінгвістичними (жести, міміка) засобами спілкування у контексті цільової культури.

Ця компетенція є результатом взаємодії та комплексної реалізації ряду компетенцій, а саме (1) навчання іншомовного спілкування здійснюється шляхом формування та розвитку іншомовної комунікативної компетенції; (2) розвиток і активізація міжфахового мислення досягається через інтеграцію фахової компетенції; (3) усвідомлення студентом міжкультурних особливостей, функціонування діалогу культур можливе лише за умови розвитку соціокультурної компетенції; (4) активна позиція студента у навчальному процесі, його відповідальність за результати навчання через співробітництво з викладачем реалізується завдяки формуванню навчальної компетенції; (5) безперервне навчання протягом життя є результатом якісного формування у ВНЗ стратегічної компетенції.

Таким чином, у якості основної цілі навчання ІМ у немовних ВНЗ є формування та розвиток професійно орієнтованої міжкультурної комунікативної компетенції, яка виступає складовою діяльності іншомовної компетенції та обумовлена розвитком комунікативної, соціокультурної, фахової, навчальної та стратегічної компетенцій. Підручники та методичні

розробки повинні містити міжкультурну фахову та соціокультурну інформацію, професійні ситуації і завдання та формувати техніку і стратегії їх вирішення.

**Дроботя Я. А.**, к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

### **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ТНК**

Фінансові ризики – невід’ємна складова діяльності будь-якого підприємства. Цілі підприємства як стратегічні так і операційні безперечно пов’язані з управлінням даними ризиками. Однак, щоб ефективно управляти фінансовими ризиками їх необхідно спочатку означити та враховувати певні особливості фінансових ризиків пов’язані із галузевою приналежністю підприємства, його міжнародною діяльністю тощо. Транснаціональні корпорації – це підприємства, які відрізняються тим, що здійснюють свою діяльність на територіях декількох держав, тобто це підприємства, що здійснюють міжнародну діяльність [1].

Оскільки діяльність транснаціональних підприємств є міжнародною, то відповідно і фінансові ризики, що виникають у даних підприємств мають свої відмінності порівняно із ризиками підприємств, які діють в рамках однієї держави.

До особливостей управління ризиками ТНК, з нашого погляду, слід віднести, те, що:

- фінансові ризики можуть виникати в межах ТНК в цілому та в межах лише певного філіалу;

- управління ризиком розподіляється на дві складові – системний підхід, тобто управлінські заходи щодо ризику в межах ТНК та управління фінансовим ризиком в межах філіалу;

- управління фінансовими ризиками як на рівні материнської компанії так і на рівні філіалу залежить від потреб материнської компанії;

- стратегії управління фінансовими ризиками ТНК включають механізми нейтралізації ризику шляхом можливостей здійснення операцій на фінансових ринках країни базування філіалів та міжнародному фінансовому ринку;

- систематичний ризик підприємств ТНК відповідно складається із систематичного ризику, що виникає на фінансовому ринку певної країни та систематичного ризику, що виникає в межах світового фінансового ринку;

- систематичний ризик ТНК можна частково диверсифікувати шляхом створення філіалів в різних країнах;

- особливості несистематичного ризику пов'язані із внутрішньою структурою діяльності ТНК: управління фінансовими ризиками може здійснюватися централізовано та децентралізовано, з використанням обох підходів.

- валютний та політичний ризики – основні групи ризиків ТНК, при чому політична складова ризику для ТНК має вагомим значення і полягає в ставленні країни реципієнта інвестицій до діяльності ТНК в межах держави, а валютний ризик пов'язаний із можливістю виникнення втрат при здійсненні конверсійних операцій;

- діяльність здійснюється в умовах різних податкових систем та різного страхового захисту;

- виникає можливість ризику подвійного оподаткування;

- фінансовий ризик ТНК залежить від цінового контролю в межах певної держави;

- захист від ризику потенційних збитків і інфляційного ризику здійснюється шляхом переміщення діяльності в іншу країну.

Однак, поряд із відмінностями ТНК властиві і ризики, що притаманні підприємствам, які здійснюють діяльність в межах однієї держави.

### Література

1. Петрашко Л. П. Міжнародні фінанси : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Л. П. Петрашко. — К. : КНЕУ, 2003. — 221 с.

**Лапіна А.В.**, студентка

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

**Виноградова Т.І.**, старший викладач

кафедри менеджменту організацій

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Зміни, що відбулись в національній економіці в останньому періоді створили умови за яких організація кадрової роботи підприємств має відбуватись на більш професійному рівні.

Актуальна проблема впровадження у системі управління вітчизняними готельними підприємствами сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку готельних послуг.

При обслуговуванні туристів та інших категорій громадян не достатньо на сьогоднішній день тільки забезпечити високий рівень комфорту проживання, необхідно постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх

послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля та ін.

Сучасний стан всіх галузей промисловості та сфери послуг вимагає застосування нових підходів до створення продукції, обладнання, технологій, якості надання послуг та розвитку їх в цілому. Ринкові умови ставлять нові завдання, які потребують свого вирішення на сучасному рівні з використанням новітніх технологій управління людськими ресурсами організацій готельно-ресторанного бізнесу.

Управління людськими ресурсами – невід’ємна складова розвитку будь-якого підприємства чи установи.

До його складу входить перелік видів діяльності, спрямований на формування і координацію людських ресурсів організації. Людські ресурси є одним з найбільших капіталовкладень, адже вони забезпечують якісний розвиток закладів готельно-ресторанних господарств на високому рівні.

Готельно-ресторанний бізнес характеризується високим ступенем інтенсивності розвитку та вимагає постійного оновлення всіх його складових. Це спричинено кон’юнктурою ринку сфери послуг та специфікою галузі. Заклади готельно-ресторанних господарств повинні постійно впроваджувати нові технології, підвищувати якість надання послуг, а це неможливо без сучасного управління персоналом. Тому ключовим питанням розвитку готельно-ресторанного бізнесу є широке впровадження та постійне оновлення методів управління людськими ресурсами.

Основу концепції управління персоналом підприємства повинна складати зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед закладом сфери послуг. Чітке завдання діяльності підприємства забезпечить необхідні умови для його якісного розвитку.

Однак, сьогодні в управлінській структурі людськими ресурсами в Україні спостерігається ряд негативних факторів, які погіршують економічне



становище закладів готельно-ресторанних господарств. До них можна віднести наступні:

- прийняття на керівні і відповідальні посади працівників за різними ознаками (партійна, релігійна, сімейна);

- відсутність ефективної системи добору працівників, так як існуюча централізована система перерозподілу випускників вищих навчальних закладів фактично не діє;

- відсутність системи мотивації і стимулювання ефективної роботи (через існування системи перерозподілу результатів праці як в середині підприємства, так і в державі в цілому);

- відсутність дієвої державної політики в сфері управління персоналом.

Такі негативні фактори і спричиняють неефективне функціонування більшості закладів сфери послуг в Україні, хоча її частка в структурі державних доходів може складати до 18...35%.

Основу концепції управління персоналом підприємства повинна складати зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед закладом сфери послуг. Чітке завдання діяльності підприємства забезпечить необхідні умови для його якісного розвитку.

Отже, актуальним завданням для підвищення якості надання послуг та ефективності функціонування закладів готельно-ресторанних господарств є створення не тільки дієвої державної політики у цій галузі, а й в першу чергу – нового підходу на основі використання сучасних технологій управління людськими ресурсами та концепцій управління персоналом підприємств. Причому швидкість впровадження запропонованих рішень буде залежати від комплексного аналізу розвитку закладів та використання заходів, спрямованих на підвищення якості надання послуг.

### Література:

1. Мальська М. П. Організація готельного обслуговування. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько.- К. : Знання, 2011. - 366 с.
2. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика. / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К. : ЦУЛ, 2012. - 368 с.
3. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика. Підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.

**Панкратьєва Т.Л.,**

асистент кафедри публічного управління та адміністрування  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Реалії ринкової економіки визначили величезну кількість проблем, практичне вирішення яких ускладнено через відсутність відповідних теоретичних розробок. Однією з таких проблем сучасності є проблема збуту продукції. Служби маркетингу, які створені на підприємствах, ще не є оптимальними. Вони не можуть проводити необхідну роботу через невідповідність відповідних фахівців, відсутність необхідного інформаційного, методичного, технічного забезпечення. Ці служби не займаються визначенням асортиментної політики, аналізом каналів збуту при їх виборі, оцінкою ефективності укладених договорів (контрактів, угод), розробкою комплексної програми рекламної діяльності, складанням бізнес-концепцій щодо обслуговування покупців і іншими дуже важливими проблемами збуту.

Підвищення ролі збутової діяльності торговельних підприємств на сучасному етапі зумовлене декількома причинами: за часів товарного насичення неможливо обійтися без спеціальних, наближених до покупця, збутових мереж; сьогодні посилюється боротьба за споживача, що потребує

постійного вдосконалення збутової діяльності, підвищення її ефективності; існує необхідність підвищення конкурентноспроможності підприємства, яка значною мірою обумовлена організацією його збутової діяльності.

На збутову діяльність торговельних підприємств великий вплив здійснюють керовані та некеровані фактори розподілу та, відповідно, проблеми як зовнішнього так і внутрішнього характеру. До проблем зовнішнього характеру належать проблеми, що пов'язані із взаємовідносинами торговельних підприємств з іншими учасниками ринку. До внутрішніх проблем збутової діяльності торговельних підприємств належать функціональні і системні проблеми збуту. До функціональних проблем можна віднести дезорганізацію, що проявляється в роз'єднаності зусиль служби збуту та інших відділів підприємства. До системних проблем відносять відсутність стратегічного підходу до збутової діяльності підприємства; недостатнє знання поточного й перспективного стану ринку; непідготовленість підприємства до змін попиту; недосконала система інформаційного забезпечення збутової діяльності.

Збутова політика формується на базі збутового потенціалу підприємства і цілей збуту, встановлених як на стратегічному, так і тактичному рівнях. В залежності від способу вираження збутові цілі можуть бути кількісні й якісні. Цілі у сфері збуту бувають обов'язковими (без яких жодне рішення не може вважатися прийнятним) і бажаними (досягнення яких сприяє підвищенню якості й адекватності рішення); ймовірними (досягнення яких, у комплексі з двома попередніми, створює умови запобігання виникненню в майбутньому проблеми). Збутові цілі також поділяють на економічні та цілі розвитку.

Економічні цілі збутової діяльності спрямовані на максимізацію прибутку, і їх досягнення можливе за умови вдалої реалізації таких задач у сфері збутової діяльності: збільшення ринкової частки підприємства; максимізація збуту і на цій підставі — прибутку підприємства при більш повному задоволенні попиту споживачів; ефективне використання збутового апарату підприємства; вибір раціональних каналів розподілу; мінімізація сукупних витрат у господарському циклі товару, враховуючи витрати з

післяпродажного обслуговування і сервісу; раціональна поведінка на ринку з урахуванням нестійкої кон'юнктури тощо.

Цілі розвитку у сфері збутової діяльності слід розглядати, як надсистемні й внутрісистемні цілі служби збуту. Надсистемні цілі розвитку збуту пов'язані з інтеграцією та диверсифікованістю діяльності, з розвитком ринків збуту й освоєнням нових. Внутрісистемні цілі служби збуту спрямовані на підвищення кваліфікації працівників збуту, впровадження інформаційних технологій, прогресивних форм і методів продажу, стимулювання збуту і т. ін.

Слід також розрізняти кількісні й якісні цілі збуту. Кількісні цілі збутової діяльності можуть виступати у вигляді зростання обсягу продажів, збільшення частки фірми на певному сегменті ринку, підвищення швидкості обігу коштів, вкладених у запаси готової продукції і т.п. Кількісна визначеність збутових цілей дозволяє довести цільові установки у формі індивідуальних завдань до конкретних виконавців. Під якісними цілями збутової діяльності слід розуміти якість обслуговування, для чого необхідним є надійний зворотній зв'язок підприємства зі споживачами, достатньо точна інтерпретація вимог споживачів збутового апарату підприємства, кількісний опис цих цілей. Для визначення якісних цілей збуту доцільно використовувати декілька каналів зв'язку зі споживачами для більш адекватного відображення їх вимог.

Стратегічну спрямованість збутової діяльності забезпечують такі умови: підсилення маркетингової орієнтації підприємства; систематичне виявлення збутових ризиків і маркетингових можливостей підприємства у сфері збуту; забезпечення ефективної довгострокової маркетингової взаємодії підприємства з покупцями та бізнес-суб'єктами; встановлення й коректування стратегічних цілей; розробка оптимальних збутових стратегій підприємства.

Оскільки, головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності повинно надаватися якомога більше увагу. На кожному виробничому підприємстві повинна бути добре організований служба маркетингу, що займається шляхами просування своєї продукції на ринку вільної конкуренції. Основною метою роботи є оцінка

маркетингових можливостей підприємства і розробка рекомендацій по вдосконаленню діяльності по просуванню окремих видів продукції.

### **Література:**

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник / А.В. Войчак // – К.: КНЕУ, 2007. – 269с.

2. Герасимчук В.Г. Маркетинг. Графічне моделювання: Навч. посібник / За ред.. А.Ф. Павленка.// – К.: КНЕУ, 2008. – 300с.

**Яшина І.М.**, к.е.н, викладач

Херсонський кооперативний економіко-правовий коледж

## **НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

Мережа Інтернет стає все більш затребуваною у розвитку різних видів бізнесу. Донедавна науковцями Інтернет-маркетинг оцінювався лише як медіа канал передачі рекламних повідомлень. Але можливості Інтернету на сьогодні виявляють нові перспективи комунікаційної діяльності підприємств – робота з будь-якими типами інформації від текстової до мультимедійної, отримання інформації в режимі реального часу з будь-якого місця земної кулі, проведення як пасивних, так і активних маркетингових досліджень тощо.

Підприємства, що прагнуть отримувати більше доходу, бути відомими серед споживачів, завойовувати нові сегменти ринку, змушені використовувати новітні технології збуту та просування своїх товарів й послуг.

Найбільш затребуваними у структурі замовлень маркетингових послуг є маркетингові дослідження та просування товарів чи послуг підприємства.

За даними досліджень компанією Webmarketing [1] при опитуванні 600 маркетингологів США з'ясувалося, що у структурі інтернет-маркетингу найбільшу частку займають контекстна реклама, пошукова оптимізація та email-маркетинг.

Отже, варто розглянути сутність найбільш затребуваних інструментів маркетингу в мережі Інтернет, що спрямовані на просування товарів та послуг підприємств:

1. E-mail marketing. Це один з найбільш ефективних інструментів Інтернет-маркетингу для бізнесу. Він дозволяє вибудувати пряму комунікацію між брендом (або бізнесом, компанією) і потенційними або існуючими клієнтами. Тобто, створюються та відправляються електронні листи, які зручно читати на будь – якому пристрої. Результат такої комунікації виявляється як у підвищенні лояльності споживачів до компанії, так і у збільшенні нових та повторних продажів.

2. Content marketing. Це сукупність маркетингових прийомів, що ґрунтуються на створенні та поширенні корисної для споживача інформації з метою завоювання довіри та залучення потенційних клієнтів. Контент-маркетинг передбачає підготовку та розповсюдження високоякісної, актуальної і цінної інформації, яка не є рекламою, але яка побічно переконує аудиторію прийняти розповсюдженню необхідне рішення, вибрати його послугу. Переваги контент-маркетингу полягають у тому, що він ефективно привертає увагу аудиторії, допомагає завоювати довіру і ненав'язливо просуває товар або послугу на ринку.

3. SEO (Search Engine Marketing) - комплекс заходів, спрямований на збільшення відвідуваності сайту цільовою аудиторією. Пошуковий маркетинг реалізується через контекстну рекламу (поширення інформації про сайт або компанії в пошукових системах шляхом розміщення контекстних рекламних оголошень за обраними словами) та пошукову оптимізацію (сукупність дій щодо зміни сайту та елементів зовнішнього середовища з метою отримання високих позицій в «природних» результатах пошуку за заданими запитамі). У зв'язку з тим, що пошуковий маркетинг використовується величезною кількістю сайтів для залучення нових клієнтів і користувачів, фільтрувати кожен сайт вручну неможливо.

4. SMM (Social media marketing) – це комплекс заходів з використання соціальних медіа в якості каналів для просування компаній і вирішення різних бізнес-завдань. Marketing в аббревіатурі не точне слово, так як під ним мається на увазі Promotion, який входить в комплекс маркетингу. Тобто, більш точна аббревіатура Social media promotion (SMP).

5. Поведінковий таргетинг – адресне звернення рекламодавців до цільової аудиторії, тобто, користувачам надаються пропозиції товарів чи послуг, що адаптуються під їх потреби.

Результати проведених нами досліджень методом обробки вторинної інформації в мережі Інтернет, дали змогу з'ясувати, що вартість найбільш затребуваних маркетингових послуг в мережі коливається від 500 грн. до 25 тис. грн. (табл. 1).

Таблиця 1

## Середня вартість маркетингових послуг

Послуги	Середня ціна, грн.	Період
Просування товарів у соціальних мережах (SMM)	1500	1 місяць
Маркетинговий аудит сайту	600	1-4 робочих дні
Просування (розкрутка) сайту	2000	1 місяць
Контекстна реклама	400	1 місяць
- вартість налаштування акаунта	800	1 місяць
Відправлення листів по Email:	200	1000 підписувачів
- оплата за підписувачів	1000	10000 підписувачів
	5500	50000 підписувачів
- оплата за листи (за 1 лист)	0,07	до 10 тис. листів
	0,05	більше 10 тис. листів
Поведінковий таргетинг (переважно за віком та уподобаннями)		
- у соціальних мережах	1500	2 тижні
	2000	1 місяць
- на інших сайтах	7000	1 місяць

Таким чином, вищерозглянуті напрями застосування маркетингу в мережі Інтернет дають змогу підприємству збільшити кількість потенційних покупців певного товару через високу результативність у порівнянні з традиційним маркетингом.

### **Література:**

1. Аналітика [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://forbes.kz>. Дата звернення: 09.03.2017 р.
2. Маркетинговий аутсорсинг [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://marketing-revolution.ru/services/marketing-outsourcing>. Дата звернення: 09.03.2017 р.
3. Маркетинговий аутсорсинг [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://rusouts.ru/autsorsing-marketinga/autsorsing-marketinga.html>. Дата звернення: 09.03.2017 р.

**Ковальов Д.В.**, к.с-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМ ТА МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОСФЕРІ**

З початку 90-х років в Україні почали формуватися передумови для реального використання маркетингу, такі, як руйнування державної монополії, зміна відносин власності, виникнення проблем зі збутом виробленої продукції.

Сільськогосподарські виробники при реалізації своєї продукції на ринку почали стикатися з проблемами вивчення ринкової кон'юнктури, аналізу дій конкурентів, ціноутворення, вибору каналів реалізації та інших, відповідь на які можна отримати тільки за умови використання науково-практичного інструментарію маркетингу.



Обвальне формування системи ринкової економіки в Україні поставило старі підприємства та ті, що формуються на їх основі, у вкрай важке становище. Відтепер тільки вони самі мають визначати, що і у якій кількості виробляти, як і за рахунок яких ресурсів розвиватися, яку політику проводити в області ціноутворення та збуту продукції, на які групи споживачів орієнтуватися, яку поведінку обирати в довгостроковому плані в умовах міжнародної конкуренції на вітчизняному і закордонних ринках та ін. Вчитися, набиратися досвіду подібної діяльності компанії і їх керівники повинні в особливо складних і нестабільних умовах, якими характеризується сучасна вітчизняна економіка.

Потреба у свідомому використанні маркетингу і його корисність тим вище, чим більш мінливим і нестабільним є зовнішнє середовище організації, її бізнес. У спокійних, стабільних умовах можна спиратися на традиції, накопичений досвід, знання традиційних ринків. Навпроти, нестабільні і складні умови диктують свідомий і раціональний підхід до цих проблем, що поєднується з найвищою заповзятливістю; вони вимагають координації всіх сторін діяльності організації, регулювання всього комплексу дій компанії з метою досягнення її загальних стратегічних цілей, змушують розробляти глибоко продумані в довгостроковому плані підходи до використання і формування ключових ресурсів компанії.

Цільова спрямованість та організація виробництва в аграрних підприємствах при маркетинговій та виробничій орієнтації, що визначала діяльність виробників за часів розподільчої системи, суттєво відрізняються.

Орієнтацію, що її дотримувалися підприємства в СРСР можна визначити як планово-виробничу, а цілі колективу – як такі, що були спрямовані на виконання виробничої програми та досягнення певних економічних показників діяльності, передбачених планом.

В 1975р. була створена Міжвідомча рада при Міністерстві торгівлі СРСР з вивчення попиту населення та кон'юнктури торгівлі. Аналогічні ради почали діяти в союзних республіках, краях, областях. Але об'єктом її були обрані лише державна та кооперативна торгівля. Дослідженням попиту населення займалися

Всесоюзний науково – дослідний інститут. В 1975 р. була створена Міжвідомча рада при Міністерстві торгівлі інститут кон'юнктури попиту Мінторгу СРСР та аналогічний інститут при Центросоюзі та її філіали в республіках. Вони координували роботу незначної частини підрозділів державної торгівлі, а також підрозділів і служб тих галузей промисловості, що випускали так звані товари народного вжитку та споживчої кооперації.

Наприкінці 1975 р. Президія Торгово-промислової палати СРСР прийняла рішення про створення при палаті Секції маркетингу, а 17 лютого 1976 р. відбулися її установчі збори. З цього моменту можна вважати, що методологічний і практичний підхід до рішення задач виробництва і збуту продукції з урахуванням вимог, смаків і переваг споживачів, був офіційно визнаний у СРСР.

У тому ж 1975 р. в СРСР вийшов перший збірник під назвою "Маркетинг", у якому були зібрані найбільш суттєві матеріали провідних маркетингологів США і Великобританії того часу.

Передумови виникнення маркетингу в Україні пов'язані насамперед з тим, що відбулися зміни у відносинах власності. "Закон про власність" став фундаментом будівництва системи маркетингу в нашій країні. Проведена приватизація привела на практиці до руйнування монополії державної власності і твердженню різноманітних форм власності і господарювання. Виробники і споживачі від адміністративних форм зв'язків перейшли на переважно ринкові відносини у формі різного роду угод і контрактів.

Лібералізація економіки, що почалася з "звільнення" цін, зробила ринкові параметри (ціни, процентні ставки, валютний курс і ін.) орієнтирами в підприємницькій діяльності. Були прийняті закони, що визначають інституціональні рамки ділової поведінки маркетингологів, такі, як закон "Про захист прав споживачів", закон "Про рекламу", антимонопольне законодавство та ін.

В країні сьогодні, можливості розвитку маркетингу досить обмежені. Хоча треба сказати, що між моделлю маркетингу, описаній в науковій літературі і реальною практикою західних фірм теж існує певний розрив.

В сучасних умовах технічні знання та виробничий досвід керівників та спеціалістів господарств перестав бути критерієм успішного менеджменту. На перший план виходить управлінська компетентність, під якою розуміють знання сучасного стану ринку, вміння прогнозувати перспективи його розвитку, встановлювати довгострокові партнерські відносини з покупцями та постачальниками; здатність діяти з погляду на стратегічні перспективи підприємства та потреби споживачів, що і формує сучасний маркетинговий тип мислення.

**Федорова Т.В.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ОПТИМІЗАЦІЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн та займає все більш стійкі позиції у світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Зміни, які відбуваються в сервісному секторі у світовому масштабі, настільки суттєві, що сучасну економіку визначають як «сервісну» або «економіку послуг».

Ринок послуг складається з окремих ринків, кожен з яких функціонує і розвивається з певними особливостями. Дослідники сфери послуг розробили значну кількість класифікацій, в яких використані такі критерії, як: відчутність, характер попиту, обсяг послуг, складність, рівень кваліфікації, трудомісткість, економічна та соціальна орієнтація, ступінь контактності зі споживачем. Сервісна сфера охоплює значну кількість видів діяльності, об'єднаних у групи

за допомогою різних класифікацій, що використовуються як на міжнародному, так і на національному рівнях. Так, у рамках класифікації ВТО (Всесвітньої торгової організації – World Trade Organization) виділено понад 150 видів послуг, згрупованих у 12 секторів. Поряд із класифікацією ВТО у світовій практиці використовуються класифікація Організації економічного співробітництва і розвитку (Organisation for Economic Cooperation and Development), Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) та ін. Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно сервісні, але й промислові підприємства, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленого продукту, транспортні послуги, інформаційну підтримку та ін. [2].

Активний розвиток сфери послуг та оптимізація його ресурсного потенціалу обумовлений впливом цілої низки факторів, серед яких К. Лавлок виділяє такі, як [1]: політика держави, яка може використовувати такі інструменти впливу, як послаблення державного регулювання, приватизація сервісних організацій, зменшення обмежень у торгівлі послугами, посилення законів, направлених на зростання ступеню захисту прав споживачів і співробітників, посилення охорони навколишнього середовища; тенденції бізнесу, до яких відносять розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсюдження франчайзингу, орієнтація організацій на підвищення якості послуг, фокусування уваги на запитах споживачів; удосконалення інформаційних технологій, яке передбачає розвиток інформаційних технологій і має прояв в інтеграції комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, більш інтенсивному використанні комп'ютерної техніки і мережі Інтернет, появі нових і вдосконаленні традиційних видів послуг; соціальні зміни, які мають відображення в зростанні доходів населення, трансформації стилю життя, підвищенні культурно-освітнього рівня; інтернаціоналізація, яка знаходить відображення у виході

організацій сфери послуг на нові ринки, активізації процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, розширенні діяльності транснаціональних сервісних компаній. Роль сфери послуг проявляється в тому, що вона: є важливим сектором національного і світового господарства; відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу; впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва; сприяє збільшенню вільного часу; створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства; є найважливішим елементом формування сучасної якості життя; забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [3, с. 292]. Основними тенденціями розвитку ринку послуг є: зниження обсягів надання окремих видів послуг за рахунок скорочення фінансування неринкових послуг, зокрема соціальних та наукових; зміна структури попиту населення на платні послуги за рахунок збільшення частки житлово-комунальних і скорочення санаторно-курортних та оздоровчих; швидке заміщення неринкових послуг ринковими в освіті та медицині; збільшення розриву між платоспроможним попитом і пропозицією.

Для подальшого розвитку сфери послуг та оптимізації її ресурсного потенціалу необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережевих та кластерних структур

безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні).

### **Література:**

1. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб.; Киев : Вильямс, 2005.
2. Пугачевська К.Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи /К.Й. Пугачевська// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. С. 52-55.
3. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку / А. Філіпенко [та ін.] ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2003. – 684 с.

## **5. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ**

**Пилипенко К.А.**, к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

### **ПЕРЕШКОДИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ У СВІТІ**

У сучасному світі існує багато глобальних проблем, які тісно переплітаються між собою. Основна з них (яка безпосередньо впливає на долю людства), – це світова продовольча проблема або інакше кажучи – проблема продовольчого забезпечення населення у світі. Продовольча криза особливо актуальна для багатьох країн Африки, Азії, Латинської Америки і загрожує поширитися на інші території, у тому числі, як це не дивно, на територію України. Неблагополучний стан із забезпеченням продовольством населення світу на тлі інших глобальних викликів останніми роками актуалізував необхідність розроблення і схвалення на міжнародному рівні

нового курсу глобальної продовольчої політики.

Оприлюднений щорічний доклад трьох організацій у 2016 р., які працюють під егідою ООН (Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), Міжнародного фонду сільськогосподарського розвитку (МФСР) і Всесвітньої продовольчої програми (ВПП)) [2], в якому наведено уточнені дані щодо кількості людей у світі, що потерпають від хронічного недоїдання. Згідно з цією доповіддю кількість жителів Землі, які потерпають від голоду, останнім часом значно зменшилася і становить близько 756 млн. чоловік або трохи менше 12 % населення планети. Згідно з даними ФАО цей показник є найнижчим за останні 25 років спостережень. Порівняно з 1990–1992 рр. у 2015 році кількість тих, хто голодує у світі зменшилася на 258 млн. чоловік, тільки у період між 2010–2012 і 2014–2015 рр. кількість населення планети, яке хронічно недоїдало у світі знизилося на 14 млн. чоловік, або з 12,6 % світового населення до 12 % [2, 131]. Наведені у цій доповіді дані доводять, що проголошені ООН у 2000 році «Мети розвитку тисячоліття», де основною метою цієї організації визначалося скорочення впововину рівня голоду у 2015 році порівняно із 1990–1992 рр., при планомірних зусиллях усієї світової спільноти більша частина (72 з 129) країн світу вже досягли цієї мети тисячоліття. «Якщо до 2015 року вдасться утримати середні темпи скорочення числа людей, що страждають з голоду, на досягнутому в останні 20 років рівні, число тих, що хронічно недоїдають в країнах, що розвиваються, знизиться до 12,5 %», – говорилося у доповіді ФАО «Положення справ у зв'язку з відсутністю продовольчої безпеки у світі» [3, с. 8].

Директор ФАО Жозе Грациану та Силва у щорічній доповіді ФАО за 2015 рік заявив «Близькість досягнення Цілей розвитку тисячоліття з питання голоду демонструє нам, що за час нашого життя ми насправді можемо перемогти голод у світі» [2]. Але, не зважаючи на такі досягнення світової спільноти у боротьбі із голодом, за даними Global Hunger Index, нині у багатьох країнах світу й досі зберігається високий відсоток населення, яке голодує.

Організація ФАО, констатувала факт, що населенню Землі було потрібно

від 100 до 200 тис. років, щоб у 1800 роках досягти чисельності в 1 млрд. людей. А з 1941 по 2011 рік, а матеріалами спостереження, населення зросло з 2,3 млрд. до 7 млрд. Крім того, за даними французького Національного інституту демографічних досліджень, збільшення кількості землян з 6 до 7 мільярдів сталося всього за 12 років. За такий самий термін населення у свій час зросло з 5 до 6 млрд. Якщо у 2000 році налічувалося 6,1 млрд. чоловік, то, за прогнозами ФАО, у 2025 буде 8,5 млрд. чоловік, у 2050 – 9 млрд. осіб [3, с.16]. Експерти ФАО зазначають, що до 2050 необхідно буде подвоїти виробництво сільськогосподарської продукції. До того ж, людство перетнуло важливий рубіж – уперше за всю історію в містах житиме більше людей, ніж у сільській місцевості.

За іншою інформацією, в опублікованій у грудні 2012 р. Національною розвідувальною радою США (National Intelligence Council, NIC) доповіді «Глобальні тенденції 2030: Альтернативні світи» зазначалося, що за 20 років населення Землі збільшиться на 1,2 млрд. людей і сягне цифри 8,3 млрд. На 35 % збільшиться попит на харчі, майже вдвічі – на воду, а також на енергоносії. Деякі континенти і регіони, як-от Африка та Близький Схід, ймовірно, будуть відчувати гостру нестачу їжі та води [1]. Земля щороку втрачає від 5 до 10 млн. га сільськогосподарських угідь через погіршення навколишнього природного середовища.

Порівняно із 70-ми роками на кінець 2015 року кількість сільськогосподарських земель у розрахунку на одну людину скоротилася від 1,2 до 0,7 га, ріллі - від 0,38 до 0,19 га. За даними експертів ФАО, у 2015 році, з тої причини, що населення Землі продовжує зростати, а площа сільськогосподарських земель продовжує зменшуватися за означеними вище причинами, кількість сільськогосподарських земель у розрахунку на одну людину у середньому становила 0,45 га, ріллі – усього 0,16 га. [4].

Отже нині проблема забезпечення продовольством набула глобального характеру, а наведені нами проблеми послаблюють їх продовольчу безпеку.



### Література:

1. Майбутнє за версією американської розвідки: тотальне стеження за людьми і занепад світової економіки: [Електронний ресурс] / Новини NEWSru.ua. Світ – Режим доступу: <http://www.newsru.ua/world/11dec2012/prognoz.html>.
2. Офіційний сайт Європейської економічної комісії ООН [Електронний ресурс] / Щорічні доклади ЄЕК. – Режим доступу: <http://www.un.org/ru/ecosoc/unecsc/docs.shtml>.
3. Состояние дел в связи с отсутствием продовольственной безопасности в мире. [Електронний ресурс] / Доклад ФАО ООН о количестве и относительной доле недоедающих людей в мире. – Режим доступу: <http://www.fao.org/3/a-i4030r.pdf>.
4. Тутаева Н.И. К решению мировой продовольственной проблемы. Вклад ФАО. / Н.И. Тутаева [Електронний ресурс] // Мир и политика. – 2011. – №06 (57). – режим доступу: [http://mir-politika.ru/archive/?SECTION\\_ID=230&ELEMENT\\_ID=792](http://mir-politika.ru/archive/?SECTION_ID=230&ELEMENT_ID=792).

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

## КАР'ЄРА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Одним із завдань, які зараз стоять перед Україною, є забезпечення високої ефективності державного управління, а ця ефективність значною мірою залежить від державних службовців, якщо розглядати державне управління як діяльність, що здійснюється людьми, стосовно людей і винятково в їх інтересах. Саме тому ефективність державного управління тісно пов'язана з ефективністю діяльності державних службовців.

Організація системи державної служби в Україні на сьогодні має багато недоліків, і в першу чергу, в питаннях найму, просування по службі, досягнення

необхідного рівня кваліфікації, рівня корупції та мотивації державних службовців. У теорії існують дві основні моделі державної служби: кар'єрна (закрита) і посадова (відкрита). Особливістю кар'єрної державної служби є те, що кандидат вступає на службу, займаючи нижчу посаду в чітко визначеній кар'єрній ієрархії. Зазвичай, прихід на державну службу після певного навчання – це призначення на все життя. Кар'єрна модель потребує досить вузької професійної підготовки, а досвід роботи розглядається як найбільш важливий показник набуття кваліфікації. У посадовій системі посади розглядають, як у приватному секторі, їх систематизують на основі кваліфікаційних вимог. Для державних службовців у такій моделі привілеї виражено в конкурентній на ринку праці заробітній платі, а перевагу віддають так званим «універсальним» державним службовцям – фахівцям з питань управління з достатньо широким спектром знань і вмінь. Нині досить поширеною є практика застосування комбінування типових елементів, характерних для зазначених вище моделей. Досвід європейських країн показує, що жодна країна не застосовує одну з двох моделей у чистому вигляді. Зважаючи на це, вивчення світового досвіду, а також набуття та вдосконалення власного, повинно стати одним з пріоритетних завдань управлінської науки. Як зазначають українські дослідники, у вітчизняній практиці в системі роботи з персоналом в державних установах та на підприємствах, відсутня така підсистема, як «управління кар'єрою», немає механізму, який би дозволив відстежити, наскільки повно реалізуються кар'єрні можливості того або іншого працівника. Тому програма управління кар'єрою постає як розгалужена, багаторівнева стратегія з використанням знань різних наукових дисциплін: соціології, економіки, психології, менеджменту, маркетингу, економічної теорії, математичного моделювання, теорії ігор, соціоніки, інформатики тощо. Важливість цієї теми посилюється ще й з врахуванням євроінтеграційних прагнень України, адже реформування національної державної служби повинно відбуватись із врахуванням досвіду поліпшення державної служби в країнах ЄС.

Кар'єра (італ. *carriera*, франц. *carrière* – дія, життєвий шлях) – просування по службовій, суспільній, науковій та іншій діяльності. Це професійний шлях до успіху по службових сходах до престижного соціального статусу і положення у суспільстві. Кар'єра у системі конкурентоздатності державного службовця являє собою складний об'єкт наукового аналізу, який відноситься до комплексних міждисциплінарних категорій і вимагає використання різних підходів, особливо соціально-економічного та психологічного. Досягнення людини у тому чи іншому виді кар'єри залежить від відповідності між його особистістю та обставинами роботи [1].

Для визначення навичок, якими володіє людина, важливо виявити її здібності при виборі кар'єри. Методами виявлення здібностей людини, зокрема, є особисті спостереження, анкетування, тестування, вирішення творчих завдань, бесіди, інтерв'ювання, самоаналіз, обговорення. Факторами, які визначають розвиток кар'єри державного службовця виступають: бажання зайняти високу посаду, вміння працювати з людьми, значний різноманітний досвід керівної роботи, гнучкість до зміни стилю і методів управління, здатність до вироблення нових конкурентоспроможних ідей, висока професійна підготовка, сімейна підтримка, висока психофізична підготовка, вміння орієнтуватись в умовах невизначеності, вміння правильно формулювати думки на великих зібраннях [2].

Державний службовець повинен усвідомлювати кінцеву мету, бачити шляхи до цієї мети, розуміти свій статус як висококваліфікованого спеціаліста, якому держава делегувала свої повноваження та який несе відповідальність за дії, реалізація яких призведе або не призведе до наміченої мети. Для цього державний службовець повинен мати відповідний кар'єрний потенціал, під яким ми розуміємо приховані можливості, міць та силу державного службовця, які можуть бути використані для забезпечення високої ефективності роботи органу державного управління та здатності його успішно просуватись службовими сходами.

Управління кар'єрою – це процес, завдяки якому кар'єра державних службовців керівного складу планується з метою задоволення державних інтересів, носіями яких є державні організації та установи, а також переваг та інтересів кожного окремого державного службовця. Однак неврахування кар'єрного потенціалу кожного державного службовця призводить до недостатньої ефективності функціонування державної служби України в цілому.

В процесі планування кар'єри порівнюються потенційні можливості кар'єрного росту державного службовця з вимогами державної установи та розробляється план кар'єрного розвитку конкретного державного службовця і план кар'єрних змін в конкретній державній установі. Досвід показує, що розробка кар'єрних планів є дієвим інструментом підвищення ефективності роботи державних організацій та установ.

#### **Література:**

1. Біскуп В.С. Консультування з питань кар'єри та його складові / В.С. Біскуп. - Тернопіль: ТНЕУ, . 2007 – С.25;
2. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навч. посіб. / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук.– К.: Кондор. – 2003. – 296 с.

**Тарас Вайда**, канд. пед. наук,  
доцент кафедри спеціальної фізичної  
та вогневої підготовки Херсонського факультету,  
Одеський державний університет внутрішніх справ

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРСОНАЛЬНОЇ ОХОРОНИ КЕРІВНИКА ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Дослідження проблеми щодо забезпечення ефективного захисту керівника підприємства стали активно проводитись в Україні одночасно з

ринковими перетвореннями та формуванням відповідної законодавчої бази, хоча створенню умов для ведення безпечної підприємницької діяльності до теперішнього часу приділялась недостатня увага як у теоретичному аспекті, так і в практичному підході. Разом з тим у сучасних умовах постійно зростає рівень конкуренції суб'єктів господарювання, у тому числі й недобросовісної, що ставить питання забезпечення безпеки керівника організації (як її найбільш цінного представника) в розряд першочергових [1; 2].

Проведений ретроспективний аналіз випадків нападів на керівників та працівників державних й комерційних структур впродовж незалежності української держави визначає актуальність обраної теми, що зумовлює об'єктивну необхідність у подальшій розробці методичних підходів щодо забезпечення ефективного захисту цієї категорії посадових осіб, особливо при їх перебуванні в уразливих обставинах.

Метою роботи виступає дослідження сучасних запобіжних (профілактичних) заходів, котрі повинні вживатися службами охорони підприємства та які мають мінімізувати ризики й безпосередні загрози його керівнику. Нормативною базою роботи виступає законодавство України, праці О. Голубченка, В.М. Гейця, С.М. Михасюка, Г.В. Осовської, В.А. Предборського, С.М. Чистова та ін.

Загрозою для керівника підприємства можуть виступати як юридичні, так і фізичні особи – суб'єкти господарювання (організації, підприємства, окремі громадяни, іноземці тощо), дії яких свідомо спрямовані на протидію досягненню підприємством своїх основних цілей чи завдання йому прямого збитку (продукції, товару, працівникам, матеріальному, фінансовому чи науково-технічному потенціалу) [3, с. 5-6]. До групи носіїв такого негативного потенціалу входять: 1) конкуренти: підприємства, що пропонують аналогічний чи близький за якістю та функціональному призначенню товар; 2) підприємства, що використовують ті ж комунікації, приміщення, транспортні засоби, канали збуту, джерела сировини тощо; 3) організації, яким потрібні фахівці того ж профілю, котрі працюють на підприємстві; 4) кримінальні

елементи: організовані злочинні групи, рекетири; окремі злочинці, що промишляють злодійством, грабежем, розбоєм, терористи; 5) окремі контролюючі державні органи; 6) організації, що займаються промисловим шпигунством; 7) спецслужби іноземних держав тощо [4, с. 13-14].

Одним з видів завдання шкоди функціонуванню та розвитку підприємства є загроза безпеці керівництва та/або персоналу підприємства, основним джерелом яких є кримінальні елементи (кредитори-спільники злочинних елементів), конкуренти та терористи. До традиційних видів загроз (по зростанню ваги наслідків) відносять: 1) психологічний терор, загрози, залякування, шантаж, вимагання, здирництво; 2) грабежі з метою заволодіння особистими речами, майном, цінностями чи документами; 3) викрадення працівників, членів їхніх родин чи близьких родичів; 4) вбивства, котрі супроводжуються насильством, знущаннями і катуванням [5, с. 34-35]. Найбільш ймовірним є застосування вищезгаданих дій щодо керівника підприємства, його заступників, головного бухгалтера. У зв'язку з цим безпека зазначених осіб повинна бути забезпечена в першу чергу.

Охорона фізичних осіб (керівника) – заходи, спрямовані на забезпечення особистої безпеки індивідуально визначеної фізичної особи (посадової особи) шляхом відвернення та/або недопущення негативного безпосереднього впливу факторів протиправного чи іншого характеру на стан його життя (здоров'я).

Система запобігання загрозам особистій безпеці фізичної особи, яка охороняється, передбачає такі основні напрямки: 1) загальне завдання, що вирішується охоронцями (створення та підтримка безпечних умов життєдіяльності фізичної особи, яка охороняється; своєчасне вживання заходів, котрі дозволяють уникнути або нейтралізувати потенційні або реальні джерела загрози); 2) у всіх випадках дії охоронців не повинні обмежувати законні права та свободи інших осіб, створювати конфліктні або аварійні ситуації, порушувати громадський порядок чи інші законні вимоги, що діють у місцях забезпечення заходів безпеки; 3) у разі нападу на особу чи групу осіб, які охороняються, охоронець повинен вживати оперативних заходів щодо

забезпечення захисту їх життя та здоров'я, у випадку необхідності – забезпечити евакуацію потерпілого у безпечне місце, повідомивши про це правоохоронний орган і безпосереднього керівника [6, с. 51-52].

Запобіжно-силова складова безпеки підприємницької діяльності в програмі функціонування різних форм господарства має забезпечити фізичну і моральну безпеку працівників, особливо їх керівника; гарантувати безпеку майна та капіталу підприємства; забезпечувати безпеку інформаційного середовища підприємства; створювати сприятливі зовнішні умови для ведення (керування) господарською діяльністю (бізнесом).

До основних негативних впливів, котрі визначають цю складову, є фізичні і моральні впливи, спрямовані на конкретних особистостей (особливо на керівництво та провідних спеціалістів) з метою заподіяння шкоди їх здоров'ю та репутації, що становить загрозу нормальній діяльності їх підприємства [7, с. 67-68]. Негативні впливи, що завдають шкоди майну підприємства, несуть загрозу зниження вартості його активів і втрати економічної незалежності (дезінформація, знищення інформації тощо).

Протидією цим негативним впливам повинна займатися служба охорони, обов'язок якої є забезпечення фізичного захисту керівництва підприємства, організація пропускного режиму та транспортування, здійснення охорони приміщень, ліній зв'язку й устаткування.

Негативний фізичний чи моральний вплив на працівників організації проявляється у спробах фізичного усунення керівників, вищих менеджерів і головних спеціалістів, спричинюються переважно зіткненням комерційних інтересів підприємств (організацій)-конкурентів, конфліктами його керівництва з кримінальними організаціями (особами), а також політичними мотивами.

Спроби морального тиску на працівників підприємства, як правило, вчиняються з метою змусити їх здійснювати дії, що завдаватимуть шкоди економічній безпеці та ефективному його функціонуванню. Виконавцями таких дій можуть бути представники криміналітету, корумповані чиновники служб безпеки чи податкових служб, спеціально найняті особи та організації.

Значна кількість посягань на життя та здоров'я керівника підприємства здійснюється за його межами, зокрема, при переміщенні директора у транспортному засобі. У зв'язку з цим доцільно запропонувати наступні заходи безпеки при використанні керівником автомобіля: 1) до роботи допускаються автомашини тільки у справному стані; 2) перед виїздом необхідно провести огляд їх технічного стану; 3) під час руху необхідно завжди користуватися правилами дорожнього руху; 4) до керування автомобілем допускаються лише особи, які пройшли спеціальне навчання з екстремального водіння; 5) забороняється довго перебувати у приміщенні при працюючому двигуні; 6) водієві ставитися до невідомих вузлів автомобіля як до потенційно небезпечних, без потреби не доторкатися до них, поводитися обережно; 7) автомобіль має бути забезпечений вогнегасником і аптечкою; 8) заправлення автомобіля паливом необхідно здійснювати на горизонтальній площині при природному або штучному освітленні; 9) під час заправлення забороняється використовувати з будь-якою метою джерела відкритого вогню; 10) під час зупинки і стоянки автомобіля стоянкове гальмо має бути увімкнене; 11) заборонено перебувати позаду і попереду автомобіля, що рухається; 12) не знаходитися поблизу автомобіля, який стоїть під ухил [8, с. 98-99].

Дотримання вищезазначених заходів безпеки, на нашу думку, мінімізуватиме негативний вплив на керівника підприємства.

Захист фізичних осіб (керівника), а також охорона майна фізичних і юридичних осіб повинна забезпечуватися в першу чергу шляхом: 1) здійснення контролю за станом майнової безпеки об'єкта охорони; 2) запобігання загрозам особистій безпеці особам, які охороняються; 3) реагування, в межах наданих законодавством повноважень, на протиправні дії сторонніх осіб та надзвичайні обставини.

### Література:

1. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7 червня 1996 року № 236/96-ВР (із змінами станом на 12.11.2015) [Електронний



ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/236/96-%D0%B2%D1%80>.

2. Про організаційно-правові основи боротьби з організованою злочинністю: Закон України від 30 червня 1993 року № 3341-ХІІ (із змінами станом на 12.11.2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3341-12/page1-2>.

3. Андрианов В.И. Шпионские штучки и устройства для защиты объектов и информации / В.И. Андрианов : справочное пособие. – СПб: «Лань», 1996. – 272 с.

4. Грапаткин Ю.А. Экономическая безопасность фирмы / Ю.А. Грапаткин // Вестник СПбГУ. – Сер. 5. – 1995. – Вып. 2. – № 12. – С. 13-14.

5. Козлов С.Б. Предпринимательство и безопасность / С.Б. Козлов, Е.В. Иванов. – Ч. 1, 2. – М.: Универсиум, 1991. – С. 34-35.

6. Лекарев С.В. Бизнес и безопасность / С.В. Лекарев, П.А. Поріс / Толковый терминологический словарь. – М.: ЦКСИiМ «Ягуар», 1995. – С. 51-52.

7. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: Акалис, 1996. – С. 67-68.

8. Соснин А.С. Менеджмент безопасности предпринимательства / А.С. Соснин, П.Я. Прыгунов : учебное пособие. – К.: Европейский университет, 2004. – 357 с.

**Білорусов С.Г.**, кандидат технічних наук, доцент,  
директор ХОЦППК, заслужений працівник освіти України

**ПРІОРИТЕТИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ТА  
ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ ЩОДО  
ФУНКЦІОНУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД  
ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Одним із інструментів розвитку територій є реформа децентралізації влади, яка має сприяти поступовій передачі повноважень від органів виконавчої влади до органів місцевого самоврядування, що в свою чергу має забезпечити функціонування самодостатніх територій та створити умови для ефективної діяльності новостворених об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

В даний час у Херсонській області створено 14 ОТГ, значна кількість готується до об'єднання.

Важливою складовою регіонального управління є реалізація програми підтримки розвитку самодостатніх територіальних громад на період 2017 – 2018 роки, яка передбачає фахову інформаційно-правову та методично-навчальну підтримку процесів підвищення рівня спроможності самодостатніх територіальних громад та їх добровільного об'єднання в умовах децентралізації влади та розширення повноважень органів місцевого самоврядування в Херсонській області.

Підтримка стосується планування розвитку щодо вирішення виключно тих завдань, які реалізуються відповідними ОТГ, а саме аналізу умов їх розвитку, економічного стану, наявної інфраструктури, чисельності та структури людських ресурсів, тенденцій змін зазначених та інших характеристик, формування реалістичного бачення середньострокового розвитку з урахуванням існуючих загроз і можливостей щодо прийняття раціональних управлінських рішень.

Серед проблемних питань щодо реалізації запропонованих змін на рівні територіальних громад треба визначити, що реформа децентралізації з перерозподілом повноважень в бік органів місцевого самоврядування проводиться таким чином, що населенню, в основному, доводиться інформація тільки про плани територіального об'єднання громад, а питання механізмів формування та розвитку, які будуть реалізовуватись в ОТГ, залишаються, як правило, не розкритими.

Фактично існує потреба посилення поінформованості населення

Херсонської області щодо змісту процесу об'єднання територіальних громад, наслідків та реальних можливостей від цього. Виникла нагальна необхідність в наближенні інформаційно-правової та навчально-методичної допомоги ОТГ, налагодженні соціального діалогу, співпраці та комунікації між владою, бізнесом та громадами.

Херсонський обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації виступив ініціатором здійснення інформаційно-правової, навчально-методичної та тренінгово-консультативної підтримки процесів децентралізації в Херсонській області та підвищення рівня спроможності самодостатніх територіальних громад і проведення комплексу системних заходів.

Серед запропонованих ініціатив можна визначити:

- висвітлення та інформаційно-просвітницький супровід Плану заходів щодо реалізації розпорядження КМУ «Про затвердження перспективного плану формування територіальних громад в Херсонській області»;

- розроблення з урахуванням пропозицій від Ради об'єднаних територіальних громад при ОДА плану проведення консультацій та інформаційно-комунікативних заходів на обласному, районному, місцевому рівнях;

- підготовка пропозицій та змін до плану заходів з реалізації Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 року;

- проведення «круглих столів» інших інформаційно-просвітницьких заходів для керівників, працівників та окремих груп громадян існуючих та новостворених ОТГ;

- сприяння створенню інформаційних сайтів ОТГ, консультування з окремих питань їх наповнення;

- правова та методична підтримка, інформування, створення умов та послідовних дій щодо добровільного об'єднання та функціонування новостворених ОТГ;

- забезпечення виїзних інформаційно-просвітницьких, навчально-методичних та консультативно-правових заходів в існуючих та новостворених

ОТГ;

- проведення консультацій та інформаційних зустрічей з питань формування та функціонування ОТГ з громадськістю, осередками асоціацій фахового спрямування, представниками державних та недержавних фондів підтримки розвитку, тощо;

- здійснення моніторингу з питань функціонування ОТГ;

- залучення провідних фахівців та експертів до роз'яснення та консультування щодо процесу створення та ефективної діяльності ОТГ;

- організація та проведення науково-практичної конференції з питань розвитку ОТГ Херсонської області;

- організація та проведення навчання посадових осіб існуючих та ОТГ;

- проведення тематичних семінарів та тренінгів з питань формування та функціонування ОТГ;

- створення механізмів ефективної комунікації з питань інформаційно-методичної та навчально-тренінгової підтримки процесів децентралізації в межах перерозподілу повноважень між місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування в контексті підготовки кадрів ОТГ;

- формування навчальних програм підвищення кваліфікації кадрів ОТГ за дистанційною та виїзною формами організації навчального процесу.

Розроблена збалансована модель підвищення кваліфікації менеджерів з підготовки проектів та розвитку ОТГ, яка містить у собі: теоретично-інформаційну, практично-тренінгову та методично-допоміжну складові.

Реалізація запланованих заходів сприятиме підвищенню рівня обізнаності щодо реформ, позитивним переговорним процесам між окремими громадами щодо їх об'єднання або взаємодії з урахуванням різних інтересів і потреб, професійному зростанню адміністративного персоналу і вдосконаленню організаційних умов роботи органів публічної влади для здійснення позитивних змін у житті громадян сільських територій Херсонської області.

### Література:

1. План заходів з реалізації у 2016 – 2017 роках Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 року – [Електронний ресурс] - / Режим доступу: // <http://khoda.gov.ua/strategiya-rozvitku-2020>.

2. Білорусов С.Г. Реформа місцевого самоврядування: практика підготовки персоналу щодо планування місцевого розвитку // Місцеве самоврядування та Регіональний розвиток у Україні. – Видання Державного фонду сприяння місцевому самоврядуванню. Вип.№2 (6), - квітень-червень 2014. – К.: ТОВ «Інтерконтиненталь-Україна», 2014. - С.36-38.

**Олександр Недбалюк,**

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та міжнародних відносин

Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ В ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ ПРОГРАМ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Основою методичного забезпечення програмування є методичні підходи щодо визначення потреб та оцінки стратегічних можливостей окремої територіальної громади, що застосовуються у процесі формування програм місцевого розвитку. Згідно із наявною сьогодні в розпорядженні органів місцевого самоврядування організаційною моделлю формування та реалізації програм територіального розвитку потреби в реалізації програм визначаються без залучення ініціативи жителів територіальної громади, - клієнтів відповідної програми, що знижує якість та ефективність реалізації програм. Дана

публікація покликана запропонувати системний підхід щодо визначення потреб у розробці програм розвитку місцевих територіальних громад на основі досвіду США.

Метою дослідження є систематизація на основі зарубіжного досвіду методичних підходів щодо визначення потреб в реалізації програм місцевого територіального розвитку, створення цілісної методичної процедури, яка дозволить науково обґрунтовано підійти до формування програм місцевого територіального розвитку в практиці управління територіальним розвитком.

Проблема формування механізму розвитку територіальних громад на основі програм є предметом дослідження в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Б. Парді, Ю. Ращупкіна, В. Щербаченко, О. Мельниченко, О. Федоренко, О. Сунцова та ін.

Визначення потреб є систематизованим процесом аналізу характеру невідповідності між тим, що слухачі знають і можуть робити та тим, що їм належить знати і робити [1, с. 124]. Правильне визначення потреб жителів територіальної громади дозволяє працівникам органів місцевого самоврядування та залученим до виконання програми експертам зробити такі вдосконалення процесів планування, виконання та оцінки програми:

- покращується рівень доступності програми до різних категорій населення;
- в процесі вивчення потреб працівники органів місцевого самоврядування більш детально ознайомлюються з реальним станом справ в конкретній територіальній громаді;
- отримується більше інформації стосовно змісту окремих або особливих потреб населення в певній громаді;
- визначаються можливості по започаткуванню нових програм або розширенню існуючих програм, які поширюються на дані територію;
- покращується доступ до суспільної думки щодо цілей та пріоритетів роботи;
- пробуджується інтерес населення в створенні власних, місцевих

програм розвитку або у прийнятті нагальних для даної громади рішень;

– інші установи та організації, що працюють з населенням відповідної громади на місцевому рівні (органи влади, громадські організації та їх об'єднання, підприємства та ін.) ознайомлюються з науково обґрунтованою методикою створення та виконання програм розвитку, що покращує їх роботу та стан території в цілому. Даний аспект особливо актуальний для існуючих зараз в Україні умов.

Вчений Віткін [1, с. 138] виділяє п'ять основних категорій методів вивчення потреб жителів місцевих територіальних громад у виконанні програми:

- метод опитувань (анкетування);
- аналіз показників соціально – економічного розвитку;
- групова робота;
- методи прогнозування;
- вибірковий метод.

Вчений Бовул [2, с. 87] визначив три головних причини, які визначають доцільність залучення широкої аудиторії різних категорій населення до процесу вивчення потреб у виконанні певної програми:

- 1) мобілізація усіх можливих джерел та ресурсів, що можуть забезпечити підтримку процесу успішного виконання програми;
- 2) визначення шляхів вирішення наявних проблем та задоволення потреб;
- 3) надання знань стосовно методології програмування учасникам дорадчих груп через досвід їх участі в процесі планування програми.

Дослідження потреб жителів територіальної громади, - потенційних клієнтів певної програми органу місцевого самоврядування є важливою частиною процесу складання програми, який в Україні поки що недооцінюється практикою управління. Концентрація на критично важливих потребах дає впевненість, що такі обмежені ресурси як час, гроші, і робота професіоналів будуть використані ефективно і на користь людям. Результати вивчення потреб самі по собі не дозволяють основним виконавцям даної роботи узагальнити

результати вивчення потреб у вигляді ситуативного аналізу. Кожна громада, цільова аудиторія перебуває в складній і по-своєму унікальній сукупності специфічних обставин. Пропонований підхід до вивчення потреб жителів територіальної громади, апробований практикою управління в розвинених країнах, забезпечить більш точне врахування особливих умов окремої громади та забезпечить підвищення ефективності розробки і реалізації програм розвитку місцевих територіальних громад в умовах децентралізації територіального управління.

### **Література:**

1. Witkin, B. R. and Altschuld, J. R. 1995. Planning and conducting needs assessments, a practical guide. London, England: Sage Publications.
2. Boyle, P. 1981. Planning better programs. New York, NY: McGraw-Hill.

**Карташова О.Г.**, к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЗВИТОК МІСЦЕВОЇ ДЕМОКРАТІЇ ТА САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ**

Процеси глобалізації суспільства в ХХІ ст. суттєво впливають на місцеві органи влади. Україна є сусідкою країн Європейського Союзу, який дає їй численні приклади демократичного й ефективного управління державою. Наразі Україні необхідно підвищувати відповідність своєї законодавчої бази законодавчій базі ЄС, принципам верховенства права, а також будувати життєздатну демократичну державу. Інтеграція України в європейську спільноту можлива лише через розвиток в нашій державі самодостатньої системи місцевого самоврядування на засадах та принципах Європейської хартії місцевого самоврядування.



При вступі до Ради Європи в 1995 р., виходячи з логічного аналізу тексту Хартії, Україна мала визнати пріоритетність Хартії як міжнародно-правових стандартів і використовувати останні для розвитку власної системи місцевого самоврядування. Тому Україна ще до вступу до Ради Європи та імплементації обов'язкових міжнародних договорів мала привести свою законодавчу базу у відповідність з майбутніми ратифікованими договорами. Україна приєдналась до Європейської хартії місцевого самоврядування, однак деякі необхідні принципи в Конституцію і законодавство ще не імплементувала. Так, Україна зобов'язалась розповсюдити самоврядування як на базовий (на рівні громад), так і на регіональний (на рівні областей і районів) рівень. Однак до цього часу на регіональному рівні в Україні система самоврядування не має власних виконавчих органів, що суперечать принципам Хартії [1].

При ратифікації Європейської хартії місцевого самоврядування Україна не зробила жодних застережень, як це зробили більшість країн Європи, тому згадана Хартія діє на території України від першого пункту до останнього. Аналізуючи ситуацію, яка склалася в Україні на момент прийняття Хартії, можна сказати, що така ратифікація є намаганням парламенту зупинити виконавчу владу, яка спромоглася, щоб за два місяці до цього було прийнято Закон України "Про місцеве самоврядування", в якому було закладено управлінську модель "сильний 1 голова - слабка рада" [2]. Ця модель через інститут сільських, селищних, міських голів фактично підпорядковувала місцеве самоврядування в громадах місцевим державним адміністраціям. Ратифікуючи таким шляхом Європейську Хартію, Український парламент намагався заручитися підтримкою Ради Європи для стримування виконавчої влади. Європейські засади місцевого самоврядування чз'явилися в Україні завдяки протистоянню законодавчої і виконавчої влади.

У 1997 р. Асоціація міст України прийняла Хартію українських міст, що містить положення Всесвітньої декларації місцевого самоврядування, в якій визначено місцеве самоврядування як: "право й обов'язок місцевих органів

влади регулювати і вести суспільні справи під свою особисту відповідальність і в інтересах місцевого населення" [3].

Рада Європи стала тією організацією, яка з метою захисту інтересів територіальних громад, органів місцевого самоврядування проголосила принципи організації місцевої влади, яких дотримуються всі демократичні держави Європи. Таким чином, Європейська Хартія місцевого самоврядування стала результатом серії ініціатив та багатьох років дискусій, що мали місце у Раді Європи з 1968 р.

Становлення України як демократичної, соціальної, правової держави зумовлює необхідність ефективного функціонування державного механізму і органів місцевого самоврядування, через які, згідно зі ст. 5 Конституції України, народ здійснює владу [4]. Сучасні політичні й економічні перетворення в Україні спрямовані на відновлення демократичних свобод, верховенства права і закону. Центральним аспектом цього процесу є структурна реорганізація функцій центру й укорінення на місцевому рівні місцевого самоврядування. Основою чинного законодавства України стає філософія пріоритету прав і свобод людини і громадянина, публічні інститути реформуються з орієнтацією на їх забезпечення. Ідеологічні й економічні чинники суттєво впливають на формування владних структур на місцях, становлення інституту місцевого самоврядування, ефективність якого зумовлюється оптимальністю організації, поєднанням інтересів держави і територіальних громад, державної вертикалі та ініціативи низів. Оптимальне правове регулювання компетенції місцевого самоврядування має суттєве значення для їх впливу на суспільні відносини, насамперед на зростання добробуту населення, яке проживає на відповідній території, що є головною метою і завданням діяльності цих органів.

Роль органів місцевого самоврядування не обмежується національними межами. Зростає розуміння як на центральному, так і на місцевому рівні, що у світі все тісно взаємопов'язано. Фундаментальні принципи демократії, верховенства прав і свобод людини, визнання місцевого самоврядування, а

також акумульований досвід організації та функціонування місцевої влади знайшли своє закріплення у міжнародно-правових стандартах місцевого самоврядування, які відіграють значну роль у процесах становлення правової держави та реалізації місцевого самоврядування в країнах світу [2].

### **Література:**

1. Європейська хартія місцевого самоврядування [Електронний ресурс]: Закон України від 15.09.1997 р. № 452/97 ВР. - Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
2. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України // ВВР України. -1997.-№24.-Ст. 170
3. Всесвітня декларація місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <http://www.bunken.nga.gr>.
4. Конституція України // ВВР України. - 1996. - № 30. - Ст. 141.

**Осадчук І.В.**, к.с-г.н, доцент

**Кекух О.**, студентка економічного факультету,  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЛЬ СІМЕЙНОГО ФЕРМЕРСТВА У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

Метою і водночас однією з необхідних умов забезпечення сталого розвитку сільських територій є підвищення рівня і якості життя сільського населення. Однак, наразі рівень доходів сільського населення є надзвичайно низьким, що призводить до концентрації бідності на селі; демографічна ситуація вже є напруженою і надалі погіршується; на селі не вистачає якісної і кваліфікованої робочої сили; згортається соціальна інфраструктура і, як наслідок, зменшується доступність соціально-культурних закладів,

спостерігається постійна самоліквідація сільських поселень [1]. Врятувати ситуацію можуть сімейні фермерські господарства зі статусом та без статусу юридичної особи, створення яких уже більше ніж рік тому дозволено Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» [2]. Тому всі дослідження, пов'язані зі становленням та розвитком сімейного фермерства наразі є надзвичайно актуальними.

Серед наукових доробок вітчизняних дослідників є ті, в яких висвітлюються особливості створення сімейних фермерських господарств в Україні, в яких пропонуються шляхи забезпечення сталого розвитку сільських територій, але ми не знайшли серед результатів досліджень таких, в яких би вивчалася роль сімейного фермерства у вирішенні проблеми сталого розвитку сільських територій.

Мета дослідження - вивчення ролі сімейного фермерства у вирішенні проблеми сталого розвитку сільських територій.

У ході теоретичного дослідження встановлено, що під «сталим розвитком сільських територій» розуміється такий розвиток села, при якому забезпечуються зростання, диверсифікація і підвищення ефективності сільської економіки, стабілізація чисельності населення і збільшення тривалості життя, повна і продуктивна зайнятість працездатного населення, підвищення рівня і якості життя в сільських районах, раціональне використання і відтворення їх природно-ресурсного потенціалу [3].

Станом на 01.01.2016 року в Україні в сільській місцевості проживало 13,2 млн. осіб, що складало 30,8% від усього населення нашої держави [4]. Для цих людей сталий розвиток сільської території не просто слова. Це продовження тривалості життя, зростання доходів, відремонтовані дитячі садки, побудовані спортивні майданчики, доглянуті подвір'я літніх людей тощо. Врешті це просто можливість проживати в сільській місцевості, працювати на землі або деінде, але мати більш високу якість життя, ніж мали наші предки і мають селяни сьогодні.

Встановлено, що українські селяни працюють в сільськогосподарських підприємствах різних організаційних форм (господарських товариствах, приватних підприємствах, виробничих кооперативах, фермерських господарствах, державних підприємствах тощо). Крім того, в нашій державі досить успішно функціонує значна кількість господарств населення, частка яких у виробництві продукції сільського господарства у 2015 році склала 44,9%. У тому ж таки 2015 році ці господарства, у порівнянні з сільськогосподарськими підприємствами, виробили майже в 45 разів більше картоплі, в 7 разів більше вовни, в 6 разів більше овочів, у 4 рази більше молока, плодів та ягід, в 1,7 рази більше яєць, у 1,5 рази більше м'яса [5]. Однак, товарні особисті селянські господарства у недалекому майбутньому набудуть статусу сімейних фермерських господарств - нової форми підприємницької діяльності на селі. Такі господарства, при умові правильно побудованих з ними відносин держави, місцевих органів влади, могли б допомогти вирішити не лише проблему сталого розвитку сільських територій, а й значну кількість інших соціально-економічних проблем та проблему продовольчої безпеки України.

Сімейні фермерські господарства сприятимуть:

- підвищенню рівня повної і продуктивної зайнятості працездатного сільського населення, оскільки всі голови сімейних фермерських господарств без статусу юридичної особи будуть зареєстровані як приватні підприємці;

- підвищенню ефективності сільської економіки, оскільки всі сімейні фермери сплачуватимуть податки, крім того - собівартість виробництва більшості видів продукції в сімейних фермерських господарствах є меншою, ніж на підприємствах;

- диверсифікації сільської економіки, оскільки виробляючи незначну кількість продукції, зможуть швидко реагувати на зміни попиту, пристосовуватися до запитів місцевих ринків, швидко змінювати спеціалізацію, асортимент продукції;

- стабілізації чисельності населення через зменшення його механічного руху, оскільки частина сільських мігрантів, якими наразі є особи працездатного та демографічно активного віку, зацікавлена в тому, щоб мати стаж для отримання пенсії, а інститут сімейного фермерства сприятиме вирішенню цієї проблеми;

- підвищенню рівня і якості життя в сільських районах, оскільки територіальні громади отримують від сімейних фермерських господарств додаткові кошти у вигляді податків і зможуть спрямувати їх на розбудову інфраструктури сіл тощо.

Таким чином, роль сімейного фермерства у вирішенні проблеми сталого розвитку сільських територій є надзвичайно важливою.

### Література:

1. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П.Т. Саблук // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 5. – С. 21–23.

2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» № 1067 – VIII від 31.03.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1067-19>

3. Прокопа І.В. Соціальні аспекти розвитку сільських територій / І.В. Прокопа // Економіка АПК. – 2005. – № 11. – С. 48–51.

4. Осадчук І.В. Соціально відповідальна поведінка особистих селянських господарств населення / І.В. Осадчук // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (13 – 14 квітня 2017 р.): тези доповідей. – Дніпро: НМетАУ, 2017. – Частина 1. - С. 540-544.

5. Україна у цифрах 2015: статистичний збірник / За редакцією І. М. Жук. Державна служба статистики України. - Київ, 2016.

**Боліла С.Ю.,**

к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту організацій

**Гребенюк Д. С.,**

магістрант економічного факультету

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **МОДЕЛЬ НОВОГО ПУБЛІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ ДЕРЖАВОЮ ТА НАСЕЛЕННЯМ**

З самого початку ведення діалогу про вступ України в Європейський Союз перед Україною постало серйозне питання майже суцільних змін та реформувань, які б дали змогу стати повноцінним членом Європейського товариства. Одним з таких змін є прями́й діалог владних органів держави з населенням країни.

На сьогоднішній день існує дуже багато систем, які б могли покращити стан відносин держави і суспільства. Довгий час в Україні зберігається система теорії менеджменту, у вигляді моделі публічного адміністрування (public administration), яка представляє собою у широкому сенсі чітко встановлену ієрархічну систему влади [2, с. 1–4]. Основною характеристикою цієї системи є прямолінійна взаємодія вищих гілок влади (законодавчої, виконавчої та судової) з нижчими органами, а вже потім з суспільством ( територіальною громадою). За свою мету вона бере чітку координацію та затверджений план дій з питань справ у державі. Частіше ж за все публічне адміністрування розглядається у діяльності виконавчої гілки влади, як: професійна діяльність державних службовців, яка включає всі види діяльності, спрямовані на реалізацію рішень уряду; вивчення, розробку та впровадження напрямів урядової політики. Не зважаючи на ієрархію та розподіл повноважних функцій, система публічного адміністрування не спроможна до чіткого реагування та швидкої переорієнтації в умовах сучасних змін у суспільстві (соціальних, економічних, політичних). З

такою ж ситуацією стикалися і інші країни світу, що призвело до початку пошуку нових методів врегулювання нестійких, а в точності кризисних ситуацій в усіх сферах життєдіяльності країн (суспільства). Вихід знайшли у новітніх методиках топ менеджменту організацій та підприємств не державного сектору економіки. Саме ж формування методів та залучення їх до державного апарату почалось в 60-70 – ті роки ХХ ст. [4, с. 44]. Таким чином ми підійшли до самого розуміння «Новий Публічний Менеджмент» (New Public Management) – це модель державного управління, в основі якої лежать запозичені методи корпоративного управління, які застосовуються в бізнесі та некомерційних організаціях. Вона орієнтована на підвищення гнучкості прийняття рішень у державному апараті, децентралізації та делегуванні повноважень на місцеві рівні та посилення таким чином механізмів зворотного зв'язку між державою та громадянами [5, с. 3–49].

Звісно, що з появою публічного менеджменту були засновані і основні принципи: розширення прав громадян (одним з яких є контроль за діяльністю органів державної влади); оцінювання діяльності державних установ не тільки за результативною ознакою а й за ефективністю; дотримання законів та прав, а не використання їх в особових цілях; переважання прибутку над збитками; закріплення духу партнерства та співробітництва (поява так званого корпоративного устрою) між владними органами та громадою; набуття публічності та гласності дій державних установ, щоб населення було не просто зацікавлене в діяльності влади, а стало вільними споживачами і прямими учасниками державних справ; досягнення поставлених економічних цілей. Вищевказані принципи, які мають частково покращити ситуацію в державному секторі дають змогу зробити певний висновок, що в моделі нового публічного менеджменту одна із домінуючих тенденцій є організаційна. Саме її можна визначити, як дебіюрократизуючу, тобто таку, яка і надає змогу громадянам максимально прямолінійно впливати, створювати діалог та приходити до спільного консенсусу по відношенню до діяльності органів державної влади. Змістом дебіюрократизації є зміна самої структури державного управління,



створення розгалуженої гнучкої, децентралізованої та деконцентрованої, системи державного апарату, який зможе оперативно реагувати у будь-якій ситуації та бути завжди у полі зору та контролю з боку населення (територіальної громади).

Саме цей вектор дасть змогу не просто реорганізувати країну, а повністю змінити формат її організаційного складу. Таким чином, підвищення самостійності та делегування певних питань нижчим поверхам державної ієрархії дасть змогу швидкої взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем країни. Також при переході в систему нового публічного менеджменту почне з'являтися така собі «ідея топ менеджменту»: потреба у постійному рості (економічному, соціальному, політичному), а не стабільному розвитку; певна реструктуризація ланок державних органів, за для зближення з клієнтом (громадянином); внесення розуміння ефективності та рентабельності послуг державних органів по відношенню до населення; активна співпраця управління з територіальними громадами. Крім того важливо, щоб державні органи влади перейняли досвід корпоративної діяльності в середині відомств так і по відношенню до громадян, це дасть змогу підвищити зацікавленість громадян у діяльності органів державного управління та підвищить його ефективність.

### Література :

1. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотермен. – М. : Прогресс, 1986. – 424 с.
2. Босак О. З. Публічне управління як нова модель управління у державному секторі / О. З. Босак // Державне управління: теорія та практика: Збірник наукових праць. – Х.: Вид-во “Магістр”, 2010. – № 2.
3. Енциклопедія державного управління : у 8 т. – Т. 1. Теорія державного управління / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-редкол.: Ю.В. Ковбасюк (голова) [та ін.]. – К. : НАДУ, 2011. – 747 с.
4. Hughes O. E. Public Management and Administration/ An Introduction, 3d edition, Houndmills etc., 2003, 44-70 pp.

5. Hood C. A. Public Management for all Seasons? Public Administration 1/1991. – 3– 49 pp.

## **6. СУЧАСНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ, АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Рудік О.Л.**, к.с.-г.н, доцент

**Грицкова К.Ю.**, студентка

ДВНЗ « Херсонський держаний аграрний університет»

### **СУЧАСНІ БІОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ЗАХИСТУ РОСЛИН**

Загальний напрям розвитку ринку засобів захисту рослин характеризується інтенсивною екологізацією. Останні покоління хімічних засобів більш безпечні для навколишнього середовища та більш технологічні. Одночасно швидко з'являються препарати біологічного походження із високою ефективністю, дешеві, із цінними споживчими властивостями та придатні для масового застосування.

В органічному землеробстві такі препарати є одними з найважливіших засобів захисту рослин від шкідників і хвороб та забезпечення комплексної стійкості до зовнішнього впливу. Їх особливість в тому, що вони нешкідливі для людини, типові для навколишнього середовища, тварин, бджіл, ентомофагів, але з їх допомогою можливе отримання екологічно чистої продукції. Деякі із них масово виробляються і надходять у продаж також населенню.

Враховуючи їх низьке токсичне навантаження, шадну дію на корисних комах, швидке поглинання листовою поверхнею рослин, короткий термін очікування (дві доби), є достатньо підстав для застосування їх на садово-

городніх ділянках. Проте вони відмінні у технології застосування щодо хімічних засобів захисту.

Всі препарати проходять стадію реєстраційних випробувань та лише потім заносяться до Державного Переліку пестицидів і агрохімікатів, дозволених до використання в Україні, де включені як хімічні так і біологічні препарати, передбачені як для промислового застосування так і для застосування в особистому підсобному господарстві. Ефективність засобів біологічного захисту доведена результатами багаторічного застосування. Вони швидко набувають популярності не лише у особистих приватних господарствах а і на промислових виробництвах.

За видовою належністю, залежно від природи діючої речовини, біопрепарати поділяють на три основні групи:

Бактеріальні - вироблені на основі різних видів бактерій, які застосовують для боротьби зі шкідниками і гризунами, проти фітопатогенів - бактерій-антагоністів;

Грибні - основою є гриби-ентомопатогени із широким спектром дії проти шкідників та мікроби-антагоністи і гіперпаразити, специфіку яких використано у боротьбі проти хвороб;

Вірусні - виготовлені на основі ентомопатогенних вірусів. Висока специфічність цієї групи біопрепаратів обумовлює їхню дію переважно на одного шкідника.

За спрямованістю дії біологічні препарати поділяють на такі, що: захищають рослини від фітофагів, фітопатогенів, мишоподібних гризунів; підвищують стійкість рослин до шкідливих організмів; поліпшують живлення (азотне, фосфорне, калійне) і сприяють збільшенню врожайності рослин; стимулюють ріст і розвиток рослин завдяки вмісту біологічно активних сполук; поліпшують структуру і родючість ґрунту.

Для обґрунтованого вибору засобів захисту та побудови дієвої системи необхідно знати про їх особливості. Біопрепарати на основі бактерій достатньо велика група, яка представлена наступними.

Лепідоцид дозволений для обробки лісових, сільськогосподарських і паркових культур від гусениць, лускокрилих, в числі яких шовкопряди, п'ядуна, листовійки, лучний метелик, капустяна і репная білявки, білан, совки, молі та ін. Діючою основою препарату є кисталоутворююча бактерія. Білковий токсин, що міститься в препараті, призводить до загального паралічу травного тракту комахи протягом чотирьох годин після потрапляння в шлунок. При достатній дозі гусениці припиняють харчуватися, перестають рухатися, змінюють забарвлення, зморщуються, чорніють і масово гинуть протягом 3-7 діб. Наповнювачі забезпечують розтікання, прилипання.

Бітоксисабацилін – біологічний інсектицидний препарат, призначений для захисту рослин від комах - шкідників: павутинного кліща, гусениць капустяної і ріпної білявок, капустяної молі, вогнівка, бояришниця, листокруток, п'ядунів, лучного метелика. Діюча речовина - бактеріальні спори. Інертні наповнювачі забезпечують збереження, змочуваність, розтікання і стабільність препарату. Препарат, потрапляючи в організм комахи, викликає порушення функцій кишечника, внаслідок чого вже в першу добу скорочується обсяг харчування. Масова загибель шкідників настає на 2-5 добу. Крім того, бітоксисабацилін блокує харчування, знижує плодючість самок і життєздатність наступних поколінь. Найбільш ефективні робочі розчини в концентрації 0,5-1,0% (5-10 г/л), у теплицях в боротьбі з павутинним кліщем є 1,0-2,0% (10-20 г на 1 л води). При розтягнутій яйцекладці шкідника зазвичай проводять дві обробки з інтервалом в 7-10 днів проти кожного покоління. При листогризух шкідників максимальний ефект досягається при обробці рослин на ранніх термінах розвитку шкідників (I-II вік при температурі повітря плюс 18-30 градусів). Пролівні дощі, що пройшли через добу після обробки, можуть сильно знизити ефективність обприскування біопрепаратами.

Аналогом Лепідоцид, бітоксисабациліну є препарат Бікол. Крім овочевих культур, картоплі, огірка препарат можна застосовувати на яблуні при обприскуванні проти листогризух шкідників у фазі рожевого бутону, друга обробка - відразу після цвітіння: 60-160 г на 10 л води.

ВНДІ сільського господарства мікробіології розробило препарат на основі актиноміцетів під назвою Актініна. Він діє на морквяну листоблошку, що викликає сильне закручування і скручування рослин моркви, особливо поблизу хвойних лісів, з яких вона летить на зонтичні культури. Препарат проходить державну реєстрацію.

Немабакт, Ентоні - препарати, розроблені в ВІЗР на основі ентомопатогенних нематод і симбіотичної бактерії. Зареєстровані вони для боротьби з личинками коваликів - дротяників, капустиної і обліпихова мухою, західним, квітковим (каліфорнійським) трипсом.

Фітоверм створений на основі продуктів життєдіяльності ґрунтових мікроорганізмів. Призначений для боротьби з листогризучими і сисних шкідників (кліщі, попелиці, трипси, гусениці) на овочевих, плодових, квітково - декоративних та кімнатних квітах в 0,15 - відсоткової концентрації згідно інструкції. Широко застосовується на розсаді і кімнатних квітах проти трипса, попелиці, павутинного кліща. У захищеному ґрунті масова загибель шкідників настає через 6-8 годин, у відкритому ґрунті - через 8-16 годин. Тривалість захисної дії - від 7 до 20 днів після обробки. Термін очікування - два дні. Термін придатності 2 роки, розфасовка 2 мл, 4 мл, 2x2.

Існують також біопрепарати для боротьби з хворобами.

Фітоспорин - препарат широкого спектру дії на основі *Bacillus subtilis*. Застосовується на зернових, овочевих культурах і картоплі, для обробки плодових і ягідних рослин у захищеному ґрунті.

Фітоспорин М - нова форма біофунгіциду збагачена мікроелементами і гумінових біоактивованим добривом Гумі. Ці добавки стимулюють розмноження бактеріальної культури, подовжують терміни дії та зберігання Фітоспорін М, посилюють ріст - і імуностимулюючу активність препарату.

Фітоспорін М випускається у вигляді порошку, пасти, водної суспензії. Застосовують для передпосівної обробки насіння, садивного матеріалу та обприскування вегетуючих рослин, при обробці бульб, коренеплодів, овочів і фруктів перед закладанням на зберігання, для обробки ґрунту і компосту.

Бактофіт застосовується у відкритому і закритому ґрунтах для боротьби з кореневими гнилями, борошнистою россою, фітофторозом, ризоктоніозом, чорною ніжною, фузаріозом, бактеріозами на овочевих культурах, трояндах, гвоздиці. Для поливу під корінь використовується 0,2-0,3 - процентний розчин, для обприскування рослин - 0,5 - 1 -відсотковий розчин. Добре спрацьовує препарат на огірках проти корневих гнилей шляхом замочування насіння в 0,2 - процентному робочому розчині протягом 3-6 годин. Максимальна ефективність досягається шляхом поєднання передпосівної обробки з обробкою вегетуючих рослин. Препарат зберігає біологічну активність у ґрунті і на рослинах протягом 7-20 днів.

Гліокладин є аналогом Триходерміну, призначений проти корневих гнилей, особливо ефективний на огірках. Випускається у формі таблеток, нерозчинних у воді, - 1 таблетка на 300 мл ґрунту або в одну лунку під рослину.

Застосування біопрепаратів для боротьби з хворобами відрізняється від тактики боротьби зі шкідниками хімічними препаратами. Їх зазвичай починають застосовувати профілактично або при перших ознаках появи захворювання. Оскільки біопрепарати переважно представлені жими організмами, це потребує певних особливостей температурного режиму, якості та кількості води, часу обробки посівів, способу нанесення, умов та термінів зберігання препарату. Ігнорування таких умов може сильно зменшити їх ефективність. Тому при застосуванні кожного із них особливу увагу треба приділяти інструкції та рекомендаціям щодо їх застосування.

Ефективність біологічних препаратів значно посилюється в загальній системі біологічного землеробства такими заходами як сівозміна, удобрення, якість посівного матеріалу, оптимізація умов росту та розвитку.

### Література:

1. Патика В. П. Екологічні основи застосування біологічних засобів захисту рослин як альтернативи хімічним пестицидам / В. П. Патика, Т. Г. Омелянець // Агроекологічний журнал. –2005. –№ 2. –С. 21–24.

2. Біологічний захист рослин / М.П.Дядечко, М.М.Падій, В.С.Шелестова та ін.; за ред. М.П. Дядечка та М.М.Падія.— Біла Церква: НТП БДАУ, 2001.— 312 с.

3. Василенко М.Г.Регуляторы роста растений природного происхождения на посевах пшеницы яровой в условиях Северной Лесостепи Украины / М.Г.Василенко, М.В.Драга, Ю.А.Зацаринная, И.Д.Бакай // Агроекологічний журнал.— №4.— 2014.— С. 64—69.

**Бурак В.Г.**, к.т.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський держаний аграрний університет»

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ОХОЛОДЖЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НАССР**

М'ясна промисловість є однією з стратегічних галузей економіки України і покликана забезпечувати стійке постачання населення якісними та безпечними продуктами харчування. У той же час сучасні економічні умови загострили кризу управління виробництвом, а формування конкурентного середовища з великою кількістю зарубіжних компаній змусило керівників промислових підприємств звернути увагу на якість вироблених ними товарів. Таким чином, успіх подальшого розвитку можуть досягти тільки ті, хто

приділяє особливу увагу перегляду і оптимізації внутрішніх процесів, а також вдосконалення системи планування, обліку та управління.

Серед основних тенденцій вітчизняного м'ясного ринку останніх років спостерігається збільшення попиту споживання охолодженого м'яса. М'ясо є продуктом, швидко змінює свої якісні характеристики під впливом внутрішніх чинників - породи, кількості мікрофлори на поверхні сировини, величини рН, а також зовнішніх - часу, вологості, санітарного стану навколишнього середовища, і особливо температури.

Підтримка й забезпечення низької температури - основна проблема збереження якості охолоджених продуктів і невід'ємна частина системи прогнозування. Вищенаведені фактори окремо або в різних поєднаннях між собою знаходять відображення у зміні стійкості при зберіганні та органолептичних характеристиках вже готового продукту.

Заздалегідь встановлені терміни придатності в технічній документації не завжди бувають досяжні через відхилення тих чи інших факторів в технологічному процесі. Відсутність контролю на критичних етапах потребує змін на останніх етапах технологічних процесів і додаткових фінансових витрат на забезпечення якості продукту.

Великий внесок у вивчення впливу температури, рН, умов зберігання, способів упаковки внесли вітчизняні та зарубіжні вчені: Л. Ляйтнер, С. Денніс, М. Стрінгер, А. Б. Лісцін, А. Н. Спиркин, Л. А. Бушкова, Г.З. Якубов, І. А. Рогов, І. М. Чернуха, А.А. Семенова, М. А. Дібірасулаев та ін. Однак більшу увагу в дослідженнях приділялася кінцевим характеристикам продукту, а не оцінці сукупного впливу технологічних факторів в ланцюжка виробництва. Проведені дослідження не враховували багатфакторний аналіз з використанням системних інструментів оцінки збереження стабільності показників охолоджених напівфабрикатів.

Питаннями застосування процесного підходу та системного аналізу в сукупності з прийняттям рішення займалися М. Еддоус, А. І. Громов,



В.А. Панфілов, Ю. А. Івашкін, В. М. Кантере та ін. Проте дані роботи проводилися без урахування специфіки м'ясної галузі.

Стабільністю якості і безпекою випускається м'ясної продукції необхідно і можливо оперативно управляти, розглядаючи її не як одиничний показник готового продукту, а як контрольовану багатофакторну систему виробництва. Для цього доцільно використовувати різні сучасних підходи та методи інформаційних технологій, що дозволяють прогнозувати можливі зміни в продукті. У зв'язку з цим створення референтної моделі управління технологічними процесами, що передбачає встановлення точок оперативного прийняття рішення з метою прогнозування термінів придатності та попередження невідповідності є своєчасною і актуальною.

Об'єкт: свинина охолоджена в напівтушах; шийка свиняча у вакуумній упаковці, охолоджена; свинина духова у вакуумній упаковці, охолоджена.

Предмет: технологічні етапи виробництва м'ясних охолоджених напівфабрикатів.

Науково обґрунтовані і визначені керуючі впливи в точках оперативного виробничого контролю за рахунок відстеження тривалості зберігання м'ясної сировини, величини рН м'ясної сировини, температури навколишнього середовища з метою зниження реалізації біологічного ризику.

Аналіз наукових даних, представлених у літературному огляді, виявив необхідність розгляду технологічних процесів в сукупності з ризиками (факторами) і методами підтримки прийняття рішення, і апробування запропонованої моделі в промислових масштабах. Для реалізації цієї роботи, досягнення мети і вирішення поставлених завдань був складений план проведення науково-дослідної роботи. Проведення досліджень проводилося за наступними етапами.

На першому етапі був описаний технологічний процес виробництва охолоджених порціонних напівфабрикатів, проведено аналіз ризиків і виявлені найбільш значущі фактори, що визначають динаміку зміни показників якості та безпеки готового продукту, а також термінів придатності при зберіганні.

На другому етапі отримані експериментальні дані та проведено аналіз впливу різного поєднання кількох факторів: температури, часу, умов зберігання перед обвалкой м'ясної сировини і його рН на показники, регламентовані єдиними санітарно-епідеміологічними та гігієнічними вимогами до товарів, що підлягають санітарно-епідеміологічному нагляду (контролю), у тому числі мікробіологічні (КМАФАнМ, БГКП, сульфідредуцуючі клостридії, *S.aureus*, сальмонели, *L.Monocytogenes*, цвілі, дріжджі); і показники якості, що регламентуються технічними документами, у тому числі органолептичні та фізико-хімічні показники (масова частка вологи, масова частка жиру, масова частка білка, рН).

На третьому етапі була запропонована модель прогнозування реалізації ризиків залежно від впливають параметрів в ході технологічного процесу.

На четвертому етапі були визначені точки обов'язкового виробничого контролю (топку) і описана мережу технологічних процесів з використанням методології IDEF у вигляді структурованих інформаційних і матеріальних потоків. Дана модель узагальнила інформацію по виробничим стадіями, представивши виробництво напівфабрикатів як цілісну технологічну систему. У результаті були встановлені ключові вимоги до обсягу інформації, визначені точки обов'язкового виробничого контролю, сформований алгоритм управління показниками безпеки та якості, використовуваний для результативного функціонування системи.

В якості об'єктів дослідження в роботі виділені: Свинина охолоджена в напівтушах; Шийка свиняча у вакуумній упаковці, охолоджена; Свинина духова у вакуумній упаковці, охолоджена; Свинна лопатка без кості використовується для жарки, варки тушкування).

Технологічні етапи виробничого процесу. Для оцінки досліджуваних об'єктів визначали наступні показники:

1 - вміст вологи; 2 - вміст білка; 3 - вміст жиру; 4 - вміст золи; 5 - масову частку кухонної солі; 6 - зміст нітриту натрію; 7 - активну кислотність (рН); 8 - активність води ( $a_w$ ); 9 - перетравність білків *in vitro*; 10 - жирнокислотний

склад ліпідів; 11 - амінокислотний склад білків; 12 - КМАФАнМ КУО в 1 г; 13- БГКП (колі-форми); 14 - бактерії роду *Salmonella*.

Відбір проб для органолептичних і фізико-хімічних досліджень та підготовку їх до аналізу здійснювали за ГОСТ 4288-76.

Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань цієї роботи, були використані наступні методики і регламентовані процедури з метою результативною розробки та впровадження системи забезпечення безпеки готової продукції:

Для визначення показників, що характеризують готову продукцію з точки зору якості і безпеки, були використані методики, регламентовані нормативними, керівними та методичними документами.

Модель використана підприємствами м'ясної промисловості в якості основи при описі блок-схем технологічних процесів у рамках розробки та впровадження систем безпеки харчової продукції.

Запропонована робота включена в програму навчання в рамках підготовки до сертифікації в Системі добровільної сертифікації ХАССП-М'ЯСО.

### Література :

1. Австриевских А.Н. Управление качеством на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности : учебник / А.Н. Австриевских, В.М. Кантере, И.В. Сурнов, Е.О. Еромолаева. - Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2007. - 268 с.

2. Адлер Ю.П. Методы постоянного совершенствования сквозь призму цикла Шухарта-Деминга / Ю.П. Адлер, Е.Т. Хунузиди, В.Л. Шпер // Методы менеджмента качества. - 2005. - №3. - С. 23-32.

**Щербина О.В.**, к.с-г.н., доцент

**Григоренко В.В.**, асистент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ПРИ ОЦІНЦІ КОРИСНИХ ОЗНАК ПТИЦІ

Всі комерційні селекційні фірми при створенні і поліпшенню високопродуктивної птиці яєчних кросів, використовують багатолінійне схрещування для оптимізації неадитивного впливу генів. Запропонована різними фірмами племінна продукція відрізняється за окремими ознаками. Удосконалення механізму інноваційного підходу при оцінці цих ознак, які контролюються рядом генів (жива маса, несучість, маса яйця, колір шкаралупи тощо), рекомендується використовувати генетичний параметр – коефіцієнт спадковості.

Величина господарсько-корисних ознак, у відібраних особин повинна мати перевагу над середніми по лінії показниками. Для кожного кросу існують свої критерії і принципи відбору, технологічні параметри утримання, норми і режими годівлі.

Коефіцієнт спадковості – параметр, який математично характеризує долю мінливості признаку, обумовлюється спадковістю, в загальній фенотиповій мінливості, його розраховують різними методами. Мінливість живої маси курчат визначають частіше на підставі нерівномірних ієрархічних комплексів, які дають можливість встановити долю генетичного різноманіття, яке обумовлено впливом або батьків, або матерів, або тих і інших разом.

При високих показниках цього параметру вважають ефективним відбір птиці за фенотипом. Якщо коефіцієнт спадковості низький, то відбір птиці має бути і за фенотипом і за генотипом.

Слід зазначити, що величина коефіцієнта мінливості того чи іншого признаку, за яким іде оцінка у однієї і тієї ж групи птиці, може варіювати в залежності від:

- Кількості нащадків від однієї матері
- Кратності і технології оцінки признаку
- Величини того чи іншого признаку

- Методу розрахунків, тощо

Коефіцієнт мінливості слід використовувати для визначення очікуваного результату селекції птиці, але слід визнати, що теоретичні розрахунки і фактичні ефекти можуть різнитися один від одного. Це обумовлюється умовами годівлі і утримання, випадкового схрещування тощо.

Вся робота в підприємствах базується на принципі гніздової селекції птиці. І якщо навіть коефіцієнт спадковості за живою масою буде високий, на масову селекцію перейти неможливо щоб не було порушень генеалогічної структури лінії.

На сьогоднішній день фахівці племзаводів не мають чітких наукових рекомендацій для застосування цього генетичного параметру при гніздовій селекції високопродуктивної птиці. Коефіцієнт спадковості являється необхідним параметром при відборі птиці яєчних кросів, тому є необхідність у доказі доцільності застосування цього параметру, який підтверджуватиметься практикою.

**Рудік О.Л.**, к.с.-г.н, доцент

**Ящик М.В.**, студентка

ДВНЗ «Херсонський держаний аграрний університет»

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЕДЕННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Одним із механізмів екологізації сучасного сільського господарства є запровадження органічного виробництва, що дає змогу не лише вирощувати природну чисту сільськогосподарську продукцію, а й забезпечує дбайливе використання біоценозів [1]. Ведення органічного виробництва для України є перспективним напрямом господарювання, адже світовий ринок органічної продукції постійно зростає.

В даний час органічному виробництву приділяється велика увага. Обсяг світового ринку нині оцінюється у понад 40 млрд доларів США на рік, що має вагомі економічні наслідки [2]. Вже сьогодні в Україні є понад 100 сільгосп підприємств, що здійснюють діяльність на площі понад 260 тис. га за принципами органічного господарювання та сертифіковані відповідно до чинних міжнародних стандартів [3]. Звідси вивчення правових питань ведення органічного виробництва в Україні та узгодження їх діяльності із міжнародними нормами має важливе теоретичне та практичне значення й значну актуальність через можливість експорту.

Органічне виробництво, незалежно від підходів, ґрунтується на принципах сприяння розвитку природних біологічних процесів у агроекосистемах. Виробництво продукції реалізується з максимальним урахуванням умов середовища. Передбачена відмова від генетично модифікованих організмів, та продуктів із них, заборона використання хімічно-синтезованих речовин. Використання останніх у можливе лише у виняткових випадках, визначених Правилами органічного виробництва. У правилах виробництва передбачено обмеження застосування зовнішніх сировинних ресурсів, за виключенням отриманих в результаті органічного виробництва, природних речовин або речовин, які отримані природним шляхом; мінеральних добрив природного походження.

В системах органічного землеробства присутні усі складові аналогічні типовому інтенсивному виробництву (організація території, система живлення, обробітку ґрунту, захисту рослин та інші) проте вони відмінні за своїм змістом, побудовані із використанням останніх наукових біотехнологічних досягнень а тому доцільно розглянути деякі із них [4]. Одна із найбільш відповідальних це виділення земельних масивів із відповідними показниками родючості та придатних для ведення органічного господарства. При цьому важливим елементом є дотримання буферних зон та вимог щодо попередніх видів діяльності. Ці питання розглядаються та узгоджуються на етапах сертифікації органічного виробництва.

Іншою важливою складовою системи є сівозміна. Структура посівних площ та чергування культур в органічному землеробстві мають більш важливе значення та посідають особливе місце за різноманітним позитивним впливом на родючість ґрунту і врожайність сільськогосподарських культур. Це проявляється через живлення рослин, формування сприятливого біологічного середовища, відновлення родючості та властивості ґрунту. Особливістю органічних сівозмін є високе насичення багаторічними, особливо бобовими травами а також бобовими культурами, застосування принципу «плодозміни».

Мінеральне живлення рослин в органічному землеробстві розглядається в системі біологічного кругообігу. Хімічне живлення обмежується, проте базовим є органічне удобрення. Поживні елементи в органічних добривах знаходяться в речовинах рослинного і тваринного походження таких як гній, а також різні продукти переробки речовин рослинного і тваринного походження, зелені добрива. Для формування сприятливого режиму живлення важлива роль відводиться сучасним препаратам удобрювальної дії. Вони покращують азотне, фосфорне та калійне живлення ґрунту, посилюють його біологічну активність та покращують фізичні властивості ґрунту та мають певні особливості. Широке застосування набувають так звані ефективні мікроорганізми у вигляді ЕМ препаратів. Вони прискорюють перегнивання органічних матеріалів продукують стимулятори росту, підвищують стійкість рослин до несприятливих умов, шкідливих організмів, сприяють очищенню від них ґрунту.

В природі існують широкий спектр мікроорганізмів. Вони вільно живуть в ґрунті або знаходяться в симбіозі з вищою рослиною. Відома симбіотична та не симбіотична (асоціативна) азотфіксація. Азотфіксуючі мікроорганізми сприяють підвищенню родючості ґрунту, і займають особливе місце в біотехнологіях. Азотфіксуючі мікроорганізми, які живуть в симбіозі з корінням бобових рослин і утворюють на їх корінні бульби. Рослина забезпечує бактерії необхідними поживними речовинами і створює для них оптимальні умови існування, а ті забезпечують рослинам азотне харчуванням. Бульбочкові

бактерії відносяться до роду *Rhizobium*. Бактерії цього роду в симбіозі з бобовими культурами здатні фіксувати вільний азот атмосфери, перетворюючи його в сполуки, що легко засвоюються рослиною. Несимбіотичні азотфіксатори – це комплекс вільно існуючих та асоціативних мікроорганізмів, життєдіяльність яких пов'язана з кореневою системою рослин, водоростями і ціанобактеріями. Вільно існуючі азотфіксатори трапляються серед хемотрофів і фототрофів, аеробів і анаеробів

Має свої відмінності і система захисту рослин. Для захисту в органічному землеробстві застосовують препарати біологічного походження. Це відповідні хімічним групам такі препарати різного спрямування як Мікосан В; Агро Мар - 1; Сезар; Бітоксібацилін; Актофіт та інші. Захист посівів від хвороб, окрім запобіжних заходів передбачає застосування біофунгіцидів АгроМар-F; Паланриз; Триходермін; Гаупсин; Пентафаг-С

Для дотримання вимог виробництва органічної продукції передбачена система сертифікації та інспекції виробництва. Сертифікації - це перевірка інспекційних документів, оцінка результатів інспекції, прийняття рішення та документальне затвердження статусу органічного господарства. Сертифікат видається щороку або у відповідності до асортименту. Інспекція (планова перевірка господарств на відповідність його вимогам стандартів органічного виробництва) включає: огляд виробництва, перевірку документів, співбесіду, відбір зразків, перевірка невідповідностей попередньої інспекції та заповнення інспекційних документів.

Основними етапами створення органічного господарства є: подання заявки, підписання договору, підготовка до інспекції, заповнення Опису оператора, інспекція та сертифікаційне рішення.

В Україні, на жаль, не розроблені власні національні стандарти, тому продукція сертифікується визнаними на міжнародному ринку стандартами. Основою сертифікації органічної продукції є такі різновиди стандартів: IFOAM – міжнародна федерація з органічного сільськогосподарського руху; Постанова Ради ЄС 834/2007 та Постанова Ради ЄС 2092/91 про органічне виробництво та



відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування; Стандарти органічного сільськогосподарського виробництва та маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування «БІОЛан» - приватні українські стандарти ; Національна Органічна Програма (NOP) – національна органічна програма США; Японські сільськогосподарські стандарти (JAS) – національні стандарти Японії; Стандарти «Біо Свіс» (Bio Suisse) – приватні стандарти швейцарської Асоціації «Біо Свіс»; Bio Suisse — приватні стандарти, ринок Швейцарії; KRAV – приватні стандарти, ринок Швеції; Деметр – стандарти біодинамічного сільського господарства; Внутрідержавні стандарти, постанови, програми і правила (директиви і правові норми).

Міжнародною організацією, яка розробляє нормативи і здійснює контроль за дотриманням правил сертифікації акредитованими національними організаціями є IFOAM (International Federation of Agriculture Movement ). Продукція не може бути визнаною як «органічна» якщо вона не сертифікована органом, акредитованим у IFOAM і не має права експортуватись за кордон як така. Норми IFOAM складаються із Базових стандартів IFOAM для системи органічного виробництва та переробки а також Принципів IFOAM для акредитації органів сертифікації органічного виробництва та переробки. Акредитація IFOAM на основі даних стандартів здійснюється некомерційною, незалежною інституцією - Міжнародною організацією акредитації органічного виробництва IOAS [3].

Згідно Принципів IFOAM для акредитації органів сертифікації органічного виробництва та переробки необхідно відповідати таким критеріям як об'єктивність науковість, фаховість.

На сьогоднішній день в Україні, крім вітчизняної компанії Органік Стандарт проводять сертифікацію ще близько 15 компаній, наприклад Control Union (Нідерланди), ЕТКО (Туреччина), ABCert (Німеччина), Lason (Німеччина), Austria Bio Garantie (Австрія), Ceres (Німеччина), ICEA (Італія), Bioagricert (Італія), Suolo e Salute (Італія), Biokontoll Hungaria (Угорщина), BCS (Німеччина), Ecocert (Франція). Лише дві з них мають представництва в

Україні. Крім того компанія ІМО (Швейцарія) працює в Україні у співпраці з Органік Стандарт.

Таким чином органічне землеробство є сучасний напрям розвитку сільськогосподарського виробництва, що передбачає певну послідовність та процедуру. Сучасні біотехнології дозволяють отримувати продукції вищої споживчої якості, кориснішої для здоров'я людини та із меншим впливом на навколишнє середовище.

### **Література:**

1. Малькова К. Органічне виробництво: здобутки та перспективи / К. Малькова // Агровісник. Україна. – 2008. – № 5. – С. 28–29.
2. Мармуль Л. О. Розвиток органічного виробництва в Україні на засадах кооперації / Л. О. Мармуль, Н. П. Новак // Економіка АПК. – 2016. – № 9. – С. 26–32.
3. Якубів В. М. Розвиток органічного землеробства в Україні: екологічний та соціоекономічний ефекти / В. М. Якубів // Економіка АПК. – 2013. – № 11. – С. 27–32.

**Бурак В.Г.**, к.т.н., доцент

**Драга А.**, студент 3 курсу

ДВНЗ «Херсонський держаний аграрний університет»

## **РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ М'ЯСНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ АНТИОКСИДАНТНОЇ ХАРЧОВОЇ ДОБАВКИ**

Посилення пресингу стресовим, екологічних, соціальних впливів і неповноцінне харчування призвело до зниження загальної імунобіологічної реактивності організму і зростанню аліментарно-залежних захворювань. У цьому зв'язку раціональне харчування розглядається як один з найважливіших адаптаційно-захисних факторів.

Флавоноїди - це природні компоненти, які не синтезуються в організмі і повинні надходити ззовні. Флавоноїди мають комплексом корисних властивостей: антиоксидантні, бактерицидні, сонцезахисними, капіляротекторними, протипухлинними, протизапальними, антімутогенними, ранозагоювальні, антимікробними, проти-склеротичними, беруть участь у білковому обміні, знижують вміст холестерину в крові, підвищують міцність кровоносних капілярів, інгібують агрегацію тромбоцитів у крові, володіють жовчогінним ефектом та ін.

В результаті численних досліджень було встановлено, що ягідна шкірка червоного винограду містить найпотужніші флавоноїди антиоксиданти та інші корисні речовини. Значні площі по вирощуванню червоного винограду сорту «Каберне-Савіньон» зайняті в Херсонській, Миколаївській та Одеській областях. Херсонський регіон - це близько 15% валового збору винограду України. Виноград «Каберне-Савіньон» відноситься до основних оброблюваних технічних сортів, вирощуваних не тільки на Херсонщині, але і в інших регіонах України. Аналіз даних показав, що вихід вичавок з досліджуваного сорту винограду становить 27,4%. В даний час виноградні вичавки практично не переробляються, в кращому випадку вони використовуються на корм худоби. Одним з напрямків є розробка технології одержання харчової добавки з ягідної шкірки винограду.

Аналіз літературних джерел і проведені експериментальні дослідження квант хімічних характеристик флавоноїдів та хімічного складу виноградних вичавок підтвердили необхідність розробки технології переробки цього цінного вторинної сировини для виробництва високоякісних харчових продуктів. Одним з напрямків є отримання харчової добавки збагаченої флавоноїдами.

Вітчизняними та зарубіжними вченими доведена ефективність використання флавоноїдних препаратів при створенні харчових продуктів комбінованого складу, сформульовані принципи управління основними фізико-хімічними характеристиками готових виробів.

Об'єкт: яловичина жилована всіх сортів, свинина жилована нежирна, напівжирна, грудинка свиняча, шпик ковбасний, печінка яловича, виноградні вичавки з винограду сорту «Каберне-Савіньон».

Предмет: технологія варених ковбасних виробів з антиоксидантною добавкою.

У відповідності з поставленою метою і завданнями був здійснений вибір об'єкта дослідження та умов проведення експерименту.

Природні органічні сполуки відрізняються великим різноманіттям фізичних і хімічних властивостей. Найбільш поширеним способом виділення органічних сполук з природних продуктів є екстракція розчинниками. В основі процесу екстрагування вичавки лежить явище дифузії, яке полягає в тому, що розчини, що мають різну концентрацію розчиненої речовини, при зіткненні проникають один в одного. При умові розподілу речовин між двома рідкими фазами в мінливих умовах екстракції істотний вплив роблять величина активної кислотності (рН) водного розчину, температура, іонна сила і тривалість процесу.

Дослідження режимів екстракції виноградних вичавок проводили в лабораторному реакторі, з'єднаному з термостатом. Обробку отриманих даних вели з використанням математичних методів. На процес вивчався вплив наступних факторів: температура обробки, час екстрагування, активну кислотність (рН) і концентрацію кухонної солі (NaCl) в розчині.

В якості об'єктів досліджень були використані: м'ясну сировину - яловичина жилована всіх сортів, свинина жилована нежирна, напівжирна, грудинка свиняча (ГОСТ Р 53221-2008), шпик ковбасний ОСТ 49 38, печінка яловича (ГОСТ 19342-73), виноградні вичавки з винограду сорту «Каберне-Савіньон» та інші інгредієнти і матеріали, що відповідають вимогам чинної нормативної документації та дозволені до застосування органами Держсанепіднагляду.

Дослідження проводили в кілька етапів:

- 1) Аналіз джерел сировини для отримання біологічно активної добавки збагаченої флавоноїдами.
- 2) Дослідження хімічного складу, структури і квант хімічних характеристик флавоноїдів ягідної шкірки винограду.
- 3) Розробка технології одержання харчової добавки, збагаченої флавоноїдами.
- 4) Розробка раціональних за амінокислотним складом композицій м'ясопродуктів з харчовою антиоксидантною добавкою їх дослідження за якісними характеристиками.
- 5) Апробація розробленої технології у виробничих умови і техніко - економічна оцінка отриманих результатів.

В роботі використовувались методи, які дозволяють охарактеризувати хімічний склад, харчову цінність, органолептичні, функціонально-технологічні, та економічні показники об'єктів дослідження. Кількість повторень проведених експериментів – 5, кількість паралельних проб дослідних зразків – 3.

Отримані дані експериментальних досліджень представлені в графічній формі за допомогою комп'ютерної програми MS Excel 2000.

При виготовленні модельних фаршевих систем використовували сировину у співвідношеннях варійованих рецептурою. Модельні системи готували за наступною схемою: харчову антиоксидантну добавку вносили в фарш під час перемішування з посолочною сумішшю подрібненої на вовчку яловичини, по закінченню витримки в засолі сировину куттерovali 120 - 180 с в присутності 10% льоду, після чого додавали холодну воду, на заключному етапі в куттер додавали решту льоду, напівжирну свинину потім свинячу грудинку і шпик. Формування фаршу в оболонку робили лабораторним поршнеvim шприцом, теплову обробку проводили у воді на електричній плиті до заданої температури (70 - 72 °С в центрі батона).

Подальша технологічна обробка варених ковбасних виробів проводилася за технологічними схемами і параметрами, які регламентовані нормативно-технічній документації.

Принципова схема досліджень ілюструє взаємозв'язок об'єкта досліджень і показників та відображає послідовність досліджень, зв'язок між об'єктами і методами досліджень.

1 – органолептичні: зовнішній вигляд, аромат, смак, консистенція; 2 – фізико-хімічні: масова частка вологи, білку, жиру, вміст золи, рН;

3 – функціонально-технологічні: водозв'язуюча, водо-, жирутримуюча, емульгуюча здатність; 4 – мікробіологічні: загальна кількість мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів, бактерій групи кишкових паличок (коліформи), патогенних мікроорганізмів, в т.ч. бактерій роду Сальмонела і сульфит-редуючих клостридій;

Розроблена раціональна композиція м'ясопродукту з харчовою антиоксидантною добавкою (ХАД). Показано можливість використання ПАД для формування колірних характеристик м'ясопродуктів.

На підставі проведених досліджень розроблена технологія і рецептура вареної ковбаси з харчовою антиоксидантною добавкою.

### Література:

1. Авидзба А.М. Гигиенические и лечебные свойства природных соединений винограда и перспективы их целенаправленного использования при разработке новых биологически ценных продуктов питания [Текст] / А.М. Авидзба, В.А. Загоруйко, Ю.А. Огай // Материалы международной научной конференции: Биологически активные природные соединения винограда: применение в медицине продуктов с высоким содержанием полифенолов винограда. Симферополь. - 2003. - С. 73-85.

2. Арасимович В.В. Биохимия винограда в онтогенезе [Текст] / В.В. Арасимович, С.В. Балтага, Н.В. Пономарева. - Кишинев: Штиинца, 1975.-158 с.

**Рудік Н.М.**, к.с.-г.н, доцент

**Рудік О.Л.**, к.с.-г.н, доцент

ДВНЗ « Херсонський держаний аграрний університет»

## **ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА**

В Україні сільськогосподарське виробництво зосереджене в дрібних та середніх підприємствах. За організаційними формами суб'єктів діяльності кількість діючих сільськогосподарських підприємств на 74,8% представлена саме фермерськими господарствами. Проте дрібні та середні фермери практично ізольовані від ланцюгів та системи поставок сучасних засобів та ресурсів виробництва, від організованих ринків, використовують застарілі технології виробництва, обмежені в потужностях для післязбиральної доробки зберігання, продукції та обмежені в кредитних ресурсах. Як результат розвиток сільськогосподарського сектору стримується обмеженістю оборотних засобів, низькою врожайністю та продуктивністю праці.

Сьогодення ставить перед сільськогосподарськими виробниками дилему подальшого напрямку розвитку : шлях промислового інтенсивного виробництва. або формування природного органічного землеробства.

Сільське господарство України, створюючи 14% ВВП, забезпечує робочими місцями 20% населення країни. Однак така аграрна спеціалізація сформувала ряд екологічних проблем пов'язаних із надмірним антропогенним навантаженням на біоценози. Загальна площа сільськогосподарських земель, що складає близько 40 млн. га, займає 80% території, а ступінь розораності земель досягає 53,6% за гранично допустимого рівня 40%. Відтак біологічний напрям, який є за змістом формування продукту із більшою доданою вартістю, одночасно сприяє вирішенню екологічних та економічних проблем.

Для цього на світовому ринку сформувалися сприятливі умови. На теперішній час в світі зростає популярність органічного виробництва, як системи екологічних та природних взаємозв'язків ґрунту – рослина – процес виробництва, відповідно до кліматичних умов. Воно вибудовується на принципах раціонального господарювання з дотриманням рівноваги з історично сформованим оточуючим середовищем; врахуванням та підтриманням існуючих циклів екосистеми; сприйняттям єдності і взаємозалежності ґрунту, клімату, рослини, тварини і людини як споживача і виробника одночасно.

У даний час найбільшим споживання органічної продукції на душу населення є розвинені країни ЄС, Америки, Австралії. Великим є попит на органічну продукцію в Данії, Швеції Люксембургу, Австрії, США, Франції, Канаді проте найбільше споживання присутнє в Швейцарії. Політику здорового харчування Німеччина впровадила ще в 80-х роках і є регіональним лідером за споживанням органічної продукції.

За економічними законами відповідно до зростаючого попиту на органічну продукцію в світі, виробництво її зростає. Так в країнах Прибалтики приріст виробництво органічної продукції з 2000 року по теперішній час склав більше 100%. Цьому сприяла і система субсидій для фермерських господарств.

З 01 січня 2009 р. вступили в дію нові Стандарти ЄС, затверджені Постановою Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року щодо органічного виробництва та маркування органічних продуктів і скасування Постанови (ЄС) №2092/91 та РЕГЛАМЕНТОМ КОМІСІЇ (ЄС) №889/2008 від 5 вересня 2008 р. «Детальні правила що до органічного виробництва, маркування і контролю для впровадження Постанови Ради (ЄС) №834/2007 стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів». Ці регулювання Європейського Союзу можна назвати законом про органічні стандарти в рамках ЄС. Для того, щоб органічна продукція могла продаватися в країнах ЄС, відповідні сертифікуючі організації мають керуватися згаданими стандартами.



Сучасне українське органічне виробництво має переважно експортне спрямування. Відповідно воно організоване та здійснюється відповідно до законодавства країн, компаній, що спеціалізуються на реалізації такої продукції. Провідна сертифікаційна компанія в Україні – Органік Стандарт. Крім вітчизняної Органік Стандарт на органічному ринку України функціонує ряд іноземних сертифікаційних компаній. Найширше із них представлені компанії Німеччини (ABCert, Lacon, Ceres, BCS) та Італії (ICEA, Bioagricert, Suolo e Salute). Основна частка вітчизняної органічної продукції сертифікована у відповідності до стандартів EU, що засвідчує експортну спрямованість українських товаровиробників на ринок Європи.

В Україні існуюча законодавча база остаточно не сформована. Підзаконні акти не визначають особливості та нормативи такого процесу. Оскільки найбільш поширеним в Україні є реалізація через спеціалізовані магазини виробничники, що спрямовані на внутрішній ринок дотримуються стандартів, вимог організацій та асоціацій, таких як: Міжнародна асоціація учасників органічного виробництва «БЮЛан Україна», сертифікаційний орган «Органік Стандарт», Спілка учасників органічного сільського господарства «Натурпродукт», Всеукраїнська громадська організація «Клуб органічного землеробства», Всеукраїнська громадська організація «Жива планета», Торговельний дім «Органік Ера», інформаційний центр «Зелене Досьє» та ін.

Органічне виробництво беззаперечно має свої переваги та недоліки. Так в економічному аспекті органічна продукція має вищу вартість від традиційної в межах від 30 до 60 % , а на регіональному рівні і до 100%. Вплив на це має культура споживання, купівельна спроможність населення, насиченість ринку цією продукцією, інвестиційні можливості сільськогосподарських виробників, зацікавленість та ступінь участі держави в субсидювання виробників органічної продукції та збереженні здоров'я нації. Вирощування органічної продукції потребує більше витрат у зв'язку з необхідністю захисту від шкідливих організмів спеціальними засобами. В органічному землеробстві

заборонено використання більш дешевих у виробництві генетично модифікованих сортів.

Є певні обмеження і відносно використання земель для органічного землеробства. Найбільш економічно вигідним та швидким перехід до органічного землеробства є на землях, які тривалий час не були в обробітку, а бо в системі інтенсивного землеробства, в них відбувалося природне відновлення агрохімічної рівноваги, відсутні залишкові агрохімікати та важкі метали. Є обмеження пов'язані з біологічними особливостями культур. Так для використання кормових культур і однорічних культур в якості органічних, має передувати не використання земель протягом 2-х років; для багаторічних культур протягом трьох років до першого збору врожаю. Подібні обмеження є також що до використання гною.

Враховуючи досягнення «зеленої» революції та відповідно до самої суті виробництво органічної продукції може бути менш затратне із-за відмови від застосування хімічних засобів захисту рослин мінеральних добрив, стимуляторів росту, кошовного ген модифікованого насіння.

Органічне виробництво набуває зростаючої популярності оскільки має переваг: зростає поживна та смакова якість продукції для споживача; продукти стають придатними для збереження здоров'я; зменшуються витрат на засоби захисту рослин; сприяє відновленню рівноваги з оточуючим середовищем; зумовлює збереження родючості земель.

Стримуючими чинниками поширення органічного землеробства є необхідність зміни технології виробництва; висока трудозатратність; наявність перехідного періоду із обмеженим використанням вирощеної продукції (2-3 роки); потреба сертифікація господарств; унеможливлення одночасного вирощування органічної і неорганічної продукції; вища вартість ніж на традиційну сільськогосподарську продукцію; потреба субсидювання фермерських господарств; потреба виходу на зарубіжні ринки збуту із іншою системою маркетингу.

Особливістю для України є слабкий розвиток внутрішнього ринку органічної продукції, який на теперішній час є в стадії формування. Зумовлено це як низькою купівельною спроможністю, відсутністю культур споживання такої продукції, так і недовірою українського споживача до органічної продукції із-за великої кількості неконтрольованого фальсифікату. За даними експертів потенційними споживачами органічної продукції нині є близько 5 % населення великих та близько 1-2 % населення середніх міст України. Проте попит на органічну продукцію а постійно зростає а на зростаючий попит обов'язково буде зростаюча пропозиція. Більшість споживачів готові купувати органічні продукти за умов: забезпечення суворого контролю якості з боку державних органів; виробництва повного асортименту продукції та доступності її у торговельній мережі; незначного збільшення ціни на рівні 10-20 % відносно традиційної продукції.

Розвиток органічного землеробства в Україні пов'язаний з економічним станом виробників. Практично відсутня фінансова підтримка малих та середніх виробників державою, дорогі кредитні ресурси, високі ціни на екологічну сировину а значить тривалий період окупності.

Важливим напрямом стимулювання розвитку органічного виробництва є створення регіональної інфраструктури, здатної інтегрувати в єдиний механізм всіх учасників процесу органічного виробництва; організувати відповідне їх науково-освітнє та інформаційно-консультаційне забезпечення.

Розвиток органічного виробництва в Україні потребує кооперування виробників для формування товарних партій органічної продукції та консолідації сільськогосподарських виробників для виходу на ринки без посередників.

Для України органічне виробництво має важливе соціальне, економічне та екологічне значення, оскільки такі технології спрямовані на покращення екологічного стану, підвищення якості ґрунтів, збереження біологічного різноманіття. Економічний ефект біологізації полягає у підвищенні конкурентоспроможності української продукції на світових ринках, а тому

органічне виробництво має стати одним із пріоритетних напрямків державної аграрної політики.

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

## **ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОЩУВАННЯ ФЕНХЕЛЮ ЗВИЧАЙНОГО НА ПІВДНІ УКРАЇНИ**

Фенхель звичайний – цінна ефіроолійна, лікарська, пряносмакова, овочева, ароматична, медоносна та декоративна рослина. Фенхель знаходить використання в офіційній та народній медицині, кулінарії, харчовій, фармацевтичній, парфумерно-косметичній та інших галузях промисловості, у ветеринарії, тваринництві тощо.

В Україні фенхель звичайний традиційно культивують у помірних за кліматом західних областях, які характеризуються сприятливим тепловим режимом та достатньою кількістю опадів. В останні роки у зв'язку з розвитком різних галузей промисловості виникла нагальна потреба розширення традиційних меж вирощування фенхелю та його впровадження в промислову культуру в нових регіонах. Вирощування фенхелю на півдні України неможливе без урахування ґрунтово-кліматичних умов зони та реакції на них рослин.

Технологія вирощування фенхелю не є винятком з технологій вирощування інших сільськогосподарських культур: посіви розміщують у звичайній польовій сівозміні, використовують серійну техніку, наявну в кожному господарстві.

Технологія вирощування фенхелю передбачає розміщення посівів після пшениці озимої, проведення в осінній період після збирання попередника лушення стерні на глибину 6-8 см дисковими лушчильниками, внесення мінеральних добрив, виконання зяблевої оранки на глибину 20-22 см, двох-

трьох суцільних культивацій для знищення бур'янів по мірі їх відростання, вирівнювання поверхні поля.

Комплекс весняно-польових робіт включає ранньовесняне боронування у два сліди, передпосівну культивацію на глибину загортання насіння з одночасним боронуванням та прикочуванням ґрунту.

Сівбу проводять в ранній строк одночасно з ранніми ярими культурами нормою висіву 5 кг/га з шириною міжряддя 45 см на глибину 3-4 см. Густота стояння рослин становить 600 тис./га.

Догляд за посівами включає прикочування, до- та післясходові боронування, дві-три міжрядні культивації на глибину 4-6 для першої та 6-8 см для наступних, при необхідності прополювання бур'янів у рядках. Насіння збирають при досяганні плодів на центральному зонтику та зонтиках першого порядку.

Обробіток ґрунту є головним, найбільш дієвим способом вирішення проблеми дефіциту вологи в зоні недостатнього природного зволоження. Ретельне вирівнювання зябу восени забезпечує накопичення та збереження запасів ґрунтової вологи, прикочування ґрунту до та після сівби сприяє підтягуванню вологи до насіння, покращенню його контакту з ґрунтом.

Вирівнювання та прикочування ґрунту вирішують ще одну важливу проблему: забезпечують рівномірну глибину загортання насіння. Посівний матеріал фенхелю є дрібним, насіння краще та швидше проростає при наявності світла, тому сівбу проводять на невелику глибину. Одержання дружних та рівномірних сходів культури можливе лише за умови ретельного вирівнювання поверхні поля.

Фенхель звичайний характеризується значною тривалістю періоду сівбасходи, повільним ростом та розвитком під час формування двох пар справжніх листків, що зумовлює низьку конкурентну здатність рослин по відношенню до бур'янів. Перші 1,5-2 місяці після сівби – гербокритичний період для рослин фенхелю, тому ретельна підготовка ґрунту, звільнення ділянки від бур'янів особливо важливі для успішного вирощування культури.

**Бурак В.Г.**, к.т.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ЯКІСТЬ, БЕЗПЕКА, ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ М'ЯСНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

З початку 2015 року на територію України було завезено 460,7 тис. тонн м'ясної продукції, понад 48 % якої займала продукція низьких сортів (тримінг, субпродукти, м'ясо механічного обвалювання). За результатами лабораторних досліджень із загальної кількості виявлено 3,106 тис. тонн м'ясної продукції, яка не відповідає вимогам нормативної документації, в тому числі й щодо відповідності її складу. Зросла кількість середніх та дрібних м'ясопереробних підприємств, які постійно ведуть конкурентну боротьбу на ринку напівфабрикатів за рахунок збільшення асортименту продуктів, рецептура яких дозволяє знижувати їх якість. Відбувається це в тих випадках, коли не здійснюється якісний контроль, а використання м'ясної сировини низької якості замінюється субпродуктами або рослинними компонентами.

Згідно з Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів» всі продукти харчування, що попадають на споживчий ринок, повинні проходити перевірку на безпечність під час обов'язкової сертифікації. Тим не менше, виявляти фальсифікації загальноприйнятими методами практично не можливо, оскільки доводиться перевіряти не тільки тип і гатунок продукції, а й проводити його ідентифікацію за складниками, що дає можливість визначити та підтвердити правдивість інформації, вказаної на етикетці, відповідності рецептурі, виду і назві товару. Методи, які дозволяють у тій чи іншій мірі вирішити ці завдання, є складні, потребують дорогого обладнання, реактивів та висококваліфікованих спеціалістів. Найчастіше використовують методи імуноферментного аналізу, хроматографічні методи та ПЛР-діагностику, які є

високочутливими, точними та швидкими. Проте, їх важко адаптувати до таких складних багатокomпонентних систем, як м'ясопродукти і при всіх достоїнствах вищенаведених методів вони не дозволяють виявляти заміну м'яса іншими тваринними компонентами — молочною залозою, печінкою, залозами внутрішньої секреції, білками рослинного походження та іншими субпродуктами. Застосування хімічних, фізико-хімічних та біохімічних методів дозволяє отримувати інформацію про енергетичну цінність м'ясопродуктів.

Науково обґрунтувати необхідність пошуку альтернативних методів для забезпечення високої якості та безпечності вітчизняної м'ясної продукції.

Причини реалізації недоброякісних м'ясопродуктів є недосконалість ветеринарно-санітарного контролю якості продуктів тваринництва в умовах державних лабораторій ветеринарно-санітарної експертизи на ринках, яка зумовлена складністю та тривалістю лабораторних досліджень. Тому, в сучасних умовах відповідно до діючих "Правил передзабійного ветеринарного огляду тварин і ветеринарно-санітарної експертизи м'яса та м'ясопродуктів" усі готові м'ясопродукти у державній лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи підлягають ветеринарно-санітарному контролю - огляду та органолептичній оцінці, а за підозри їх щодо якості та безпеки - і лабораторному дослідженню.

Метою роботи було показати переваги застосування гістологічного методу контролю м'ясних напівфабрикатів, ковбасних виробів тощо над загальноприйнятими хімічними, фізико-хімічними та біохімічними методами.

Для мікроскопічного дослідження відібраний матеріал м'ясопродуктів маркували і фіксували в 10 % нейтральному формаліні. Після фіксації вирізали шматочки, величиною 0,5x1 см, зневоднювали, ущільнювали, заливали в парафін, виготовляли гістозрізи, які фарбували гематоксиліном та еозином і за Ван-Гізоном [1]. Світлову мікроскопію і мікрофотографування гістопрепаратів здійснювали за допомогою мікроскопа OLYMPUS 41 та фотокамери OLYMPUS C 5050.

Гістологічні методи дослідження дають можливість оцінити структуру продукту в цілому, виявляти заміну якісної сировини малоцінними добавками, рослинними білками тощо. Крім того, можна диференціювати особливості різних тканинних елементів і клітинних структур. Слід відзначити, що робота з сировиною в харчових продуктах має свої особливості, оскільки, в цьому випадку, дослідженню підлягають матеріали після механічної, термічної та інших видів технологічної обробки. Метод гістологічного аналізу дозволяє досить швидко отримати результати, оцінити якість та реальний склад більшості видів м'ясопродуктів [2].

Підготовка матеріалу для гістологічного дослідження методично включає в себе декілька етапів, які залежать від виду досліджуваного об'єкта, поставленої мети і може проводитись прискореним методом (використовуючи заморожуючий мікротом) і класичним. У залежності від мети досліджень вибирають той чи інший метод фарбування.

У практичній роботі гістолога, пов'язаній з арбітражем та сертифікацією м'ясних напівфабрикатів, сировини або готової продукції, часто виявляють повну або часткову заміну фаршу м'ясом механічної обвалки (наявність великої кількості кісток і хрящів), заміну свинячого чи волового фаршу м'ясом з механічної дообвалки або птицею .

При дослідженні ковбасних виробів знаходять завищену кількість сполучної тканини або не передбачені рецептурою компоненти. При різкому завищенні вмісту сполучної тканини кількість м'яса (у відсотках) може знижуватись до 3-5 %. Часто доводиться виявляти рослинні білкові компоненти — соєвий ізольований білок, соєвий концентрат, каррагінан, модифікований крохмаль тощо. Збільшення вмісту в продукті рослинного білка дає можливість виробникам знизити вміст м'яса, а застосування гідроколоїдів — вмісту жирів. До складу фаршів чи м'ясних виробів вводять також малоцінні добавки та м'ясні обрізки, м'ясо з голови, стравохід , слинні залози, легені , нирки , молочну залозу тощо.



У сосисках і сардельках також виявляємо заміну м'ясної сировини рослинними білками, перш за все — соєю та мукою .

Разом з якісною оцінкою досліджуваної сировини після проведення гістологічного дослідження можна проводити і кількісні підрахунки компонентів, які не вказані в рецептурі. Гістологічний метод оцінки стану та якості м'ясної сировини, а також складу м'ясних продуктів застосовується в багатьох країнах. У Німеччині цей метод є офіційним і є юридичною основою для проведення досліджень для встановлення реальних складників м'ясних продуктів, що особливо важливо в арбітражних випадках. Проте у деяких країнах він не має законодавчої бази як інструмент проведення арбітражних і сертифікаційних досліджень. В Україні вже затверджений і введений в дію з 1 січня 2010 року ДСТУ 7063:2009 «Напівфабрикати м'ясні та м'ясо-рослинні січені. Визначення складників мікроструктурним методом», за допомогою якого можна визначати у м'ясних фаршах, ковбасах та інших м'ясних напівфабрикатах вміст різних тканин, органів, спецій, добавок та встановити можливі фальсифікації м'ясопродуктів. Отримані результати досліджень можуть бути аргументом для бракування продукту в зв'язку з наявністю недопустимих або не передбачених рецептурою компонентів, невідповідності технологічним регламентам тощо.

Практичне застосування мікроструктурного методу контролю м'ясних напівфабрикатів і ковбасних виробів дозволить виявляти фальсифікацію, проводити ідентифікацію складників та встановлювати реальний склад більшості м'ясопродуктів. У ДНДКІ ветпрепаратів та кормових добавок проводиться робота над удосконаленням методів контролю м'ясних напівфабрикатів гістологічним методом.

Завершується написання методичних рекомендацій та технологічної гістології, для допомоги практикуючим гістологам у галузі харчової промисловості та ветеринарно-санітарним експертам.

### Література:

1. Бем Р. Микроскопия мяса и сырья животного происхождения / Р. Бем, В. Плева. М.: Пищевая промышленность, 1964. — 336 с.

2. Горальський Л. П. Основи гістологічної техніки і морфофункціональні методи дослідження у нормі та при патології / Л. П. Горальський, В. Т. Хомич, О. І. Кононський. Житомир: Полісся, 2005. — 275 с.

## **7. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Виноградова Т.І.,**

старший викладач кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **КОНФЛІКТОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

В системі гуманітарних наук проблема конфлікту в життєдіяльності людини – одна з найважливіших. Конфлікт як наукове поняття традиційно є предметом дослідження соціології, соціальної філософії, психології, педагогіки, менеджменту, історії, етики. У різних галузях знань і безпосередньо в практичній діяльності глибоко вивчені і розроблені окремі сторони цього багатогранного явища і розкриті теоретичні основи його розвитку.

Проблема формування конфліктологічної культури молодого покоління потребує особливої уваги, оскільки сучасне суспільство характеризується зростаючим рівнем конкурентності, безперервними соціальними змінами і перетвореннями, що призводить до збільшення кількості соціальних конфліктів. Визнання конфлікту неминучим явищем повсякденного життя актуалізує проблему розвитку конкретних норм і правил поведінки у конфліктних ситуаціях, а також індивідуально-особистісних якостей, які

сприяють конструктивному вирішенню суспільних проблем. Конфліктологічна обізнаність індивіда, його здатність прогнозувати, запобігати, вирішувати конфлікти становлять поняття "конфліктологічна культура особистості".

Одним із завдань вищих навчальних закладів, які готують кадри для підприємств туристської індустрії, є така організація навчально-виховного процесу, у ході якого формується конфліктологічна культура студентів.

Фахівці підприємств туристської індустрії, які мають найвищий рівень конфліктологічної підготовки, зможуть забезпечити високу якість обслуговування споживачів, запобігати безпосереднім або опосередкованим збиткам, які несе підприємство у разі виникнення конфліктних ситуацій тощо. Відсутність конфліктологічних знань та умінь персоналу підприємств туристської індустрії спричиняє незадоволення клієнтів, що негативно відзначається на діяльності підприємства в цілому.

Конфліктологічна культура є важливою складовою професійної підготовки майбутніх фахівців підприємств туристської індустрії. Крім того, працівники підприємств туристської індустрії у рамках виконання своїх функціональних обов'язків перебувають у процесі постійного опосередкованого або безпосереднього міжособистісного спілкування. При цьому нерідко виникають нестандартні, інколи конфліктні ситуації, які потребують миттєвого вирішення.

Конфліктологічна культура є найвищим рівнем підготовленості до поведінки у конфліктних ситуаціях, середовищі. Вона включає в себе знання про конфлікти, стратегії їх попередження й подолання, уміння їх застосовувати, передбачає наявність в індивіда сформованих особистісних якостей, формування певної ціннісно-значеннєвої сфери, внутрішнє прийняття норм поведінки у конфлікті.

Під "конфліктологічною культурою фахівця" Н.В. Самсонова розуміє якісну характеристику способу життєдіяльності спеціаліста у професійному конфліктогенному середовищі. Конфліктологічна культура особистості є інтегративною якістю, що ґрунтується на екзистенціально-гуманістичних цінностях, охоплює комунікативну і поведінкову культуру, що виявляється в

оптимальних стратегіях взаємодії в конфліктах, що забезпечують конструктивне вирішення проблем.

Н. Самсонова у структурі конфліктологічної культури відокремлює: конфліктологічну компетенцію (базові знання про конфлікти, що слугує основою для прийняття рішень щодо вибору поведінки в конкретній конфліктній ситуації); конфліктологічну готовність фахівця (усвідомлення важливості попередження та подолання конфлікту, вибір оптимальної стратегії поведінки, здатність керувати власним емоційним станом); конфліктологічну компетентність (система конфліктологічних умінь щодо розв'язання конфліктологічних завдань).

Конфліктологічна компетентність є важливою складовою професійної компетентності суб'єктів управлінської діяльності та входить у структуру професіоналізму особистості та діяльності. Конфліктологічна компетентність є складним психологічним утворенням і не зводиться лише до системи спеціальних знань із психології управління, соціальної конфліктології і психології конфліктів. Вона має ознаки системної якості: свою структуру, рівні організації, функціональні зв'язки, еталони розвитку.

Формування конфліктологічної культури зумовлено використанням методів та технологій навчання. Найбільш продуктивними у формуванні конфліктологічної культури є активні методи навчання, які дозволяють особистості «будувати» свої знання, користуватися ними у житті. Успішність конфліктологічної підготовки, забезпечується відповідними знаннями, вміннями і навичками та психологічними особливостями індивіду, які залежать від внутрішніх і зовнішніх умов.

Особливу цінність при конфліктологічній підготовці студентів туристських спеціальностей набуває досвід застосування знань на практиці. Чим більшим і різноманітним буде коло проблем спілкування, з якими студенти свідомо зіштовхнуться в процесі проходження практики, чим більш інтенсивною буде взаємодія зі споживачами турпродукту, фахівцями підприємств туристської індустрії, оволодіють алгоритмами розв'язання певних

ситуацій взаємодії. Практична діяльність формує багатий досвід реального професійного спілкування, сприяє формуванню у студентів більш об'єктивних уявлень про себе, власний рівень конфліктологічної культури і реалії професійної діяльності. Керівникам практики важливо протягом всього періоду проходження практики проводити консультації, на яких слід обговорювати позитивні й негативні ситуації професійного спілкування, проблеми, з якими їм прийшлося зіштовхнутися або стати свідками.

Таким чином, формування конфліктологічної культури є важливою й складною частиною професійної підготовки майбутнього персоналу підприємств туристської індустрії.

**Боліла С.Ю.**, к.с.-г.н, доцент  
кафедри менеджменту організацій

**Коваль С.В.**, к.е.н. доцент  
кафедри обліку і оподаткування

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТИ ДОРΟΣЛИХ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ**

Протягом останніх років спостерігається кількісне зростання контингенту тих, хто навчається у системі післядипломної освіти, на курсах підвищення кваліфікації, перекваліфікації кадрів для здобуття професії менеджера. Саме тому виникає необхідність дослідження проблематики освіти дорослих, яка безпосередньо пов'язана із цією сферою.

Найпоширенішим трактуванням поняття «освіта дорослих» є розгляд її як будь-якої освітньої діяльності дорослої людини незалежно від змісту, професійної спрямованості, термінів і форм навчання, ступеня інституціалізації. Єдиним критерієм є вік людини [1]. Щодо трактовок поняття «освіта дорослих», останнім часом простежується тенденція до звуження значення

цього поняття: воно трактується як: «інституціоналізовані послуги з освіти дорослих» після отримання основної освіти, «продовжена освіта», «додаткова освіта» [2]. Освіта дорослих - складна поліфункціональна, соціально-педагогічна і соціально-культурна система, спрямована на задоволення професійно-освітніх та особистісних потреб людини. Вона включає всі види післявузівської професійної і додаткової, формальної та неформальної освіти, спрямована на збереження і розвиток загального освітнього простору. Комплекс проблем, пов'язаних з її функціонуванням і розвитком, має свою змістову своєрідну специфіку, зумовлену особливостями контингенту дорослих людей. Освіта дорослих відрізняється від освіти юного покоління своїми цінностями і мотивами, метою і завданнями, змістом і формами організації, способами контролю і оцінки, а отже – і своїми результатами. Відмітимо, що українські дослідники наводять різні особливості дорослих, які необхідно враховувати у навчанні, головними з яких є такі: наявність у дорослих власної мотивації до навчання; детермінованість процесу навчання професійними, соціальними, побутовими і тимчасовими чинниками; наявність певних навчальних стереотипів унаслідок попереднього навчального досвіду, які можуть сприяти чи заважати новому навчанню. Освіта дорослих базується на теорії навчання дорослих – андрагогії, науково-методичною основою якої є технологія навчання дорослих. В її основі – концепція вільного, «відкритого» навчання, психологія навчання дорослих, що розвивається в контексті неперервної освіти людини впродовж усього життя. Однією з найбільш актуальних проблем освіти дорослих в сфері управління в Україні є проблема формування професійної культури майбутніх фахівців, їхньої конкурентоспроможності, адаптації до сучасних умов та вимог ринку праці. Серед причин відставання освіти дорослих України від практики технологічно розвинених країн можна виділити такі: оцінювання потенційних можливостей освіти дорослих; недостатність наукового обґрунтування освітньої політики в цілому; зосередження уваги на проблемах освіти юного покоління; відсутність необхідної нормативно-правової бази; недостатність дослідження зарубіжного

досвіду в цій сфері; замала кількість рекомендованих документів міжнародних організацій. Освіта дорослих є найбільш мобільною сферою освіти. Фактори забезпечення оперативності змісту освіти дорослих включають в себе: відкритість; неперервне коригування навчальних програм, планів; врахування важливих запитів дорослих людей, їхніх потреб; актуальність наукових знань, так і змін, які відбуваються у соціально-економічній і політичній ситуації країни. сучасне застосування інновацій у цій сфері освіти дорослих, яке можливе на основі: застосування дистанційної форми навчання; використання комунікаційно-інформаційних технологій, (оскільки ця сфера не може ефективно функціонувати і розвиватися без сучасного інформаційного забезпечення); створення баз даних; забезпечення сучасною технікою інформаційних потоків; використання комп'ютерних технологій та можливостей системи Інтернет. Для ефективності навчання дорослих людей у сфері управління андрагогам рекомендується дотримуватися певних правил: допомагати тим, хто навчає, виявляти освітні потреби, реалізовувати вже набутий досвід і здобуті знання для їх подальшого використання як засобу навчання; виявляти толерантність до можливих фізичних недоліків дорослих; навчати слухачів сучасним ефективним технологіям навчання і самонавчання, які допоможуть сформувати їм необхідні когнітивні вміння і навички як практичного, так і теоретичного характеру; використовувати методи навчання, які посилюють відчуття власної гідності і розвивають інші людські якості; створювати на заняттях комфортну психологічну атмосферу, що полягає у взаємодії андрагога і дорослої людини. Таким чином, у процесі безперервної освіти здійснюється професійний та інтелектуальний розвиток дорослої людини, накопичуються сучасні знання, які необхідні в умовах постійного розвитку новітніх технологій.

Враховуючи сучасні освітні умови, при викладанні дисциплін управлінського циклу слід застосовувати активні технології навчання з використанням повного комплексу методів навчання: словесних, наочних і практичних з позицій креативної педагогіки з акцентом на розвиток творчої

активності і самостійності, широко впроваджувати дистанційну освіту на базі сучасних платформ.

### **Література:**

1 Ничкало Н.Г. Неперервна професійна освіта як філософська та педагогічна категорія / Н.Г. Ничкало // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – Київ. – 2001. – вип. 1. – С.13 – 15.

2. Журавчак Б.Б. Менеджмент освіти в Україні: сучасність і перспективи: Монографія / Журавчак. – Львів, 2009. – 205 с.

**Макухіна С. В.**, викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **РОЛЬ КЕЙС-МЕТОДУ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ**

Серед сучасних українських розробок методик підготовки майбутніх менеджерів одне з чільних місць займає впровадження кейс-технології. Поняття “кейс-технологія” прийшло в нашу педагогіку з американської. Кейс (від англ. case – скринька, футляр, сумка) означає “всебічне активне вивчення матеріалу, як під керівництвом викладача, так і в групі, з метою отримання якомога більше відомостей з проблеми, що вивчається, для аналізу і прийняття оптимального рішення практичної ситуації”. В американській педагогіці виділяють два види кейс-завдань: “малий кейс” (завдання скомпоновані на одній сторінці, що містять опис ситуації з мінімумом квалітативної та квантитативної інформації по проблемі) і “загальний кейс” (завдання, що містять розширену і детальну інформацію). Усі вчені стверджують, що будь-яке кейс-завдання повинно розвивати творчі здібності студентів, бути професійно спрямованим, мати наукове обґрунтування та зв'язки з іншими предметами, які вивчає студент. Кейс-методи, при правильному їх застосуванні, тісно переплітаються з проблемним навчанням, навчанням у малих групах, самостійною роботою



студентів. Першим етапом впровадження кейс-методів є виділення умовних типологічних груп студентів згідно з їхніми навичками самостійного навчання. При подальшій роботі це дасть змогу готувати для кожної такої групи завдання відповідної складності. Як, правило, прийнято поділяти студентів на три умовні типологічні групи: “сильну” (студенти зі сформованими та розвиненими вміннями та навичками самостійного навчання), “середню” (студенти зі сформованими, але нерозвиненими вміннями та навичками вчитися самостійно) і “слабку” (студенти, в яких такі вміння та навички не сформовані). Для першої групи ми готуємо завдання творчо-винахідницького характеру, для другої – частково-пошукового характеру і для третьої – репродуктивно-ознайомчого характеру. Цим ми проводимо індивідуалізацію навчання, орієнтуємо освітній процес на конкретну особистість, з її індивідуальними вміннями та навичками. Другий етап поєднання кейс-методів та самостійної роботи студентів – це визначення цілей впровадження такого виду роботи в навчально-виховний процес. На цьому етапі кожен викладач визначає, якої мети він планує досягти в результаті роботи. Загальною метою є здобуття нових знань, вироблення нових вмінь та навичок практичного характеру при опрацюванні тієї чи іншої теми чи розділу. Наступним етапом стає підготовка матеріально-технічного та методично-інформативного забезпечення навчальної діяльності студентів. Для останніх повинні бути створені відповідні робочі місця, розроблені методичні вказівки та керівництва по виконанню кейс-завдань. Потім розробляється графік та форми системи контролю за самостійною навчальною діяльністю студентів, планується організація та характер консультацій. Безпосередньо кейс-завдання для навчально-пізнавальної діяльності майбутніх економістів з англійської мови можуть бути теоретичного (положення граматики мови), теоретико-практичного (вивчення мовних аспектів та застосування їх на практиці), суто практичного (вирішення певних практичних мовних ситуацій) та міжпредметного характеру (поєднання вивчення іноземної мови з фаховою підготовкою майбутніх спеціалістів). Слід зазначити, що основна робота відбувається індивідуально, звідси – самостійно. Для цього

необхідно, крім відвідування консультацій та лекцій викладача, постійно підвищувати теоретично-практичний рівень шляхом опрацювання основної та додаткової літератури. Для поєднання кейс-методу та самостійної роботи студентів необхідно лише надати останнім можливість для індивідуальної творчості, не обмежуючи їх рамками програмного матеріалу. Викладачеві потрібно лише скеровувати діяльність студентів у потрібному напрямку, вчасно виправляти помилки, застерігати від скоєння хибних кроків у дослідженнях та своєчасно, не затягуючи, здійснювати контроль та оцінювання результатів студентської роботи. Щоби досягти позитивних результатів у навчально-виховному процесі та активізувати студентську діяльність, завдання повинні містити реальні чи наближені до реальності професійні завдання, пов'язані з іноземною мовою. Наприклад, ми пропонуємо студентам наступні кейс-завдання: “Ви працюєте консультантом з міжнародних зв'язків на фірмі, що займається виробництвом агрегатів до сільськогосподарської техніки. На Вашу фірму прийшов факс від американської корпорації, яка б хотіла придбати деяку продукцію Вашої фірми (вказуються конкретні види продукції). Директор поставив перед Вами завдання підготувати факс-відповідь з прайсами, умовами співпраці, використовуючи дані Інкотерму. На виконання завдання Вам відводиться...(вказується час на виконання завдання)”; або “На фірму, яка займається експортно-імпортними торгівельними операціями приїжджають представники з... (вказується назва корпорації, фірми). Вас запрошено здійснювати переклад при зустрічі делегацій. Ваше завдання підготувати 15-20-хвилинне повідомлення про експортно-імпорту законодавчу ситуацію в Україні англійською та 15-20-хвилинне повідомлення про закони з імпорту-експорту... (назва країни, представники якої входять в іноземну делегацію). Повідомлення повинно бути готовим для узгодження представниками сторін, що зустрічаються протягом... (вказати час на підготовку)”. Такого типу завдання розвивають навички професійної компетенції майбутніх економістів, спонукають їх до пошуку додаткової інформації в Інтернеті, бібліотеці, розширюють їх словник іноземних слів професійної лексики, розвивають

навички володіння граматиною мови та діловою англійською. Отже, кейс-технологію, як універсальний засіб розвитку творчих здібностей студентів можна сміливо застосовувати при організації та плануванні навчальної підготовки майбутніх менеджерів, і він також буде сприяти розвитку самостійності в навчанні; кейс-завдання у такому випадку повинні бути науково обґрунтованими, професійно цікавими, носити індивідуальний характер (бути складними, простими), спонукати студентів до пошуку додаткових джерел інформації, мати міжпредметні зв'язки.

**Виноградова Т.І.,**

старший викладач кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Найважливішою задачею вищої школи залишається підготовка висококваліфікованих професіоналів. Молода людина за час навчання повинна набути такої сукупності якостей, завдяки яким вона може бути конкурентноспроможною на ринку праці. Сучасні вимоги до підготовки фахівця передбачають оволодіння ним професійно-комунікативною компетентністю.

Діяльність майбутнього фахівця сфери обслуговування пов'язана з інтенсивною міжособистісною взаємодією людей, які вступають між собою в різноманітні ділові стосунки. Ефективність спільної діяльності залежить від успішності процесу комунікації, що її супроводжував. Тому комунікативна функція діяльності вплетена в реалізацію всіх інших функцій, виступає засобом реалізації, а оволодіння нею є фактором ефективності професійної діяльності. Ефективність спілкування визначається комунікативною компетентністю всіх

учасників. Загальною характерною ознакою комунікативної культури постає її моральна спрямованість, моральна культура людей, що розкривається в процесі комунікації. Саме це і привертає увагу багатьох учених до проблеми формування комунікативної культури, зокрема і серед студентської молоді вищих навчальних закладів.

Комунікація є однією з фундаментальних, найвищих особистих і соціальних потреб людини. Комунікативна культура є багатоплановим явищем установаження і розвитку контактів між людьми, передбачає обмін інформацією, тактику і стратегію взаємодії, сприймання і взаєморозуміння між суб'єктами спілкування.

Загалом така культура є консолідуючим елементом, виступає регулятором поведінки, гарантом шанобливого ставлення особистості до інших, розуміння їх, терплячості, взаємоповаги, слугує одним із механізмів гармонізації особистих і громадських інтересів. Саме в процесі спілкування майбутні фахівці сфери обслуговування усвідомлюють себе через порівняння з ними, розвиваються інтелектуально, зміцнюють власні наукові, світоглядні, етико-естетичні погляди і переконання у прогресивному зростанні.

Визначальним у вихованні комунікативної культури студентів є зміцнення моральних основ: поваги до людей, доброзичливості, толерантності, чуйності, скромності, почуття власної гідності. Саме формування у студентів стійких рис особистості, ознайомлення із соціальними нормами поведінки, вироблення звички дотримання цих норм постає одним із конкретних завдань формування комунікативної культури.

За І. Тимченком, комунікативна культура – це цілісне динамічне утворення, що забезпечує адаптацію та самореалізацію особистості в сучасному суспільстві. До її компонентів він відносить мовленнєву культуру та культуру спілкування. Культура мовлення є інструментом самореалізації особистості в контактах з іншими людьми.

У сьогоденні під комунікативними вміннями вчені розуміють знання, включені в певну діяльність; застосування цих знань і навичок; володіння

системою практичних і психічних дій; особисто обумовлені дії; спосіб виконання дій; можливість виконувати дію; готовність свідомо і самостійно розв'язувати те чи інше завдання.

Загалом сукупність науково-професійних, моральних, естетичних і філософських знань, умінь, навичок, якими оволодіває студент, його особисте, ціннісне ставлення до інших людей і до самого себе проявляється у його діяльності, поведінці і спричиняється до утвердження культури. А чим вищою є загальна культура, тим більше вона відображається у потребі спілкування і розвитку комунікативної культури. Особистість майбутнього працівника з глибокими різносторонніми знаннями викликає не лише інтерес інших, а й бажання спілкуватися з нею, тому що вона сама йде на контакт, шукаючи взаєморозуміння і способів передачі своїх ідей та думок.

Кожна професія висуває специфічні вимоги до комунікативної компетентності фахівця та особливості її застосування в різних професійних ситуаціях. Комунікативна компетентність майбутніх фахівців сфери обслуговування є провідною, оскільки вони належать до фахівців гуманітарного профілю. Загальновідомо, що гуманітарії повинні мати багатий словниковий запас, уміти правильно його використовувати, характеризуватися широтою пізнавальних інтересів, ерудованістю. Обов'язковою вимогою до професій цього типу є прагнення до спілкування, уміння легко вступати в контакт з незнайомими, стійке гарне самопочуття при роботі з людьми, володіння мовою, мімікою, жестами, розвиненим мовленням, уміння слухати, здатність знаходити спільну мову з різними людьми, уміння переконувати й знаходити компроміс у стосунках між людьми.

Одночасно комунікативна компетентність є інтегральною якістю особистості майбутніх фахівців сфери обслуговування, оскільки синтезує в собі загальну культуру спілкування та специфічні прояви в професійній діяльності. Зазначена компетентність вимагає чіткого орієнтування в професійній ситуації й вибору саме тих засобів комунікації, що є найбільш ефективними. Провідною діяльністю фахівців сфери обслуговування є ведення дискусій, консультування,

виступи в ЗМІ, тому він повинен володіти літературним мовленням, знати мовний етикет, норми використання засобів комунікації, особливостей їх використання в різних ситуаціях, бути оратором, який володіє прийомами правильного, логічного, переконливого мовлення, що в подальшому впливатиме на престиж і конкурентоспроможність фахівця.

Підготовка фахівців сфери обслуговування у вищій школі вимагає підходів, орієнтованих на міждисциплінарний синтез та інтеграцію, розгляду "синергетичних систем» (з гр. *sinergia* – "сприяння", "співробітництво"). Це дає можливість здійснити перегляд існуючих підходів і методів навчання, інтеграцію навчальних курсів, урахування принципів наступності й перспективності, визначити, що формування зазначеної компетентності можливе в процесі реалізації навчального плану та навчально-виробничої практики студентів.

Науковці пропонують розглянути етапи формування професійно-комунікативної компетентності майбутніх фахівців у сфері обслуговування: допрофесійна підготовка (забезпечується введенням профільного навчання в середніх загальноосвітніх школах, підготовчими відділеннями вищих навчальних закладів); мовна й комунікативна підготовка в процесі викладання курсу "Українська мова за професійним спрямуванням"; формування комунікативної компетентності (засвоєння загальнонаукових дисциплін); професійно-комунікативна підготовка (засвоєння фахових дисциплін); удосконалення професійно-комунікативної компетентності (навчання в магістратурі). Для успішного формування професійно-комунікативної компетентності основоположним є врахування таких умов, як рівень володіння змістом мовної та мовленнєвої компетенції; орієнтація студентів на засвоєння змісту, форм і засобів майбутньої професійної діяльності, що можливе лише при активному застосуванні принципу міжпредметних зв'язків. Процес набуття знань, умінь і навичок, а головне – досвіду, повинен відбуватися через залучення до професійної культури, завдяки чому й буде сформована професійно-комунікативна компетентність майбутнього фахівця.

Таким чином, розглянувши сутність професійно-комунікативної компетентності, шляхи та умови її формування, відзначаємо її високу ефективність та необхідність у процесі професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування. Розвиток саме цієї компетентності – одне з першочергових завдань вищої професійної освіти.

**Осадчук І.В.**, к.с-г.н, доцент

**Самчук Л.М.**, студентка економічного факультету  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

### **ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ ЯК УМОВА ЯКІСНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Якість підготовки будь-якого фахівця в сучасних умовах визначається не тільки рівнем його знань, але й професійними вміннями, що дозволяють йому творчо вирішувати проблеми, активно взаємодіяти з людьми на основі встановлення суб'єктних відносин. Система вузівської освіти повинна володіти широким набором засобів, що забезпечують розвиток таких умінь [1]. Одним із найбільш важливих моментів у цьому є взаємодія, що складається між викладачем і студентом, які є суб'єктами навчально-виховного процесу ВНЗ.

Навчально-виховний процес складається з різноманітних поєднань діяльності своїх суб'єктів і має спільну кінцеву мету. Однак, кожен суб'єкт процесу має свої відносно самостійні цілі діяльності. Так, цілі викладача полягають у підготовці педагогічного процесу і його здійсненні. Центром цього процесу є взаємодія студента з навчальним матеріалом, а якість такої взаємодії залежить від виконання студентом пізнавальних дій з об'єктами у процесі навчання під керівництвом викладача і у процесі самоменеджменту. Саме в цьому полягають цілі студента. Взаємозалежність цілей викладача і студента у реалізації кінцевої мети навчально-виховного процесу зумовлює необхідність їх

взаємодії як суб'єктів навчально-виховного процесу. Тому дослідження взаємодії викладачів та студентів спеціальності «Менеджмент» у ДВНЗ «ХДАУ» є актуальною темою.

Мета дослідження: визначити роль взаємодії суб'єктів навчально-виховного процесу у забезпеченні якісної професійної підготовки студентів спеціальності «Менеджмент» у ДВНЗ «ХДАУ».

У ході дослідження встановлено, що на професійну підготовку майбутніх менеджерів впливає освітнє середовище – сукупність як соціальних і духовних феноменів, так і предметно-матеріального оточення, що властиві процесу навчання студентів у ВНЗ. Цей вплив опосередкований умовами для суб'єктно-суб'єктної педагогічної взаємодії та міжособистісної взаємодії студентів і системою їхніх ставлень до цього середовища.

Організаторами освітнього середовища у ДВНЗ «ХДАУ» є викладачі. Найбільш складним завданням для кожного викладача як суб'єкта навчально-виховного процесу і водночас вагомою суперечністю у його педагогічній діяльності є поєднання соціальних вимог до освітнього середовища з вимогами студентів до цього середовища. Тому переважна більшість викладачів, хоч і розуміють, що освітнє середовище не завжди здійснює цілеспрямований вплив на людину, однак, наполегливо працюють над тим, щоб забезпечити умови для суб'єктно-суб'єктної педагогічної взаємодії та міжособистісної взаємодії студентів спеціальності «Менеджмент», щоб поступово залучати їх до вдосконалення освітнього процесу, тим самим підтримуючи його розвиток, а також щоб узгодити: суспільні вимоги до підготовки фахівців з життєвими планами, потребами, бажаннями студентів; педагогічні впливи з їхніми внутрішніми особливостями, цінностями, мотивами навчально-пізнавальної діяльності; системи необхідних для фахівця у галузі менеджменту професійних знань, умінь, навичок з первинним, а потім набутим професійним досвідом студентів; потреби, професійні інтереси, цінності, погляди студентів, їхні дії у процесі міжособистісної взаємодії.



Встановлено, що відкритість до педагогічної взаємодії і готовність до активних дій демонструють ті студенти, які самі виявили бажання навчатися менеджменту саме в ДВНЗ «ХДАУ», почувають себе психологічно комфортно в цьому університеті, знаходять можливі форми для самовираження, усвідомлюють цінність навчально-виховного процесу, реалістично ставляться до своїх успіхів, бачать перспективи власного розвитку як професійних менеджерів. Якщо ж студенти обирали спеціальність під тиском батьків або йшли навчатися «на бюджет» туди, де вистачало балів, отриманих за результатами ЗНО, тобто середовище здійснювало тиск на їхні особистості, то вони у відповідь чинять опір впливу освітнього середовища або пасивно пристосовуються.

Для того, щоб зробити освітнє середовище демократичним, соціально цінним, привабливим, незагрозливим, особистісно значущим для студентів, продуктивним для навчального процесу на засадах суб'єктно-суб'єктної взаємодії, викладач повинен у своїй професійній діяльності спиратися на головні засадничі принципи організації цього середовища, що стимулюють студентів до вироблення особистісних знань, професійних концепцій, набуття соціального досвіду, досвіду діяльності за фахом і формують внутрішню мотивацію здобуття освіти у вищій школі, саме: залучення кожного до процесу навчання, безперешкодність процесу, відкритість особистості, вияв чуйності до інших, повага до особистості, позитивна спрямованість процесу, опора на принципи, правила, організація процесу як набуття особистістю власного досвіду [2]. Поступово ці принципи стануть вагомими і дієвими для студентів спеціальності «Менеджмент» у навчальній діяльності, спілкуванні, співпраці з викладачами, одногрупниками, а пізніше – перенесуться у сферу їх професійної управлінської діяльності, спілкування з партнерами, колегами, конкурентами, споживачами, представниками органів місцевого самоврядування, громадськістю тощо.

Отже, роль взаємодії суб'єктів навчально-виховного процесу у забезпеченні якісної професійної підготовки студентів спеціальності

«Менеджмент» у ДВНЗ «ХДАУ» важко переоцінити, адже суб'єктно-суб'єктна педагогічна взаємодія та міжособистісна взаємодія студентів, що виникають у процесі навчання, є для майбутнього менеджера тим стартовим майданчиком, з якого розпочинається формування професійних управлінських умінь, що дозволять йому творчо вирішувати проблеми, активно взаємодіяти з людьми на основі встановлення суб'єктних відносин.

### Література:

1. Ігнатова Е.С. Професійна діяльність педагога-психолога в навчальному середовищі вузу // *European Social Science Journal*. 2012. № 12. С. 117-127.
2. Равчина Т. Роль педагога як посередника у навчанні й вихованні молоді / Т. Равчина // *Вісн. Львів. ун-ту. Сер. пед.* 1999. Вип. 14. С. 167–175.

**Великий В.М.**, кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ ЯК КОМПЛЕКСНА ПРОБЛЕМА

Поняття "конкурентоспроможність" сьогодні активно входить не лише в економічну, але й в науково-педагогічну термінологію. Разом з теми, на відміну від економічної науки, у педагогіці недостатньо вивчені сутність та процеси формування й розвитку конкурентоспроможності фахівців. Важливим аргументом на користь вивчення конкурентоспроможності молодих фахівців є їх значна вразливість із точки зору працевлаштування та професійної кар'єри.

Конкурентоспроможність є іманентною рисою сучасного суспільства. Одним із завдань сучасної вищої школи є завдання підготовки компетентного, конкурентоздатного, мобільного фахівця, готового до неперервного самовдосконалення та досягнення вершин у професійній кар'єрі.

Конкурентоспроможність фахівця в умовах упровадження ринкових механізмів регулювання набуває ваги одного з найважливіших показників роботи ВНЗ. У даний час потрібне створення нових механізмів, що забезпечують якість освітніх послуг з позиції вимог професійної діяльності, підготовку конкурентоздатного фахівця, що має комплекс компетенцій та особистісних якостей, які відповідають вимогам сучасного ринку праці.

У зв'язку з наведеним дослідження конкурентоспроможності фахівця як властивості особи, динаміків його розвитку в процесі професійного становлення набуває особливої значущості.

Термін "конкуренція" має латинське походження і означає "змагання, сутичка, суперництво".

У наукових дослідженнях проблема формування конкурентоспроможності фахівця розглядається в соціальному, економічному, організаційному і педагогічному аспектах (С.Я. Батишев, Н.В. Корнейченко, Л.Г. Семушина, Н.Г. Ярошенко і ін.).

Відповідно до наведеного, актуальним є вирішення таких задач:

1. Визначення сутності конкурентоспроможності спеціаліста агропромислового комплексу.
2. Розробка критеріїв, показників та технологій визначення рівнів сформованості конкурентоспроможності фахівців.
3. Розробка моделі процесу формування конкурентоспроможності сучасних фахівців.

Ми виходимо з припущення, що конкурентоспроможність фахівця може розглядатись в багатьох аспектах: як затребуваність на ринку праці, як продукт виробництва учбового закладу, і як особистісний параметр, що характеризує інтегрований набір якостей, які забезпечують високий рівень результатів його діяльності, здатність підтвердити свою відповідність вимогам і запитам працедавців, вистояти і перемогти в конкурентній боротьбі. Конкурентоспроможний фахівець повинен бути здатний до динамічної горизонтальної і висхідної вертикальної мобільності, оптимальної зміни видів

діяльності, освоєння нових видів діяльності, творчого знаходження ефективних шляхів вирішення протиріч, які виникають в умовах конкуренції. Разом з тим, особистісний аспект конкурентоздатності будь-якого професіонала характеризується не лише за рівнем його компетенцій, а й за здатністю конструктивно вибудувувати професійні, ділові стосунки з керівництвом і колегами.

Визначаючи підходи до розробки критеріїв, показників і рівнів сформованості конкурентоспроможності фахівців важливо наголосити, що не можна обмежитись простим перерахуванням необхідних якостей спеціаліста. Такий підхід є не конкретним і абстрактним, таким, що характеризує лише потенційні можливості фахівця. Важливим є порівняльний аспект у кожному конкретному випадку, який визначається характером попиту ринку праці на конкретних фахівців, кількість пропозицій, відносним рівнем професіоналізму претендентів на робоче місце та іншими чинниками.

Сам процес формування конкурентоспроможності фахівці може розглядатись двояко:

По-перше, як незалежний від самого фахівця, який визначається об'єктивним станом ринку праці (кількісними і якісними параметрами робочої сили, робочих місць, які надають споживачі робочої сили) вимогами економіки. Цей напрямок забезпечення конкурентоспроможності робочої сили практично майже не залежить від самого працівника, який він по відношенню до нього є досить пасивним. У даному випадку можливості фахівця обмежуються пошуком сфери, де наявна потреба у відповідній робочій силі, здатністю знаходити оптимальні вирішення проблеми працевлаштування та професійного просування.

По-друге, як активне формування фахівця, готового конкурувати на ринку праці завдяки своїй професійній компетенції (знанням, умінням, практичним навичкам) на рівні, достатньому для вирішення професійних завдань (рівень освіти, досвід роботи, рівень професійної освіченості у спеціальній та суміжній сферах), набору спеціальних особистісних якостей

фахівця (активності, діловитості, працездатності, цілеспрямованості, товариськості, наполегливості, дисциплінованості, контактності, ініціативності, упевненості, мобільності, самостійності та ін.). Реалізація цього напрямку визначається якістю робочої сили, особистісними перевагами: рівнем професійної підготовки та активністю особистості, спрямованої на самовдосконалення, здатністю швидко та гнучко пристосовуватися до нових вимог професійної діяльності.

**Ракша М.С.**, студент 6 курсу ЕФ  
**Великий В.М.**, кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри менеджменту організацій  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Останнім часом зміни суспільних вимог стимулюють активне нарощування кількісних та якісних вимірів сфери послуг. На долю цієї галузі припадає дедалі більша частина ресурсів суспільства, а її продукція відіграє все більшу роль у задоволенні запитів населення. Відповідно збільшується доля витрат на платні послуги й підвищуються вимоги до їх якості. Це потребує від фахівців, які надають послуги, не лише високої кваліфікації, а й уміння працювати на відповідному професійно-культурному рівні, що в подальшому визначає тривалість співпраці із замовниками.

Сфера обслуговування це та галузь діяльності, фахівці якої мають володіти, поряд із професійними знаннями, вміннями і навичками ще й комунікативною грамотністю, культурою й компетентністю.

У цьому контексті перед професійно-технічними навчальними закладами постає відповідальне завдання – забезпечити виробничу та інші галузі народного господарства високопрофесійними конкурентоспроможними кадрами з метою розбудови економічно міцної демократичної держави.

Особливої актуальності набуває підготовка фахівців сфери обслуговування, діяльність яких має значний вплив на економічне життя та побут суспільства.

Вивчення вимог до професійної діяльності фахівців на підприємствах сфери обслуговування і службах сервісу, аналіз міжособистісних контактів у цій галузі, використання комунікативних технологій у професійній діяльності кваліфікованих фахівців сфери послуг дало змогу виявити невідповідність між вимогами сучасного суспільства та рівнем професійно-комунікативної підготовки у професійно-технічних навчальних закладах (ПТНЗ). Ця невідповідність породжує низку суперечностей між:

- динамічними змінами у професійній діяльності майбутніх фахівців сфери послуг і недостатнім урахуванням цих змін у змісті професійної підготовки;

- стрімким розширенням вимог до якості обслуговування клієнтів і готовністю молодих фахівців раціонально, свідомо використовувати професійно-комунікативні знання, вміння і навички в умовах реальної професійної діяльності;

- чинною дидактичною системою навчально-виховного процесу в ПТНЗ і потребами комплексного формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування.

Мета статті – проаналізувати можливості підвищення якості професійної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах за допомогою формування рівня комунікативної культури відповідно до суспільних вимог. Для цього необхідно виконати пошук раціональних організаційно-педагогічних умов формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у ПТНЗ шляхом реалізації сучасних педагогічних технологій у комунікативній підготовці.

При цьому стає можливим формування й розвиток комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування як складової їхньої професійної компетентності з метою: розвитку особистісних і ділових якостей через оволодіння комунікативною компетентністю; формування умінь

конструктивно спілкуватися на всіх етапах процесу обслуговування; встановлювати й підтримувати контакти з клієнтами з урахуванням вікових, статусних і соціально-культурних характеристик.

В. Горяніна зауважує, що в сучасній психології спілкування часто розглядається як синонім поняття взаємодії, яким користуються для характеристики всього розмаїття природних і соціальних явищ. Взаємодія ж як процес безпосередньої чи опосередкованої дії суб'єктів один на одного породжує їхню взаємозумовленість. Тобто змістом будь-якої взаємодії є зв'язок, обмін (діями, предметами, інформацією тощо) і взаємний вплив. Таким чином, міжособистісна взаємодія – це реально функціонуючий зв'язок свідомих і активно цілеспрямованих суб'єктів, що характеризується їхньою взаємною залежністю [1, с. 21].

У монографії С. Хребіної категорія “міжособистісна взаємодія” вживається у двох значеннях: в широкому сенсі – як випадковий або навмисний, приватний чи публічний, тривалий або короткочасний, вербальний чи невербальний особистий контакт двох або більше людей, наслідком якого є взаємні зміни їхньої поведінки, діяльності, ставлень, установок; у вузькому ж сенсі взаємодія – це система взаємозумовлених індивідуальних дій, пов'язаних циклічною причинною залежністю, при якій поведінка кожного з учасників виступає водночас і стимулом, і реакцією на поведінку решти [2, с. 26].

Таким чином, сутність інноваційних підходів до формування комунікативної культури фахівців сфери обслуговування у системі професійно-технічної освіти полягає в тому, що:

- професійна компетентність майбутніх фахівців сфери обслуговування зросте, якщо їхнє навчання ґрунтуватиметься на сучасних підходах до розвитку культури міжособистісних стосунків;
- підготовка персоналу до професійно-комунікативної діяльності буде ефективною, якщо вона реалізовуватиметься системно, в основу її змісту покладатимуться функціональні обов'язки

### Літератури:

1. Горянина В. А. Психология общения: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / Валентина Александровна Горянина. — М. : Издательский центр «Академия», 2002. — 416 с.
2. Хребина С.В. Организационная психология образования: феноменология и концепция развития: монография / Светлана Владимировна. — Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, 2007. — 288 с.

### Організатори конференції:

- ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», кафедра менеджменту організацій.
- Інститут післядипломної освіти та дорадництва ДВНЗ «ХДАУ».
- Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної держадміністрації.
- Житомирський національний агроекологічний університет.
- Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ НААН.

**Робочі мови конференції:** українська, російська.

### ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМКИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

1. Стан та перспективи інвестиційно-інноваційного забезпечення діяльності підприємств.
2. Актуальні аспекти розвитку підприємств: економіка, організація, облік і оподаткування.
3. Вітчизняний та міжнародний досвід ефективного управління розвитком підприємства.
4. Маркетингові, логістичні, інформаційні, фінансові, кадрові та правові аспекти діяльності сучасного підприємства.
5. Проблеми та перспективи державного та регіонального управління.



6. Сучасний екологічний менеджмент та маркетинг, актуальні питання органічного виробництва сільськогосподарської продукції.
7. Інноваційний розвиток сучасного освітнього менеджменту

У конференції прийняли участь 118 учасників

**Іменний покажчик:**

Альошечкіна В.О.	202	Мокієнко Т.В.	86
Антош Н.В.	196	Мохненко А.С.	184
Барсук Ю.В.	17, 45, 187	Недбалюк О.	293
Бевз Т.М.	131	Неменко К.С.	190
Білорусов С.Г.	289	Нікітенко К.Г.	251
Боліла С.Ю.	122, 150, 220, 226, 281, 302, 340	Олійник Т.О.	80
Булах І.І.	20	Осадчий О.Д.	26
Бурак В.Г.	311, 322, 333	Осадчук І.В.	35, 193, 299, 350
Вайда Т.	284	Осипова Л.Д.	251
Великий В.М.	217, 353, 356	Панкратьєва Т.Л.	266
Вермієнко Т.Г.	39	Передакова О.Б.	169
Виноградова Т.І.	190, 199, 263, 337, 346	Петрова О.О.	126
Вязь І.С.	199	Пилипенко К.А.	278
Галат Л.М.	212	Плаксієнко В. Я.	119
Герасименко М.	140	Польовий Д.В.	159
Глущенко І.М.	172	Пономаренко О.Г.	107
Гребенюк Д. С.	302	Прийдак Т.Б.	86
Грибовська Ю.М.	89	Прищепа А.В.	35, 51, 226
Григоренко В.В.	315	Ракша М.С.	356
Грицкова К.Ю.	305	Ржепішевська В.В.	210
Грошев Я.С.	162	Руда К.Р.	96
Губа М.І.	207	Рудік Н.М.	55, 326
Дашевська Л.М.	258	Рудік О.Л.	305, 317, 326
Драга А.	322	Рябенко Г.М.	65
Дроботя Я. А.	261	Самайчук С.І.	48, 254
Ермолаєва А.Ю.	71	Самойлик Ю.В.	210
Єрмолаєва М. В.	74, 96	Самчук Л.М.	350
Журавель М. В.	119	Сердюкова О.Д.	32
Зябло Ю.В.	113	Сілецька Н.В.	32, 113, 137
Канцедал Н.А.	93	Скиданенко Ю.Д.	71
Карташова О.Г.	187, 296	Скрипник С.В.	62
Кекух О.	299	Смолієнко Н.Д.	68

Кириченко Н.В.	229, 242	Станіславчук Н.О.	172, 175, 238, 248
Коваль С.В.	340	Степаненко Н.В.	12
Ковальов В.В.	232	Степанова І.В.	42
Ковальов Д.В.	272	Тараненко Я. Г.	116
Ковальова К.І.	232	Тютюнник І.Ю.	77
Ковтун В.А.		Тютюнник С.В.	77
Костюніна А. М.	245	Федорова Т.В.	51, 131, 134, 202, 275
Кравченко Ю.М.	248	Федорчук О.М.	222
Кузнецова А.І.	181	Ферманюк А.В.	74
Лапіна А.В.	263	Фурдак М.М.	83
Лебедєва Н. А.	235	Хрищук П.П.	177
Левицька С.	99	Черненко К.В.	104
Лега О. В.	80, 116	Шабля О.С.	122
Литвинов В.О.	150	Шепель І.В.	59
Ліпський Р. В.	116	Шепель Т.С.	110, 144
Лісний А.Г.	86	Шерман Є.М.	12
Лобода О.М.	229, 242	Шерман М.І.	12
Лосєв М.В.	165	Шиманська О.В.	20
Макуха О.В.	331	Шпідько Ю.Л.	107
Макухіна С. В.	343	Шукліна В.В.	245
Марєєва С.М.	134	Шульга М.О.	102
Марченко Л.В.	93	Щербина О.В.	315
Мелконян А.Ю.	156	Якимченко В.Г.	29
Мельничук Я.В.	248	Яшина І.М.	269
Минкіна Г.О.	147	Ящик М.В.	317
Мироненко О.В.	80	Ящук Т.А.	153
Михайлов М.Г.	23		
Мица І.Г.	175		