ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПМОіЛ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ



«ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

ІІ Міжнародна науково-практична конференція



09-11 лютого 2021 р.
м. Запоріжжя

Міністерство освіти і науки України
Запорізька міська рада
Запорізька торгово-промислова палата
Запорізький національний університет
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Донецький державний університет управління
Поліський національний університет
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва
Херсонський державний аграрно-економічний університет
Вільнюський технічний університет імені Гедимінаса (Литва)
Софійський університет Св. Климента Охридського (Болгарія)
Словацький сільськогосподарський університет в Нітрі (Словаччина)

ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

в рамках 20-ої агропромислової спеціалізованої виставки «АгроТехСервіс – 2021» Запорізької торгово-промислової палати

МАТЕРІАЛИ
ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

9-11 лютого 2021 р.
м. Запоріжжя

Факультет менеджменту
Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики

Запоріжжя
ЗНУ
2021

УДК: 338.43:005.336.1(062)
П32

Конференція внесена до бази даних «Науково-технічних заходів України»
(*Посвідчення УкрІНТЕІ № 146 від 03 лютого 2021 р.*)

Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 лютого 2021 р.). за заг. ред. Л.М. Бухаріної. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 324 с.
ISBN 978-966-599-593-7

Представлено актуальні ідеї та інноваційні ефективні рішення щодо розвитку підприємництва в аграрній сфері, ринкових трансформацій земельних відносин в Україні, якості та безпечності агропродукції в умовах вільної торгівлі з ЄС, інформаційні технології в агроменеджменті, підприємництві, торгівлі та біржовій діяльності.

Матеріали подані в авторській редакції.

УДК: 338.43:005.336.1(062)

ISBN 978-966-599-593-7

© Запорізький національний університет, 2021
© Автори статей, 2021

ЩИРО ВІТАЮ УЧАСНИКІВ II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ : „ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”!

Особлива роль сільського господарства у соціально-еколого-економічному житті України зумовлена унікальним поєднанням сприятливих природно-кліматичних умов та геостратегічним положенням, спроможністю нашої держави використати свій природно-ресурсний потенціал, зайняти вигідну нішу на світовому продовольчому, сировинному та енергетичному ринку.

Сільськогосподарське виробництво є для України стратегічно важливим видом діяльності і на сьогодні, з огляду на глобальні процеси підвищення цін на продовольчу продукцію, аграрний бізнес стає надзвичайно перспективним.

Ризики та можливості, спричинені загостренням проблеми забезпечення продовольчої безпеки, підвищенням рівня споживання продовольства, надмірним використанням природних ресурсів, необхідністю адаптації до кліматичних змін, нарешті, викликами, пов’язаними із COVID-19, потребують глибокого наукового теоретико-практичного аналізу їх впливу на аграрну сферу.

Саме дослідженню та подальшому обговоренню таких актуальних питань присвячено другу Міжнародну науково-практичну конференцію «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент».

Сподіваюсь, що конструктивний обмін досвідом використання економіко-правових інструментів розвитку агробізнесу, продуктивна наукова дискусія дозволить учасниками конференції виробити ефективні рішення щодо формування сучасного екоцентричного підходу в підприємництві аграрної сфери.

Впевнений, що завдяки роботі конференції буде створено науковий простір, який уможливить всебічне обговорення проблематики зазначених тематичних напрямків.

Зичу учасникам конференції плідної наукової роботи, цікавого науково-практичного дискурсу та успіхів у подальших дослідженнях!

Заступник Голови Програмного комітету,
Перший проректор ЗНУ,
доктор юридичних наук, професор *Олександр Бондар*

Шановні учасники Конференції!

Мені приємно вітати наукову спільноту Запорізького національного університету, науковців з інших регіонів та країн, наукову студентську молодь,– всіх учасників ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво в агарній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент»!

Дуже символічно, що такий представницький захід за участі українських та закордонних науковців відбувається в рамках 20-ї спеціалізованої виставки «АгроТехСервіс».

Хотів би вивкористати нагоду і відзначити важливість такої колаборації та нагадати, що наші спільні проєкти із закладами вищої освіти, і, ЗНУ зокрема, є завжди продуктивними, впливовими та корисними для багатьох стейкхолдерів.

Адже саме у поєднанні зусиль науки і бізнесу – і є запорука успішного, ефективного розвитку підприємництва, і зокрема – аграрної сфери. У свою чергу, конгресно-виставкові заходи є по-справжньому результативними, коли супроводжуються насиченою науково-практичною та діловою програмою.

Агропромисловий сектор України - одна з найважливіших ланок економічного розвитку. Його зростання можливе за умови максимального впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, світового досвіду, сучасного інструментарію та логістики, менеджменту та маркетингу, розвитку кооперації.

Важливо, що ці та багато інших пріоритетних для розвитку галузі тем планується розглянути під час наукового заходу.

Сподіваюсь, нові дослідження та ідеї, озвучені на конференції, отримають продовження на наступних виставкових експозиціях, вже у практичному досвіді фермерів, компаній з переробки агропродукції, виробників сільгосптехніки.

Бажаю всім учасникам конференції вдалої та плідної роботи, знаходження нових механізмів і шляхів розвитку агросфери в ефективній співпраці з представниками бізнесу!

Президент
Запорізької торгово-промислової палати  *Володимир Шамілов*

Шановні друзі!

Представляємо вам матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент».

Перед усім дякуємо всім авторам доповідей за виявлений інтерес до тематики конференції та представлені наукові доробки.

Слова вдячності висловлюємо Запорізькій торгово-промисловій палаті і, особисто Президенту ЗТПП - Володимиру Шамілову, за підтримку цього заходу та багатьох інших ініціатив і наукових заходів ЗНУ. Така форма співпраці - колаборація у проведенні спільних заходів, суттєво сприяє досягненню ефекту синергії при взаємодії науки та бізнесу.

Дякуємо топ-менеджменту Запорізького національного університету за всебічну підтримку та допомогу в організації конференції.

Впевнені, що науково-практичні результати конференції будуть дієвими у вирішенні нагальних управлінських та економіко-правових проблем, як агробізнесу, так і підприємництва в цілому.

Видання сфокусовано на актуальних питаннях ефективного розвитку аграрного бізнесу, сучасних інструментах реалізації практичного менеджменту, логістики та підприємництва, ринковій трансформації розвитку земельних відносин в Україні. Також в умовах вільної торгівлі з ЄС акцентовано увагу на якості та безпечності продовольчої продукції.

Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції складаються з трьох тематичних напрямів, в рамках яких представлено результати досліджень щодо удосконалення механізму поєднання державного регулювання агробізнесу та його ринкового саморегулювання, формування нового типу організаційно-економічних відносин агропромислової інтеграції та створення на цій основі нових форм агробізнесу, умовам адаптації до кліматичних змін тенденції розвитку сучасного інструментарію менеджменту та логістики для виробничих підприємств, планування та прогнозування кон'юнктури ринків, поглиблення зв'язку науки з виробництвом для якісної підготовки фахівців з агроменеджменту, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Безперечно, ознайомлення з матеріалами ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент» надасть вам можливість акумулювати нові знання та досвід відповідно до сгенерованих наукових досліджень окресленої тематики.

З повагою,

Людмила Бухаріна – завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, професор Запорізького національного університету

Колектив кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету

Організаційний комітет

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова Програмного комітету:

Фролов М.О. – ректор Запорізького національного університету, доктор історичних наук, професор.

Заступники Голови Програмного комітету:

Бондар О.Г. – перший проректор Запорізького національного університету, доктор юридичних наук, професор.

Васильчук Г.М. – проректор з наукової роботи Запорізького національного університету, доктор історичних наук, професор.

Члени Програмного комітету:

Антонюк Д.А. – віце-президент Запорізької торгово- промислової палати, доктор економічних наук.

Бухаріна Л.М. – завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, професор Запорізького національного університету, доктор економічних наук, професор.

Валінкевич Н.В. – професор кафедри інноваційного підприємництва та інвестиційної діяльності Поліського національного університету, доктор економічних наук, професор.

Георгієв А.Д. – завідувач кафедри промислової економіки та менеджменту, заступник декана факультету економіки та бізнес адміністрування Софійського університету Св. Климента Охридського (Болгарія).

Горська Єлена – декан факультету економіки і менеджменту Словацького сільськогосподарського університету в Нітрі (Словаччина).

Давідавіче Вида – доцент кафедри бізнес технологій та менеджменту Вільнюського технічного університету ім. Гедимінаса (Литва).

Купалова Г.І. – завідувач Українсько-німецької кафедри екологічного менеджменту та підприємництва, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор.

Книш І.П. – професор кафедри менеджменту та адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, доктор економічних наук, професор.

Лавренко С.О. – вчений секретар Херсонського державного аграрно-економічного університету, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Петров В.М. – проректор з науково-педагогічної роботи Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, кандидат економічних наук, доцент.

Сагайдак М.П. – завідувач кафедри менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, доктор економічних наук, професор.

Черниш О.І. – завідувач кафедри менеджменту невиробничої сфери Донецького державного університету управління (м. Маріуполь), доктор наук з державного управління, професор.

Шавкун І.Г. – декан факультету менеджменту Запорізького національного університету, доктор філософських наук, професор.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова організаційного комітету:

Бухаріна Л.М. – завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, професор,

Співголова організаційного комітету:

Антонюк Д.А. – віце-президент Запорізької торгово- промислової палати, доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету.

Відповідальний секретар:

Полусмяк Ю.І. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат економічних наук.

Члени організаційного комітету:

Болдуєва О.В. – начальник науково - дослідної частини Запорізького національного університету, доктор економічних наук, професор

Гуржій Н.М. – професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, доктор економічних наук, доцент.

Давиденко О.О. – старший викладач кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат юридичних наук.

Дибчинська Я.С. – завідувач кафедри ділової комунікації Запорізького національного університету, кандидат філологічних наук, доцент.

Лисенко М.О. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат економічних наук.

Олійник О.М. – заступник декана з наукової роботи факультету менеджменту Запорізького національного університету, кандидат філософських наук.

Онищенко О.А. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат наук з державного управління.

Павлюк Т.С. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат економічних наук.

Хацер М.В. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат економічних наук, доцент.

Шишкін В.О. – доцент кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики Запорізького національного університету, кандидат економічних наук, доцент.

ЗМІСТ

1. ЕФЕКТИВНИЙ АГРОБІЗНЕС УКРАЇНИ ТА РИНКОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ: ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ

Lapshina M., Zamora O.
World experience of smes development and its application in Ukraine…… 15
Matskevych Y.
THT state and prospects of Ukrainan agricultural business in modern conditions ……..…….. 18
Андрєєва Л.О., Лисак О.І.
Обґрунтування доцільності технологічної інновації у агробізнесі…….. 21
Антонюк Д. А., Буй Ю. В.
Соціальні інновації: досвід реалізації проєктів в аграрній сфері для України……..……... 24
Антонюк К.І.
Стійке виробництво як передумова розвитку агробізнесу України……... 27
Базюк Г.М.
Проблеми та перспективи розвитку малих форм агробізнесу……..……...…… 31
Берестенко А.С., Онищенко О.А.
Шляхи розвитку ефективного агробізнесу в Україні……... 34
Бойко Л.О.
Перспективи горіхової галузі для малого і середнього агробізнесу……... 37
Бухаріна Л.М.
Резільєнтність аграрного сектору в контексті адаптації до кліматичних змін 40
Гончаренко Н.В.
Управління органічним виробництвом продукції рослинництва в Україні…….. 42
Горобець Н.М., Шестопалов І.В.
Особливості стратегічного управління процесом розподілу продукції…….. 45
Головань О.А., Гаркуша В.А., Корягін В.В.
Напрямки підвищення ефективності менеджмент-маркетингу вітчизняних підприємств агробізнесу в контексті цифровізації……... 48
Гуржій Н.М.
Українська пшениця на світовому ринку зернових…… 51

Гуржій Н.М., Лаврова В.М.
Розвиток агротуризму як одного із напрямів диверсифікації виробничої діяльності і послуг агробізнесу……..... 54
Давиденко О.О.
Основні вимоги до сертифікації органічного виробництва та маркування органічної продукції в Україні ……..... 57
Данилова О.А., Васильчук А.
Сучасні проблеми конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України……..... 60
Данилова О.А., Козарик М.
Аналіз стану виробництва молока і проблеми державного менеджменту молочного скотарства в Україні……..... 65
Дем'яненко С.І.
Стратегія розвитку вітчизняного аграрного бізнесу як передумова зростання його ефективності……..... 69
Журавльов І.О., Павлюк Т. С.
Сучасні проблеми зниження родючості ґрунтів України та шляхи їх подолання……..... 72
Заєць І.О., Онищенко О.А.
Значення розвитку агробізнесу України для розвитку національної економіки в умоваї пандемії COVID-19……..... 75
Затишняк О.В., Черчель В.Ю., Сатарова Т.М., Стасів О.Ф., Лазарєв Є. В.
Селекційний матеріал кукурудзи, стійкий до летючої сажки ……..... 78
Іваненко Ф. В., Іваненко В. Ф.
Оптимізація галузевої структури аграрного підприємства..... 81
Козлова О.П.
Інноваційні технології у садівництві як ефективний агробізнес на півдні України……..... 84
Кудлай В.Г.
Стратегічні орієнтири розвитку агропромислового комплексу в Україні…… 87
Кушнірук В.С.
Агробізнес як сировинна база для ефективного розвитку харчової промисловості в Миколаївській області ……..... 91
Лаврова В.М., Гуржій Н.М.
Тіньова економіка в агробізнесі України……..... 94
Лісова Т.С., Долгополов А.О., Полусмяк Ю.І.
Аналіз тенденцій розвитку ринку м'ясопереробної промисловості……..... 97
Луц Д. М.
Програми щодо підтримки органічного виробництва як інструмент стимулювання розвитку відповідної галузі виробництва…..... 100
Молчанова В. В., Онищенко О.А.

Тенденції та перспективи розвитку агробізнесу України……..... 104
Пахуча Е.В.
Напрями зменшення фінансових ризиків в сфері аграрного бізнесу …... 107
Петренко О.Я.
Планування системи землекористувань та їх розвитку в об'єднаних територіальних громадах……..... 110
Петров В.М.
Особливості формування ринку зернозбиральних комбайнів великої потужності в Україні……..…… 113
Плотнікова М. Ф.
Родові поселення – приклад ефективного бізнесу на сільських територіях…..... 117
Полусмяк Ю.І.
Людський капітал як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України..... 120
Ткаліч І.О., Троїцька О.О.
Аналіз стану водних ресурсів в контексті розвитку аграрного бізнесу в Україні……..... 122
Томчук О.В.
Управління економічним розвитком агропромислового регіону в умовах постіндустріальних трансформацій: соціально-трудовий чинник……... 126
Третьяков Д. Е., Гуржій Н.М
Лідерство у агробізнесі: проблеми сьогодення…… 130
Хацер М.В.
Проблематика взаємодії аграрного сектору з іншими секторами економіки України…… 133
Черемісін О. В.
Ринкові трансформації та модернізація земельних відносин на півдні України: досвід міського самоврядування другої половини хіх – початку хх ст…….. 136
Шишкин В.А.
Анализ агропромышленного комплекса Украины…….. 139
Юшкевич О.О.
Складові розвитку сільськогосподарського підприємства як об'єкта економіко-екологічного регулювання……... 144

2. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ, ЛОГІСТИКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Churikanova O.Y., Lysenko M.O.
Investment management for coal mines based on neural network model……... 147

Акимова К.О.,Полусмяк Ю.І.
Дослідження вподобань споживачів з метою пошуку напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства…….....…….. 150
Батенко Л. П., Нотевський Є. В.
Проєктний менеджмент як важливий управлінський інструмент у діяльності об'єднаних територіальних громад …… 153
Бєлік Д.С., Полусмяк Ю.І.
Аналіз тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні……... 155
Борщевська Ю.О., Онищенко О.А.
Особисті якості та головні навички керівника для ефективного менеджменту…… 158
Бухаріна Л.М., Бірюков Т.Р.
Переваги моделі залізничних перевезень зернових «ниткою графіка»…….....…..... 161
Воробьев К С.
Механизм достижения операционной стратегии компании по производству кофейной продукции……... 164
Галак І.І.
Замкнений ланцюг постачань: інструмент забезпечення сталого розвитку сучасного підприємства…….. 166
Гільдібрант К.Є., Онищенко О.А.
Сучасні проблеми мотивації в організаціях…… 170
Горбань Я. Ю., Гуржій Н.М
Перспективи розвитку підприємництва в Україні…….. 173
Гудима О.В.
Особливості контролінгу персоналу аграрного сектору та його удосконалення…… 176
Гуржій Н.М., Горбань Я. Ю.
Переваги та недоліки маркетингової діяльності підприємств в Україні під час світової пандемії 2020…… 180
Давидавичене В., Лисенко М.О.
Переваги і недоліки діяльності в умовах монополії …….. 183
Демченко А.О., Полусмяк Ю.І.
Шляхи підвищення продуктивності праці на підприємствах…….. 187
Дем'яненко Б.С.
Вплив маркетингових досліджень на прийняття управлінських рішень агробізнесі…… 190
Завадських Г.М., Тебенко В.М.
Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент розвитку економіки…… 194
Зенкіна Р.Ю., Решетова Г.І.
Розробка механізму підвищення використання трудового потенціалу регіону…… 198

Карнаушенко А.С.
Соціально-економічний зміст молодіжного підприємництва та його вплив на рівень зайнятості молоді…… 200
Карпенко А.В., Карпенко Н.М.
Кластери як форма забезпечення інноваційного розвитку регіону…….... 204
Карпенко А.В., Пустовіт Ю.А.
Роль освітніх умов у формуванні інтелектуальних активів населення в Україні…….. 208
Киян О.Ю., Онищенко О.А.
Застосування технологій тайм-менеджменту в управлінні підприємством…… 210
Коновалова А.Г., Полусмяк Ю.І.
Сучасні напрями вдосконалення системи мотивації персоналу ПАТ «Мотор січ»…….. 213
Коренєв Р.А., Полусмяк Ю.І.
Вплив податкового навантаження на діяльність суб'єктів господарювання в Україні…….. 217
Крамаренко К.М.
Інноваційно-інвестиційна безпека як передумова сталого розвитку підприємств…….. 220
Купалова Г.І.
Підприємництво як вид господарської діяльності ……..... 223
Кухарець В.В.
Етика бізнесу як підґрунтя ефективного функціонування суб'єкта підприємництва……... 227
Лоцман Б.В.,Павлюк Т.С.
Перспективи внутрішнього туризму під час пандемії COVID–19…….. 230
Мельник К.Ю., Онищенко О.А.
Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту……..……. 233
Метрик А.А.
Совершенствование схем инвестирования сельскохозяйственных предприятий республики Беларусь……... 236
Олійник М.О., Фудашкін А.Д.,Шупчинська К.С.
Аутсорсинг в системі маркетингу страхової компанії…….. 239
Олійник О.М., Сербіненко К.Г., Сербіненко Н.В.
Управління лояльністю персоналу в системі HR-менеджменту компанії……... 242
Петрук В.В., Полусмяк Ю.І.
Сучасні методи відбору персоналу на підприємстві…… 245
Портнягіна М.С., Полусмяк Ю.І
Сучасний стан та динаміка розвитку меблевої промисловості в Україні... 247
Потапенко А.О., Полусмяк Ю.І.
Суть планування товарообороту роздрібної торгівлі та шляхи його покращення…….. 249

Родіна О.В.
Фактори впливу на витрати підприємств птахівництва …….. 252
Сидоренко С.Г., Гуржій Н.М
Переваги та недоліки електронної комерції в сучасному світі…….. 256
Строкань А.В., Полусмяк Ю.І.
Сучасний стан та перспективи металургійної галузі України…… 259
Телюпа А.А., Полусмяк Ю.І.
Розробка логістичної стратегії торговельних підприємств з урахуванням стратегічних цілей ланцюгів поставок……... 262
Ткаченко Г.А.
Сутність управління логістичними бізнес-процесами аграрних підприємств…….. 264
Тулякова А.О., Замора О.М.
Міжнародна технічна допомога ЄС для України: досвід реалізації грантових проектів у рамках програм «Еразмус+» та «Горизонт 2020»… 267
Хацер М.В., Михайлик О.К.
Проблематика та перспективи імплементації сучасних технологій у логістиці…….. 270
Шлапак А.В., Лисенко М.О.
План інвестицій як ефективний інструмент оновлення модернізації на прикладі залізничного транспорту…… 273

3. КОМУНІКАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АГРОМЕНЕДЖМЕНТІ, ПІДПРИЄМНИЦТВІ, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Hrynevych O.V.
Making agricultural systems profitable and sustainable using smart farming technologies: application in Ukraine…….. 276
Ivanova Y., Kompaniiets L.
Some aspects of communication links and information technologies in agromanagement……... 280
Khatser M., Khatser G.
Information technologies as a key factor of modern development of Ukrainian agrarian sphere …… 283
Kushch A., Kurguzov A.
Communication process management…….. 286
Nazdravetska V.R., Shmelkova G.M.
Role of communication and information technology in business during pandemic……... 289
Shavkun I.G., Dybchinska Y.S.
The communicative aspect of human capital management in the conditions of information economy…… 291

Shepel A., Kompaniiets L.
The use of digital skills in management models and business communication processes…….... 294
Shmelkova A.A., Shmelkova G.M
The essence and significance of information and communication technologies in the modern economy…… 297
Vyazova R., Ubeyvolk O.
Development prospective of icts in Ukraine's agribusiness…….. 300
Безручко Н.В., Лавренко Н.М.
Роль та види інформаційних технологій в тепличному бізнесі……... 303
Бородинская Е.М.
Практика использования информационных систем в агроменеджменте…… 306
Гуржій Н.М., Сидоренко С.Г
Інформаційні технології в підприємництві та агроменеджменті…….. 309
Овдіюк О.М.
Комунікаційні технології в менеджменті підприємств…….. 312
Павлюк Т.С.
Значення інноваційних технологій в системі управління людським капіталом…….. 315
Юдіна О.В.
Підготовка майбутніх фахівців з агроменеджменту до іншомовної ділової комунікації ……. 318

1. Ефективний агробізнес України та ринкові трансформації розвитку земельних відносин в Україні: передумови формування та розвитку

Lapshina M.
student
Sumy State University
Zamora O.
assoc.professor, PhD.,
Sumy State University

WORLD EXPERIENCE OF SMES DEVELOPMENT AND ITS APPLICATION IN UKRAINE

Small business in the modern world undoubtedly plays an indescribable role. The modern market economy needs it to function and develop. Accordingly, the formation and development of small business is the main problem of economic policy under the conditions of the normal market functioning. Small business are impacted by the rate of economic growth, the quality of the gross national product, as well as its structure. In the most developed countries, small businesses account for 60-70% of GNP [1], which is why a significant number of them are encouraged and supported by various state programs.

Yet, large enterprises have huge advantages over small and medium-sized enterprises, for example, in large-scale mass production. But at the same time, they are far behind them in the production in small batches, and even more so in single production, which means less flexibility. The advantage of small firms lies in the fact that they create a flexible functioning mechanism of the national economy that quickly responds to changes in the market, constantly providing the population with all the necessary goods and services.

Let us have a look at the experience of SMEs development in USA. It is generally accepted that the United States is an entrepreneurial country. Unlike many countries in the world, small business in the United States look more solid - these are large and well-fed small firms. Indeed, in the USA, the largest world economic power, not only big business, but also small business is well developed. The overwhelming majority of inventions and discoveries in the United States are the results of small businesses. The United States have a number of incentives to support small and medium-sized businesses. As an example, there is a progressive scale of income tax rates. There is also a benefit that directly depends on the availability of citizenship.

One more feature of small businesses in the United States is the passion for franchising. Nowadays, this is the main direction in the American economy. According to experts, there are about 2,000 franchisors in the country, and the number of franchise recipients has exceeded 600,000. [2] Small business in the United States is quite diverse, it covers many aspects of human life. Small businesses are widely developed in various fields - in trade, public catering, social services, finance, innovation, and entertainment.

For better comparison, let us overview the experience of SMEs development in Germany. Small business in Germany is very popular thanks to the loyal state policy. There is an Association for protecting the interests of entrepreneurs at the federal level (German Chambers of Commerce). Such chambers provide a whole infrastructure, designed to develop small business in every possible way. Nowadays, a quarter of small businesses in Germany work for export, providing about 17% of the country's total foreign trade. Talking about investments, they account for 51.5% of all financial investments of the country. [3] A special feature of small businesses in Germany is that the greatest funding and support is provided to enterprises of science industries working with innovation. What is more, state supports small business innovations via open technology centers and research institutes.

The experience of SMEs development in the UK is also rich. Great Britain uses the implementation of the small business support programs to recover depressed regions or cities districts. First of all, the legislation provides for accelerated depreciation of buildings and structures for small businesses. Secondly, the country periodically introduces temporary tax incentives, which allows to stimulate the development of the necessary state strategy for business. What is more, government introduces various institutions to support the development of small and medium-sized businesses (e.g. Technology Strategy Board) or establishes new business zones with significant benefits. Also, the actual tax benefits, the British legislation provides for a simplified reporting procedure.

The Canadian experience of SMEs development is also worth consideration. In 1988, Canada was the first economically developed country to adopt the National Business Policy Program. Since then, Canada has always shown interest in supporting the SMEs sector. A significant number of economic awareness and economic support programs exist under the Canadian government. They operate in both rural and urban areas. As in many countries in Europe and the USA, small businesses in Canada are actively funded by the government. Moreover, in all cities and towns of the country there are consulting services for private entrepreneurs, seminars, lectures, trainings are held for businessmen completely free of charge. Small business is always welcomed by Canadian tax and financial policy. The system of concessional lending and taxation contributes to the rapid development of newly opened businesses. Small business development loans are provided in Canada, especially when it comes to a rare activity that society needs. The peculiarity of the Canadian government is that it welcomes business "at home": by providing tax credits and other bonuses to business people in the home office.

And finally, the experience of SMEs development in Ukraine. The business environment in Ukraine is largely regulated, but not ideal. The most active development of small business took place with the adoption of relevant laws, which laid the legislative basis for small businesses. One of the main positive factors of this process was tax benefits for small enterprises that were installed. Currently, there are 1.8 million individual entrepreneurs and 1.2 million legal entities registered in Ukraine. Small and medium businesses provide jobs for 80% of Ukrainians.[4]

In front of our eyes, a powerful layer of Ukrainian manufacturers is being formed, that offers quality goods and services and can compete on international

markets. There are various business support programs in Ukraine. For example, the EBRD and the EU launched a credit line of up to 3 million euros for small and medium-sized businesses in Ukraine in order to increase and modernize the export potential. The EU4Business initiative has created a direct funding source for Ukrainian SMEs to support the implementation of a free trade agreement with the EU. The network of business support centers of Ukraine works to improve access to finance and to provide consulting services for SMEs, while other initiatives focus on the development of women's entrepreneurship and support for business reforms.

To sum everything up, the information provided indicates that various measures are used by the countries to support small and medium-sized businesses. There are many ways to develop small and medium businesses. But all depends on the policy of the state. It can both accompany and slow down the development of such businesses. Therefore, Ukrainian legislation in the field of small business should be flexible enough to promptly respond to changes in the economy, promote market saturation goods and services, the development of competition in the country and, accordingly, develop small and medium-sized businesses. This will allow small businesses to take their strong place among the segments of the market economy.

Actions for the development of small and medium-sized businesses can be such as benefits, subsidies, various programs and institutions that support small and medium-sized businesses, or simply laws aimed at supporting small businesses. To make a conclusion, it should be noted that the strong basis of the economy in all the countries of the world, along with corporate business, is largely determined by small business, which is an important factor in the development of a market economy. Accelerating the pace of development of small and medium-sized business contributes to succes in many areas.

Literature

1. Small and medium business as a percentage of GDP [Електронний ресурс] // - Режим доступу до ресурсу : https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy/discussion/foundation-economies-worldwide-small-business-0
2. Small and medium business in the USA [Електронний ресурс] // - Режим доступу до ресурсу : http://rosinvest.com/acolumn/blog/china/544.html
3. Features of creating a small commercial enterprise in Germany [Електронний ресурс] // - Режим доступу до ресурсу: http://gejzer.ru/statii/malyj-biznes-v-germanii.html
4. Small and medium business in Ukraine [Електронний ресурс] // - Режим доступу до ресурсу : https://biz.ligazakon.net/ru/news/186701_pravila-uspekha-dlya-malogo-i-srednego-biznesa-forum-msb

Matskevych Yuliia
Ph.D, senior lecturer of the Department of economic theory and entrepreneurship
SHEI «Pryazovskyi State Technical University»
Mariupol, Ukraine

THT STATE AND PROSPECTS OF UKRAINAN AGRICULTURAL BUSINESS IN MODERN CONDITIONS

Agricultural entrepreneurship is the totality of all operations for the production of agricultural goods, the provision of services in the field of production, storage, processing, supply, advertising, market research and sales.

The specifics of agricultural entrepreneurship can be explained from two points of view. First, the competitiveness of the factor markets. Secondly, the peculiarity of the demand for agricultural products. The demand for agricultural products determines the emergence of the problem of low incomes in agricultural production: additional production of agricultural products entails a rapid decline in marginal utility.

The basis of the economic specifics of agricultural entrepreneurship is the ownership of land as its main factor. The form of ownership of land determines the type of monopoly – private, group or state, the appropriation of the income received from it – rent. The interaction of monopolies establishes the form of distribution of income in agricultural entrepreneurship between the owner of the land and its tenant. The redistribution of land ownership, the transition from state monopoly to heterogeneous forms of land appropriation is a characteristic feature of the socio-market transformation of the economy in Ukraine. This process leads to the development of multiculturalism and democratization of land management.

The central element of entrepreneurship in the agricultural sector is the formation of the agricultural market. This is the core of all change. The agricultural market is a component of the modern market economy, a form of manifestation of market relations in a specific rural sphere of commodity production. Market relations are formed as a relationship between the owners of agricultural resources and the producers of products, based on free decision-making.

The agricultural market has the same characteristics as the entire market system. However, there is also a peculiarity. It is determined by the specifics of agricultural relations that link the economic and natural processes of production activity. The agricultural market is characterized by the supply of essential goods and continuous demand. Because of this, supply and demand in it are more elastic than in other markets, and the assortment of goods is characterized by relative uniformity. Prices here are influenced by the seasonality of the production of goods; factors of a regional and climatic nature. Commodity producers have to act in conditions of unstable market conditions, increased risk of entrepreneurship.

The political instability in the country has left its mark on the state of agricultural entrepreneurship. Sharp power struggles between political parties and associations that lasted for several years. There was often a lack of unity on key issues of agricultural policy and strategy. Because of this, the laws that were being developed, reflecting the

agrarian and economic strategy, sometimes contradicted each other. The measures for their implementation were not supported. There was a problem that makes it difficult to regulate land relations – speculation. There were many businessmen buying up and reselling land plots. The state of the land is of concern. Their fertile properties are decreasing. It is advisable in the Ukrainian legislation to develop in more detail measures of responsibility of land users for saving the quality of land plots. It would be useful to take care of stimulating rural producers for the rational use of land and increasing their fertility.

The general aspects of agricultural entrepreneurship are complemented by regional specifics. This is important to take into account in practice. Regions differ in the nature and dynamics of agricultural transformations. In these circumstances, it is useful to study mutual experience. It helps to equalize the growth rate of the agricultural economy, promotes the search for new reserves, accelerates the market renewal of agriculture [1, c. 15].

The Ukrainian agro-industrial complex is currently in a difficult situation. A particularly narrow link is the processing of products, their storage and sale, as well as the industries that determine the technical modernization of agriculture. The nascent Ukrainian agricultural entrepreneurship is in dire need of effective state support, providing cheap loans. The current loans are provided by commercial banks at a high interest rate, which does not allow entrepreneurs to use them effectively. In this regard, it is necessary to implement certain measures to improve the efficiency of the functioning of the agro-industrial complex:

1) formation of regional wholesale markets;

2) transformation of rural goods producers into co-owners of processing enterprises;

3) lending on the security of products and land, reducing trade surcharges.

The government should give priority to development of agriculture and to focus on the revival of the village on the industrial base of modern level, facilitating the development and growth of agriculture, transformation of agriculture in high-performance, exportable sector of the economy.

The epicenter of the comprehensive renewal of agrarian relations, the search for new forms of management are agrarian reforms that affect the economic interests of not only the rural population, but the entire society. In the end, they determine the social orientation of the renewal not only of the agricultural sector of the economy, but of the entire social production [2, c. 214]. In Ukraine, important attention should be paid to state support for the reform of the agricultural sector.

Agrarian reform is a process of changing economic relations and, above all, property relations in agriculture. Since technical and economic relations are an integral part of economic relations, the material basis of agrarian reform should be, first of all, changes in the technological method of production: the introduction of new technology, production culture, new forms of labor organization.

Key areas of reform:

1) Real (and not formal) reform of collective agricultural enterprises on the basis of private ownership.

2) Transition to land-lease relations between land owners and business entities.

3) The development of personal subsidiary farms and the transformation of the largest of them into commodity farms of the villagers – mini-farms.

4) Comprehensive development of the infrastructure of the agricultural market, ensuring its transparency, parity, creating equal conditions for competition of all participants in the agricultural market.

5) Improvement of economic and financial-credit relations in rural areas.

6) Improving the management of the agro-industrial complex and regulating economic relations on a market basis.

7) Significant improvement of the legal support for the implementation of agrarian reform.

In Ukraine, the goal of the agrarian reform is the elimination of the state monopoly on land, the formation of a thrifty owner, the use of state, collective and private forms of ownership.

A number of Laws of Ukraine and Decrees of the President of Ukraine have approved new forms of ownership and management in the agricultural sector of Ukraine. Today, about 95% of agricultural organizations in Ukraine operate in non-state forms [3] on the principles of self-sufficiency, self-financing, independence in choosing areas of activity and full responsibility for the results of work.

An important role in the formation of agricultural entrepreneurship belongs to small forms of management. This is confirmed by the experience of developed countries. Its main task is to ensure that the monopoly on production is overcome. For example, in the United States, of the 19 million different independent firms, more than 90% are small. In Japan, 99% of private businesses are small businesses.

The modern agrarian policy of Ukraine is characterized by fundamental changes in property relations and the formation of economic structures, the creation of a full-fledged market for means of production and food and the provision of its appropriate infrastructure. It should provide for ways of state management of agriculture and the agro-industrial complex as a whole on the basis of improving economic and organizational relations in the production, exchange and consumption of material goods and resources. Also, one of the urgent tasks of modern agricultural policy is the implementation of land reform, taking into account the peculiarities of various forms of management and the transition to the market.

Literature:

1. Enterpreneurship in farming by David Kahan Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome 2012 [accessed 2021-01-17] – Retrieved from: http://www.fao.org/uploads/media/5-EntrepreneurshipInternLores.pdf

2. Fedorenko V. G., Didenko O. M., Ruzhensky M. M., Itkin O. F. Politicheskaya ekonomika: Uchebnik / Under the scientific editorship of Doctor of Economics, Sciences, Professor V. G. Fedorenko. - K.: Alerta publ., 2008, 487p.

3. Statistical data of the State Statistics Committee of Ukraine – Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/

Андрєєва Л.О.
к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Лисак О.І.
к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІННОВАЦІЇ У АГРОБІЗНЕСІ

В результаті комплексних економічних перетворень, що відбуваються в Україні, створюються нові, впроваджуються існуючі моделі та механізми побудови сучасних економічних відносин як в державі, так і на підприємстві.

Проблема розвитку інноваційного підприємництва в Україні зумовлена переходом економіки на якісно новий – інноваційний тип розвитку. Економічне зростання країни в сучасних умовах значною мірою залежить від її здатності адаптуватися до технологічних зрушень, а збільшення обігу та зростання виробництва – від інновацій [3].

Кожен підприємець розуміє, що для подальшої прибуткової діяльності, насамперед, необхідно досконало управляти виробничо-господарькою діяльністю.

Для забезпечення сучасних потреб і технологій виробництва підприємства здійснюють модернізацію обладнання.

Модернізація несе значні переваги:

- підвищення надійності устаткування, зменшення обсягу і часу регламентних і ремонтно-відновлювальних робіт, скорочення штату обслуговуючого персоналу;
- підвищення продуктивності устаткування;
- підвищення технологічної точності, повторюваності, стабільності технологічних параметрів обладнання;
- введення додаткових функцій обладнання, його перепрофілювання;
- зменшення енерговитрат шляхом оптимізації технологічних і підготовчо-заключних операцій;
- спрощення експлуатації обладнання за рахунок застосування інтуїтивних інтерфейсів управління (HMI), що не вимагають спеціального навчання оператора;
- зниження ризику псування обладнання і оброблюваної продукції шляхом коректного завершення роботи при аварійних ситуаціях з аварійним сповіщенням;
- збільшення рівня безпеки роботи з обладнанням [2].

Для підприємства, яке займається виробництвом запчастин для сільськогосподарської техніки, було розроблено проект з модернізації

технологічної лінії. З 2015 року ТОВ «ТАРА», м. Мелітополь Запорізької області, почало модернізацію виробництва шляхом оновлення технологічного обладнання. Протягом 2015-2017 років було придбано 11 одиниць високотехнологічного обладнання провідних світових виробників. Зараз підприємство продовжує заміну застарілих потужностей на сучасні, що дає змогу гарантувати високу якість продукції для тракторної техніки.

Для підвищення ефективності діяльності ТОВ «ТАРА», було придбано 7 високоякісних станків від німецького виробника DMG MORI.

Дане обладнання здатне замінити станки, які раніше використовувало підприємство. Станки DMG MORI забезпечують мінімальні витрати часу на виготовлення однієї деталі завдяки лінійній технології та технології Direct Drive.

Час на обробку коротких деталей зменшується у десятки разів, у порівнянні зі старими станками. Наприклад, час на обробку стальної втулки складає 75 секунд.

Перевагами обладнання від німецького виробника є:

- максимальна точність обробки деталей завдяки новітній системі керування;
- імовірність похибки знижена майже до нуля;
- зниження виробничих витрат, завдяки невеликим сервісним витратам;
- повна відсутність швидкозношуваних деталей;
- високе прискорення та заміна всіх механічних рухів на автоматичні;
- мінімальна необхідність у технічному обслуговуванні;
- зниження обсягів виробничих відходів;
- автоматичне вивантаження заготовок;
- енергозбереження;
- зручний доступ до робочої зони;
- 3D-моделювання деталей;
- економія до 80% часу за рахунок автоматичного створення робочого плану;
- покращення умов праці та робочого місця;
- майже відсутність використання ручної праці.

Станки забезпечують високий рівень продуктивності при обробці середніх та великих партій деталей.

Нове обладнання заощаджує до 30% електроенергії, змінює ручну та механічну працю на автоматичну, дає можливість зменшити обсяги виробничих відходів, покращити умови праці робітників, одразу виконує функції 3-х станків, а також збільшує швидкість виробництва продукції, а отже підвищує рівень продуктивності праці.

Розраховано, що собівартість виробленої деталі на нових станках складе 303,36 грн/од., що на 20,9% менше, ніж вартість виробництва на попередніх станках. Кількість виробленої продукції в рік збільшиться у 3 рази.

Використання 7 нових станків дає можливість виробляти на 23,8% більше продукції, ніж 16 старих станків. Оскільки виробничий план та попит на

продукцію можуть змінюватися, кількість виробленої продукції, враховуючи використання заготівок, має коливання. Проте, простий підрахунок продуктивності нових станків показав, що дана інвестиція є доцільною. Так як підприємство не ліквідує всі старі станки, а деякі використовує для виробництва продукції, загальний обсяг виробництва деталей буде більшим.

Оскільки підприємство продає частину старих станків, вивільняються 5 робітників. Трьох робітників буде перепрофільовано на ковалів. Двох робітників буде звільнено.

Було проведено оцінку доцільності впровадження проекту модернізації технологічної лінії. За допомогою розрахунку чистого приведеного доходу та інших показників ефективності проекту, визначено, що термін окупності нових станків складає 2,07 роки.

Підприємство може гарантувати виробництво високоякісної продукції, оскільки вона повністю відповідає вимогам конструкторської документації, державних та галузевих стандартів, виробництво відбувається на сучасному металообробному обладнанні [1].

Аналіз діяльності підприємства за допомогою методу бенчмаркінгу показав, що ТОВ «ТАРА» є провідним виробником запчастин для с/г техніки, у порівнянні з Мінським тракторним заводом та Бобруйським тракторним заводом, які є його головними конкурентами. Впровадження технологічної інновації сприятиме підвищенню якості виготовленої продукції, одночасно зі зростанням споживчих переваг.

Отже, завод «ТАРА» є конкурентоспроможним підприємством, яке займає велику частку на ринку продукції, що виготовляється. Запчастини заводу відзначаються високою якістю, яка підтверджується відповідними сертифікатами та стандартами якості. Підприємство є конкурентоспроможним за асортиментом продукції, ступенем дієвості каналів збуту. Проте, вважаємо, що необхідно звернути увагу на рекламу та просування товару на ринку, що буде підтримувати, демонструвати високоякісну продукцію та виділяти її серед конкурентів.

Література

1. Офіційний сайт заводу Тара [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tara-ua.com/index.php#prettyPhoto

2. Модернізація технічного обладнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uzh-prom.com.ua/ua/modernizaciya-teh-oborudovaniya.html

3. Тебенко В.М. Розвиток аграрної сфери регіону. Тези доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції: «Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент» - Запоріжжя: ЗНУ, 2020. – С. 252-255.

Антонюк Д. А.
д. е. н., проф. каф. підприємництва, менеджменту організацій та логістики
Запорізький національний університет
Буй Ю. В.
аспірантка каф. прикладної економіки
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ: ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Пріоритетними завданнями сьогодення є збереження довкілля та забезпечення якісних змін у житті суспільства. Співіснування природної та суспільної систем поряд з економічним зростанням сприятиме досягненню основної мети сталого розвитку. При цьому суттєві зрушення можуть бути досягнуті лише завдяки впровадженню інновацій за кожною складовою. Відповідно, якісні зміни у соціальному напрямі можуть бути забезпечені завдяки впровадженню соціальних інновацій. В такому контексті актуальним є дослідження прикладного поширення соціальних змін, які проявляються у вигляді соціальних проектів, соціального підприємництва, соціальної відповідальності, соціальних ініціатив бізнесу, нових соціалізованих бізнес-моделей та способів соціальної взаємодії.

Соціальні інновації є одним із напрямів ефективного забезпечення формування людського капіталу у сільській місцевості, оскільки вони визначають рівень освіти, охорони здоров'я, мотивації до праці, мобільності та саморозвитку. У сучасних умовах виділяють кілька напрямів соціальних інновацій, які безпосередньо впливають на формування людського капіталу у сільській місцевості, зокрема розвиток соціальних інновацій для подолання бідності сільських домогосподарств, завдяки чому підвищиться рівень життя сільських жителів, відновиться престиж сільськогосподарської праці, бажання населення жити і працювати на селі. Процес подолання бідності сільських домогосподарств неможливо забезпечити в короткостроковому періоді. Ця проблема не є тимчасовою, що зумовлена сучасним кризовим станом національної економіки і зокрема – аграрної сфери. Це довготривала проблема, зумовлена обмеженістю сільського населення у сфері працевлаштування, важкими умовами праці, нижчим рівнем освіченості порівняно з міським населенням, низьким доступом до інформації [1, с. 3].

Як зазначають експерти Українського інституту майбутнього (UIF) та Latifundist Media, які презентували стратегію розвитку агросектору України до 2030 року «Україна – світовий супермаркет екологічних продуктів», слабкими сторонами українського агросектору є [2]:

1. Відсутність вільного ринку землі (як однієї з ключових умов для залучення інвестицій).

2. Низький рівень переробки (частка агропродукції з високою доданою вартістю в загальному обсязі с/г виробництва становить незначну частину – близько 5-7%).

3. Низька ефективність (на усіх ланцюжках бізнесу).

4. Низька продуктивність ($4 тис. у с/г на одного зайнятого. Для порівняння: у Польщі — $8 тис., у Німеччині, Франції — $54 тис., у Нідерландах — $79 тис.).

5. Слабка самоорганізація ринку (середній і малий бізнес не беруть активної участі в профорганізації для політичного лобіювання своїх інтересів).

6. Відсутність джерел фінансування сектору (дорогі кредити), недофінансування сектору.

7. Відсутність довгострокової Стратегії розвитку сектору (як частини загальної Економічної стратегії країни).

8. Домінування окремих великих гравців на ринку (створює передумови для виникнення монополій в окремих секторах АПК).

9. Відсутність ефективного законодавчого регулювання.

10. Непрозорий механізм державної підтримки галузі.

11. Погіршення якості чорнозему (близько 20% українських чорноземів деградували за 28 років через непродуману політику обробляння ґрунту і неконтрольоване внесення добрив, що призвело до збитків – до 10-15 млрд грн).

12. У низці господарств збереглася «культура колгоспу»: низький рівень фінансової грамотності, старі технології, відсутність процесу модернізації об'єктів.

13. Велика частка неефективних державних підприємств. У компетенції Мінагрополітики – 334 підприємства (із них 1 підприємство розташоване в зоні ООС, 32 – у Криму, 206 – підлягають ліквідації, 95 – повинні бути приватизовані і 3 – залишитися в державній власності).

14. Недостатність кваліфікованих кадрів у регіонах.

15. Відсутність профільних R&D-центрів.

16. Основне ціноутворення на зерно відбувається не в Україні.

Прикладні аспекти впровадження успішних соціальних ініціатив для розвитку сільської місцевості наводить С. Ноймейер, зокрема розвиток сільських районів у Weissensee, район Spittal/Drau, Kärnten, Австрія [3, с. 48]. Проєкт Leitbild, розроблений зовнішніми експертами від імені провінційного уряду Кернтена, мав девіз «ігровий майданчик природи» («Spielplatz der Natur»), головна мета якого полягала у «примиренні туризму у даній місцевості з охороною природи». Для цього було використано підхід «знизу вгору», керований зовнішнім консультантом із залучення місцевого населення. Одним із результатів впровадження цього нововведення стала виплата винагороди за використання комунальними площами для екологічно чистого вирощування на сільськогосподарських угіддях. Це мотивувало майже всіх фермерів у Вайсензее відмовитися від використання пестицидів та хімічних добрив та від посадки комерційних культур (кукурудзи, силосів) на користь розвитку сільського господарства.

Заслуговує на увагу екологічна модель Ökomodell акціонерного товариства Achental (Баварія, Німеччина). У 1997 р. в рамках ініціативи ЄС INTERREG II, мер громади Шлехінг ініціював проект щодо поліпшення співробітництва в прикордонному регіоні між Баварією та Австрією. Метою ініціативи було

сприяння розвитку екологічно обґрунтованої громади, розширення асортименту сільськогосподарської продукції, впровадження екологічно чистого туризму та об'єднання біотопів. У 1998 р. сім інших громад у долині Ахенталь вирішили подати аналогічну пропозицію. Кульмінацією ініціативи стало створення вісьмома громадами об'єднаної екологічної моделі Achental у 1999 р., а вже у 2000 р. ще одна громада приєдналася до цієї еко-моделі. Робота виконавчої ради еко-моделі та кількох робочих комітетів забезпечує узгодження двосторонніх планів та концепції колективного прямого маркетингу в частині оновлення села [3, с. 48-49]. В обох наведених прикладах соціальні інновації можна визначити як рушійну силу спостережуваного розвитку.

В обох регіонах початкова група людей (політики та громадські діячі) об'єдналися задля вирішення спільних інтересів. Варто виділити, що початковим етапом для соціальних інновацій став зовнішній фактор, а саме в першому випадку це була концепція місцевого розвитку, ініційована провінційним урядом в Карнтене, а в другому (долина Ахенталь) — участь в ініціативі INTERREG II [3, с. 50-51].

Розвиток соціальних інновацій у сільській місцевості має визначальний вплив для якісного забезпечення сільськогосподарської праці, переосмислення пріоритетів сільського населення щодо життя та можливостей формування раціональної структури виробничого потенціалу. Зміна ціннісних орієнтирів у суспільстві передбачає трансформацію світогляду населення про те, що працювати в селі престижно й економічно вигідно, відповідно одним із напрямів підвищення рівня життя у сільській місцевості є формування сільських громад, які будуть об’єднувати молодих людей, ініціаторів та лідерів [1, с. 5].

Таким чином, висвітлені прикладні форми та моделі впровадження соціальних інновацій у сільській місцевості сприяють переорієнтації як суспільного так і економічного життя та створюють суспільні цінності для розвитку аграрного потенціалу в умовах сталого (збалансованого) розвитку суспільних систем.

Література

1. Качмар О. В. Соціальні інновації як чинник формування людського капіталу на селі / О. В. Качмар // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. - 2013. - Вип. 181(1). - С. 94-100. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181%281%29__17

2. Український інститут майбутнього: Україна світовий супермаркет екологічних продуктів. Режим доступу: https://strategy.uifuture.org/ukraina–svitoviy-supermarket-ekologichnix-produktiv.html

3. Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. Sociologia Ruralis, 52, 48-69.

Антонюк К.І.
к.е.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»

СТІЙКЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Дванадцята Ціль сталого розвитку – забезпечення стійкого споживання та виробництва або «забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва» (у вітчизняній інтерпретації [1]) передбачає застосування системних заходів підприємств, політиків, науковців і споживачів для забезпечення сталого виробництва та споживання на основі передових технологічних можливостей, ефективного використання ресурсів та скорочення світових відходів [1, 2]. Впровадження сталих моделей виробництва та споживання, побудованих на ефективному використанні ресурсів, зменшить негативний вплив на довкілля, підвищить добробут населення, а також збереже ресурси для майбутніх поколінь, що, відповідно, сприятиме підвищенню ефективності діяльності суб'єктів господарювання в довгостроковій перспективі, для чого корисним є досвід розвинених країн. Проте навіть за короткострокового горизонту планування запропоновані в Україні завдання та індикатори досягнення цієї Цілі безпосередньо стосуються функціонування агропромислового комплексу економіки, на що необхідно звернути увагу всім стейкхолдерам для планування та організації діяльності.

Головним завданням країн–членів ЄС у цьому напрямі є прискорення економічного зростання та поліпшення рівня життя населення при зменшенні обсягів використання природних ресурсів, а, отже, мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище. Пріоритетними визначено: збільшення циркулярності матеріалів в економіці, що зменшує обсяги видобутку ресурсів і відходів, безпечне управління хімічними речовинами та перехід від вуглецевих енергоносіїв до відновлювальних джерел енергії [3].

Компаративний аналіз завдань та індикаторів досягнення 12 цілі сталого розвитку в ЄС та Україні показує їх суперечливість та відмінності за економічною сутністю. Так, якщо для країн ЄС ціль полягає у прагненні до відриву економічного зростання та покращення рівня життя від використання ресурсів, то в Україні акцент робиться на скороченні післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції та ефективному поводженні з відходами. Розвинені країни ЄС для раціонального освоєння й ефективного використання природних ресурсів до 2030 р. застосовуватимуть сукупність індикаторів продуктивності використання ресурсів та енергоресурсів, обсягів споживання енергії, з часткою відновлювальних джерел енергії, а в Україні запропоновано використовувати лише показник ресурсоємності ВВП. Тобто завдання ЄС охоплюють більш широкий спектр (більшу групу) індикаторів і базу порівняння (визначається 2005 р.).

Такі розбіжності також можуть бути обумовлені різницею у рівнях економічного розвитку. До того ж проблема розбіжностей може бути викликана

відсутністю статистичних даних і складністю вимірювання необхідних показників. Завдання скорочення вдвічі в перерахунку на одну особу населення загальносвітового обсягу харчових відходів на роздрібному та споживчому рівнях і зменшення втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюжках в європейській системі взагалі не квантифікується. В Україні запропоновано обмежитися лише частками післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, а також овочів та баштанних культур. Проте, ураховуючи складність обліку таких показників, ефективність їх досягнення є сумнівною, до того ж обсяги втрат за овочами та баштанними культурами в офіційній статистиці взагалі відсутні.

Важливим пріоритетом для контрольних інститутів ЄС є раціональне використання хімічних речовин і всіх відходів упродовж усього їх життєвого циклу, істотне скорочення потрапляння цих речовин у повітря, воду і ґрунт, щоб звести до мінімуму їх негативний вплив на здоров'я людей та навколишнє середовище. Для цього використовуються два індикатори – обсяг сукупного споживання токсичних хімічних речовин та середні викиди CO_2 на 1 км від нових пасажирських машин. В Україні це сформульоване як «…забезпечити стале використання хімічних речовин на основі інноваційних технологій та виробництв» [4] і передбачає моніторинг кількості підприємств, які використовують небезпечні хімічні речовини, а також частки підприємств, у яких запроваджено системи управління хімічними речовинами. Проте ця інформація статистично не обліковується.

Низка завдань 12-ї ЦСР в ЄС у вітчизняних завданнях не відображаються: «12.6. Рекомендувати компаніям, особливо великим і транснаціональним, застосовувати стійкі методи виробництва та відображати інформацію про раціональне використання ресурсів у своїх звітах; 12.7. Сприяти забезпеченню сталої практики державних закупівель відповідно до національних стратегій і пріоритетів; 12.8. До 2030 року забезпечити відповідну інформацію населенню та відомості про сталий розвиток і життя в гармонії з природою». Така ситуація, як було зазначено вище, може бути пояснена порівняно нижчим рівнем соціально-економічного розвитку України та невирішеністю відповідних тактичних завдань.

Загалом, існує певна узгодженість адаптованих для України завдань і індикаторів з європейськими. Проте недосконаліть системи статистичного обліку потребує започаткування державними інституціями додаткового моніторингу для відстеження ефективності державної політики уряду досягнення ЦСР.

Звернемо увагу на те, що в ЄС, за експертними оцінками, більша частина продуктів повсякденного споживання, які використовують підприємства та споживачі, виробляються за участю хімічних речовин, які складають значні обсяги продажу у 2016 р. (507 млрд євро) у сільському господарстві, фармацевтиці, миючих засобах, косметиці, текстилі, будівлях та упаковці [5]. Використання хімічних речовин має певні переваги, але й зумовлює ризики і загрози для довкілля та здоров'я залежно не лише від їх використання, й від впливу в середньо- і довгостроковій перспективі. У 2016 р. в ЄС було спожито 344,7 млн т хімічних

речовин, з яких 35,4% (122,0 млн т) класифіковано як небезпечні для навколишнього середовища та 62,2% (214,5 млн т) як такі, які можуть завдати шкоди здоров'ю людей. З 2004 р. обсяги споживання зменшилися на 10,5% для хімічних речовин, небезпечних для навколишнього середовища, і на 10,7% для хімічних речовин, небезпечних для здоров'я.

Важливість першого завдання скорочення післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції обумовлена пріоритетністю розвитку аграрного сектору для національної економіки як потенційно конкурентоспроможного в середньостроковій перспективі. Але постійне зростання навантаження на земельні ресурси сільськогосподарського призначення через збільшення площ ораних земель, обсягів споживання сільгосппродукції, цін на продукти харчування обумовлює негативні наслідки, які в довгостроковій перспективі являють відчутну загрозу економічній безпеці регіонів із зниженим ресурсним потенціалом забезпечення стабільного агропромислового виробництва [1, с. 73]. Для розв'язання цієї проблеми необхідно зменшити втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюгах, динаміку зміни яких доцільно оцінювати з використанням таких індикаторів: частка післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур (%); частка післязбиральних втрат у загальному виробництві овочів та баштанних культур (%).

Останнім часом спостерігається зниження обсягів післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур (рис. 1), частка яких у регіонах України коливається в інтервалі 0,1–3,4%. Видається дискусійним застосовувати для обліку цього показника методичний підхід [1, с. 73], оскільки його реальне значення значно вище, а порівняно з 2011 р. істотно зменшилося. Як цільові значення для національної економіки визначені такі середньорічні показники: 2020 р. – 1,8%; 2025 р. – 1,0%; 2030 р. – 0,5%.

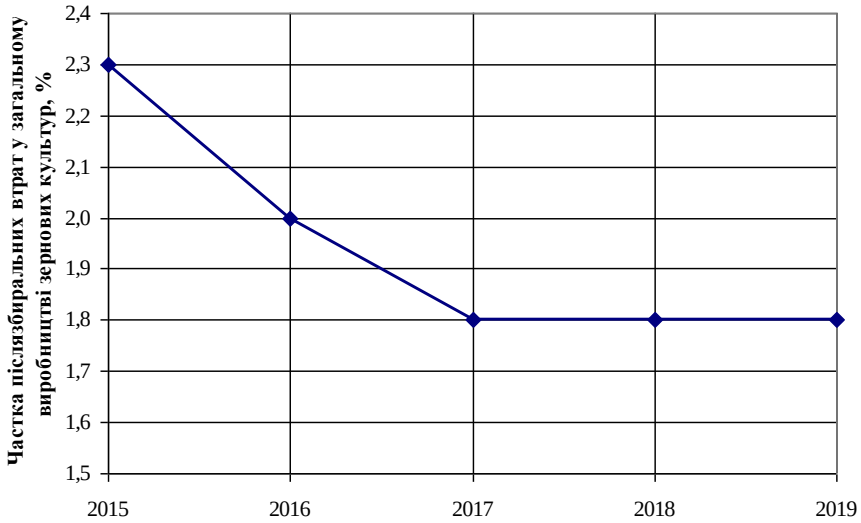


Рис. 1. Динаміка зміни частки післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, %

Складено за [1, с. 75]

Взагалі, на цей час спостерігається визнання значущості впровадження відповідального споживання та виробництва, подальше посилення яких може відбуватися завдяки консолідації дій держави, бізнесу та споживачів у таких напрямах (чому також сприятиме вдосконалення відповідного інституціонального базису):

– поступове вилучення небезпечних хімічних речовин із процесів виробництва через впровадження системи екологічного маркування продукції та європейських стандартів управління виробництвом;

– створення правових та інституційних передумов становлення в Україні зеленої економіки, реалізація концепції циркулярної економіки, принципів ресурсоефективного та чистого виробництва;

– посилення ролі об'єднаних територіальних громад, збільшення їх повноважень щодо стягнення санкцій з підприємств-забруднювачів навколишнього середовища;

– застосування сучасних технологій і європейських практик поводження з відходами виробництва та споживання товарів (робіт, послуг);

– впровадження програм інформування, просвітництва та освітніх заходів щодо сталого виробництва та споживання товарів (робіт, послуг).

Література

1. Цілі сталого розвитку для України : регіональний вимір : аналітична доповідь. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України», 2018. 90 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).

2. Цілі сталого розвитку людства 2016–2030 рр. ООН. URL: http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/ tsili-staloho-rozvytku (дата звернення: 19.03.2020).

3. Sustainable development in the European Union. Monitoring report on progress towards the SDGS in an EU conext. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2018. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/responsible-consumption-and-production (дата звернення: 17.08.2019).

4. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь. URL: https://menr.gov.ua/files/docs/Національна%20доповідь%20ЦСР%20України_липень%202017%20ukr.pdf (дата звернення: 17.08.2019).

5. The European Chemical Industry Council. European Chemical Industry Facts and Figures Report, 2017. P. 5.

Базюк Г.М.
викладач вищої категорії
економічних дисциплін
Рогатинського державного
аграрного коледжу

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ФОРМ АГРОБІЗНЕСУ

Проблема розвитку малого підприємництва в АПК протягом усіх етапів реформування економіки країни перебуває в центрі уваги науки і практики. Проте нинішнє становище в цій сфері, незважаючи на спроби держави підтримати малі форми агробізнесу та надати їм допомогу і підтримку, залишається досить складним, так як рівень розвитку цього сектора поки не здатний справити вирішальний вплив на економічний підйом АПК країни. Тривалий в країні процес створення нової системи ринкових відносин призвів до розвитку монополізації окремих сегментів продовольчого ринку, зростанню ролі посередницьких структур, складнощів збуту продукції вітчизняних сільгоспвиробників, а також виникнення серйозних проблем в рамках міжгалузевого обміну і міжгосподарських взаємодій.

Таким чином, необхідним є пошук сучасних підходів до формування стратегічного співробітництва малих і великих підприємств у вітчизняному агропродовольчому комплексі, що відповідають реаліям сьогодення. Перш за все це стосується виявлення напрямків і механізмів, здатних забезпечити розвиток малого бізнесу для вирішення завдань економічного підйому країни.

В умовах активного створення великими агропромисловими формуваннями власних сировинних баз, потужних позицій посередницьких структур в сфері обігу сільськогосподарської сировини, малі форми агробізнесу не здатні конкурувати з великими інтегрованими структурами агрокомплексу за рівнем виробничих витрат, маркетинговому забезпеченню. Рівень і характер спеціалізації малих форм агробізнесу в регіоні багато в чому визначається наступними обставинами:

– з одного боку, неефективні цінові умови реалізації сільськогосподарської сировини, що формуються торгово-посередницькими структурами, орієнтують особисті підсобні господарства, фермерські господарства на ринок кінцевого споживача; дана обставина зумовлює необхідність спеціалізації на виробництві сільськогосподарської продукції, що не вимагає додаткової переробки, або створення постачальницько - збутових кооперативів;

– з іншого боку, перебуваючи в якомусь протистоянні з великими агропромисловими структурами, малі підприємства, змушені орієнтуватися лише на обмежені сегменти споживчого ринку.

Разом з тим, в розвинених країнах з ефективно функціонуючою аграрною економікою, дрібнотоварний (сімейний) і корпоративний сектори не протистоять один одному, а доповнюють один одного, розвиваючись не паралельно, а у

взаємодії між собою. Форми такої взаємодії дуже різноманітні. Вони визначаються всією сукупністю природних, соціальних, економічних і культурно-історичних чинників, що діють на сільськогосподарській території відносно суб'єктів агропродовольчого сектору.

Звісно ж, що з урахуванням сформованих в період економічних перетворень форм, методів і систем ведення агровиробництва, найбільш прийнятними є такі форми взаємодії великого та дрібного секторів АПК регіону, як кооперація і різні форми взаємовигідного симбіозу корпорацій з малими формами агробізнесу. Тому для підвищення ефективності функціонування асоційованих і малих форм агробізнесу регіону доцільним є відтворення механізму взаємодії дрібнотоварного сектора АПК з елементами агропродовольчої системи регіону на основі кооперації.

В даний час ситуація в сфері малого підприємництва у вітчизняному АПК залишається нестійкою і може бути охарактеризована наступним чином:

– нестабільністю фінансово-економічного становища малих форм агробізнесу;

– низьким рівнем інвестиційної активності малих форм агробізнесу внаслідок нестачі власних оборотних коштів;

– наявністю істотних обмежень в отриманні банківських, комерційних кредитів і позик;

– низьким рівнем захищеності малого підприємництва в АПК від корупції;

– нестабільністю міжгосподарських зв'язків, низьким рівнем узгодженості товарної, цінової і збутової політики малих форм агробізнесу в АПК;

– другорядними, обслуговуючими позиціями малих форм агробізнесу у співпраці з великими агропромисловими структурами.

Проблеми розвитку агропромислового комплексу багато в чому пов'язані з існуючими протиріччями між інтересами господарюючих суб'єктів.

При цьому феномен різноскерованості господарських інтересів суб'єктів АПК може розглядатися в двох ракурсах:

різноспрямованість інтересів суб'єктів різних сфер діяльності (технологічних переділів) АПК регіону (сільгоспвиробників, переробного і транзакційного секторів АПК);

різноспрямованість інтересів малих форм господарювання та багатопрофільних бізнес-груп (конгломератів).

До основних господарським інтересам малих форм агробізнесу слід віднести:

забезпечення стабільного попиту на вироблену продукцію, дотримання оптимальних строків її реалізації;

своєчасність розрахунків за реалізацію виробленої продукції;

максимально можливу ціну реалізації сільськогосподарської сировини;

зниження трансакційних витрат, пов'язаних з реалізацією продукції.

У свою чергу господарськими інтересами переробного підприємства АПК є:

надходження сировини певної якості і в необхідних обсягах;

дотримання оптимальних строків поставок сировини;

мінімально можлива ціна закупівлі сільськогосподарської сировини;

зниження трансакційних витрат, пов'язаних із закупівлею сільськогосподарської сировини.

Крім того серйозний вплив на економічну поведінку малих форм агробізнесу становлять фактори інституціонального середовища АПК.

В цілому активізація взаємодії малих і великих підприємств в АПК може бути реалізована в наступних напрямках:

а) створення стійких господарських систем, що включають в себе великі і малі підприємства різного функціонального призначення з метою більш ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів;

б) реформування великих інтегрованих бізнес-груп шляхом створення якісно нового механізму управління через проведення комплексу заходів, спрямованих на зміну форми власності та структури підприємств, вдосконалення їх фінансово-економічної діяльності, звільнення від непрацюючих активів і збиткових підрозділів і т.п. з використанням малих підприємств в якості одного з інструментів реформування;

в) використання інноваційного потенціалу малих підприємств з метою інтенсифікації виробництва і забезпечення конкурентоспроможності;

г) ефективне використання трудових ресурсів на малих підприємствах.

Завдяки ефективній реалізації виділених напрямків можлива адаптація дрібнотоварного виробництва сільськогосподарської продукції (малих форм агробізнесу) до умов укрупнення господарюючих структур, посилення позицій великих інтегрованих бізнес-груп в АПК регіону.

Література

1. Аборнева О.В. Державне регулювання та підтримка малого підприємництва (регіональний аспект) // Проблеми теорії і практики управління. 2004. № 2. С. 25-31.

2. Черняков Б.В. Американське фермерство: XXI століття. М .: Інститут США і Канади, 2002. 256 с.

3. Зельденер А. Державне регулювання агропромислового сектора економіки // Питання економіки. 1997. № 6. С. 83.

Берестенко А.С.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОГО АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розвинуте сільське господарство є характерною ознакою соціально-орієнтованої ринкової економіки та має велике значення для її розвитку, адже має на меті забезпечення продовольством населення країни та отримання сировини для ряду галузей виробництва.

В цілому, агропромисловий комплекс як багатогалузева виробнича система має давню історію, оскільки створилася ще до нашої ери, ознаменувавши перехід людства від примітивної економіки мисливців і збирачів до сільського господарства. Як свідчить історія сільського господарства, для динамічного розвитку агробізнесу необхідно багато зусиль та вмінь.

Усі передумови розвитку агробізнесу діляться на дві групи: суб'єктивні та об'єктивні.

Суб'єктивні, тобто ті, які залежать від суб'єктів сільськогосподарської діяльності:

- добре налагоджені внутрішні та зовнішні ринкові відносини;
- наявність і злагодженість роботи компетентних органів влади;
- державна підтримка галузі;
- створення дієвої системи відповідного та ефективного законодавства.

До об'єктивних передумов розвитку агробізнесу, які не залежать від суб'єктів сільськогосподарської діяльності, віднесемо наступні:

- рельєф місцевості;
- сприятливі ґрунти;
- клімат.

Згідно зі Стратегією та планом дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015-2020 роки, визначено десять стратегічних пріоритетів агропромислового сектору країни, до яких належать:

1. Діловий клімат і протидія корупції, створення стабільної правової системи, що відповідає міжнародним і європейським стандартам, зокрема шляхом виконання.
2. Земельна реформа.
3. Інституціональна реформа Мінагрополітики, державних підприємств, установ, організацій, що належать до його сфери управління.
4. Продовольча безпека.
5. Оподаткування.
6. Розвиток агропродовольчих ланцюгів доданої вартості
7. Сільський розвиток - відродження українського села.

8. Доступ до міжнародних ринків, торговельна політика та просування експорту.

9. Аграрна наука, освіта, інновації та дорадчі послуги [1].

10. Захист довкілля та управління природними ресурсами, зокрема лісовим та рибним господарством.

Для створення необхідних умов задля розвитку агробізнесу в Україні, на нашу думку, зокрема, потрібно проводити активний моніторинг сільськогосподарського виробництва в інших країнах з метою запобігання копіювання унікальності виробництва певної продукції. Ми повинні бути унікальними у своїй справі, а не наслідувати чужі вміння.

Не зважаючи на активний розвиток агропромислового сектору в Україні, сьогодні, нажаль, не існує єдиного розуміння щодо важливості, прибутковості та перспективності агробізнесу в нашій державі.

Відповідно, з метою більшої актуалізації та заохочення розвитку агропромислового сектору в нашій країні, вважаємо за необхідне та пропонуємо запровадження наступних кроків:

- розширення навчання за спеціальностями агробізнесу та агропідприємництва з метою залучення більшої кількості здобувачів вищої освіти саме з цього профілю;
- створити відповідну освітню інфраструктуру за рахунок відкриття у вищих навчальних закладах кафедр агротехнологій тощо;
- забезпечити можливість підвищення кваліфікації досвідченим професіоналам у цій сфері;
- проводити відкриті форуми та конференції різного рівня із залученням до участі в них професіоналів та практиків у сфері сільського господарства та агробізнесу з питань розвитку та проблем вітчизняного агропромислового сектору;
- створювати бізнес-інкубатори та технологічні парки з розвитку агробізнесу в Україні.

Вважаємо, що реалізація запропонованих заходів значно підвищить зацікавленість у сільському господарстві та агробізнесі як молоді, так і досвідчених підприємців.

Для подальшого розвитку агробізнесу в Україні, на нашу думку, необхідно налагодити та надалі розвивати зовнішні відносини з іншими країнами, в тому числі, з метою залучення кваліфікованого іноземного персоналу, обміну відповідним досвідом та залучення інвестицій у вітчизняний агропромисловий комплекс. Багато іноземних країн вже зацікавлені в інвестиціях до українського агробізнесу та сільського господарства загалом, ця тенденція має всі перспективи на поширення.

Сьогодні сільське господарства в Україні є ключовою галуззя для інвестицій. Обсяг інвестицій в агропромисловий комплекс за дев’ять місяців (станом на травень 2020) склав більше 60 млрд. грн., з них 45 млрд. грн. безпосередньо на сільське господарство. Половина зазначених коштів була спрямована на проекти в галузі тваринництва, в т.ч. на будівництво ферм. Також значна частина інвестицій припала на проекти в сфері свинарства. В галузі

рослинництва основна частина інвестицій була спрямована на будівництво елеваторів і потужностей для зберігання сільгоспкультур [2].

Завдяки уряду, який активно працює над створенням ринку землі, є всі підстави для того, щоб сподіватися на створенням сприятливих умов в аграрному секторі для залучення інвестицій, а отже й подальшого розвитку галузі.

Необхідно зазначити, що є й інші ініціативи державних органів влади щодо підтримки розвитку вітчизняного агропромислового сектору. Так, наприкінці 2020 року, Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України розширило на 417 одиниць перелік сільгосптехніки для держпідтримки. За даними пресслужби Мінекономіки, кількість заводів-виробників сільськогосподарської техніки та обладнання в Україні збільшився на 6 одиниць. А до вітчизняного переліку найменувань техніки та обладнання додалося ще 417 одиниць, тепер їх налічується 14 573 від 191 заводів-виробників. Більше того, 3 601 субєктів-аграріїв України отримали близько 986,3 млн. грн. матеріальної компенсації за придбану техніку і обладнання. Загалом же, вітчизняними агропідприємцями було придбано7 447 одиниць сільгосптехніки та обладнання на суму майже 4 млрд. грн. [3].

Україна має всі шанси стати лідером серед країн в аграрній промисловості, збільшити в рази кількість суб'єктів сільськогосподарської діяльності різних форм власності: державних й приватних, в тому числі з іноземним капіталом, або й взагалі – іноземних, і таким чином створити нові робочі місця. За допомогою збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та її експорту, країна матиме можливість виконання своїх зовнішніх фінансових зобов'язань. Основна перешкода для охарактеризованих перспектив, на нашу думку, – це недостатня обізнаність у процесах розвитку сфери сільського господарства та агробізнесу та недостатня підтримка органів влади.

Література

1. Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015-2020 роки. Передмова. Міністерство аграрної політики та продовольства України. 2015. URL: https://ips.ligazakon.net/document/NT1978 (дата звернення : 21.01.2020).

2. Сільське господарство в Україні. *DLF Attorneys-at-Law.* 2020. https://dlf.ua/ua/silske-gospodarstvo-v-ukrayini/#6 (дата звернення : 21.01.2020).

3. Мінекономіки розширило на 417 одиниць перелік сільгосптехніки для держпідтримки. *Укрінформ.* 2021. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3135611-minekonomiki-rozsirilo-na-417-odinic-perelik-silgosptehniki-dla-derzpidtrimki.html (дата звернення : 21.01.2020).

Бойко Л.О.
к.с-г.н., доцент
Херсонський державний аграрно-економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ГОРІХОВОЇ ГАЛУЗІ ДЛЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО АГРОБІЗНЕСУ

Горіхоплідні культури є одним із найбільш перспективних видів економічної діяльності для розвитку в малих і середніх формах господарювання. В Україні, за даними аналізу державної статистичної інформації, під основними горіхоплідними насадженнями (волоський горіх, мигдаль, фундук, фісташка та інші) у 2019 р. усіма категоріями господарств у плодоносному віці було зайнято - 14,5 тис. га, з яких більша частина належить волоському горіху - 12,4 тис. га, або 85,5%. Фундук одна з найпопулярніших горіхоплідних рослин. Ядро фундука використовують у кондитерській та харчовій промисловості. Масло цієї культури має дуже приємний смак і застосовується у фармацевтичній промисловості, пилок суцвіть є першим весняним кормом для бджіл [1].

Багато людей люблять фундук, і не дивно, тому що ці горіхи надзвичайно смачні та корисні. Крім того, в умовах помірного клімату, де його вирощують на значних площах, він має невисоку ціну. Звичайно, фундук важко назвати дешевим продуктом, але він все-таки набагато доступніший за інші горіхові культури. У середньому в світі його споживають 0,12 кг на душу населення. Разом із тим ряд країн із переліку основних виробників (США, Китай, Іран, Італія, Чилі) основну масу зібраного врожаю спрямовують на внутрішній ринок. Причому Італія і Франція ще й додатково завозять щороку по 40-60 тис. тонн цих горіхів. Відтак, споживання фундука у вказаних країнах знаходиться на високому рівні і може слугувати за орієнтир для розвитку вітчизняного ринку. Наприклад, у Туреччині одна особа вживає 3,1 кг горіхів у рік, в Італії – 2,4 кг., у Франції – 0,7 кг/рік [2].

Обсяги світового ринку фундука продовжують зростати. Багато країн планують збільшити площі насаджень цього горіха. Середні ціни на світовому ринку останні роки стабільно високі (Рис.1). Лущений горіх коштує у два рази вище ніж у шкарлупі, але для цього потрібно відповідне обладнання і додаткові витрати.

Вирощувати фундук дуже вигідно з наступних причин, його можна культивувати по всій території України, культура морозостійка, вимагає не кислих ґрунтів (ph – не менше 4,5) та чіткого дотримання відповідних технологій вирощування, переробки та зберігання. Товарне плодоношення саду пов’язане з досягненням беззбитковості виробництва й очікується на шостий рік вегетації за врожайності понад 1,0 т/га (рівень рентабельності витрат 3,5%). Протягом наступних 3-8 років продуктивність зросте до 2,0-2,5 т/га. Типова технологія передбачає утримання в належному стані ґрунту, підживлення рослин, захист від хвороб та шкідників, механізоване збирання врожаю та первинну доробку плодів. Усе це коштуватиме виробнику 92,0 тис. грн щороку за врожайності 2,5 т/га. Зауважимо, що найбільша частка віднесених на собівартість витрат

припадає на відновлення основних засобів (36,9%), вартість добрив і агрохімікатів (21,6), пального та електроенергії (19,1). За умов продажу фундука неочищеним за ціною 11,5 тис. грн за 1 т вищого товарного сорту та 10,1 тис. грн за 1 т першого товарного сорту дохід від реалізації одержаного врожаю буде на рівні 283,9 тис. грн з 1 га промислового саду. З урахуванням понесених витрат та сплати податків на умовах спрощеного режиму оподаткування (для сільськогосподарських виробників – 4 група) сума чистого прибутку становитиме 131,8 тис. грн, рівень рентабельності сягне 143,3%, а строк окупності інвестицій – 2,9 року [3].

Однак, стартові фінансові вкладення для входу в ринок будуть дуже істотні і однозначно будуть перевищувати суму в кілька мільйонів доларів. І кожен наступний учасник ринку за свою частку внутрішнього ринку буде інвестувати ще більш значну суму коштів. Правильний і економічно вірний підхід це кооперація на внутрішньому ринку і об'єднання навколо лідера дрібних і середніх виробників для поліпшення своїх продажів і відповідно збільшення частки на внутрішньому ринку [4-6].

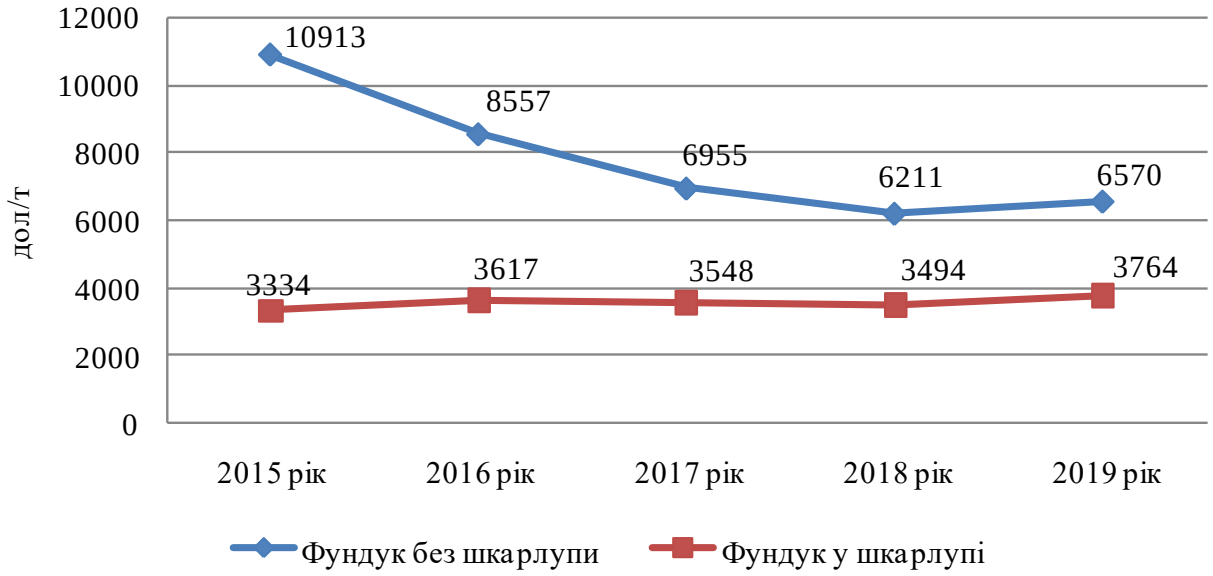


Рис. 1. Середні ціни на світовому ринку фундука, 2015-2019 рр. (дол/т)

Перші фундукові плантації в Україні лише закладаються. Українські фірми, що займаються імпортом, заготівлею та переробкою горіхів, готові купувати фундук у місцевих виробників. Фундук росте і плодоносить упродовж 40 років, урожайність його становить до 4 тонн з 1 га. Тож сад приносить господарствам гарантований дохід упродовж тривалого часу.

Слід зазначити, що у 2019 р. в Україні було закладено дві тисячі гектарів нових насаджень горіхів, з яких на фундук припало 1,039 тис. га, на волоський горіх – 0,961 тис. га. По завершенню року, згідно державної програми садівники отримали компенсації за посадковий матеріал - 119,8 млн грн за перше півріччя і 160,2 млн грн за друге півріччя.

Підводячи підсумки, можна стверджувати, що вирощувати фундук в Україні вигідно тому що, це висока врожайність, фінансова віддача, простота у

вирощуванні та незначна конкуренція. Цей напрям агробізнесу вигідно й економічно доцільно розвивати як у малих та середніх господарствах, які традиційно займаються трудомісткими видами сільськогосподарської продукції, так і у великих аграрних підприємствах корпоративного типу.

Література

1. Ліщина звичайна. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ліщина_звичайна

2. Сатіна Г. М., Мазур К. В. Основні проблеми та перспективи розвитку ринку фундука в Україні. Економіка АПК. 2019. № 11. С. 35 — 41.

3. Как заработать на выращивании фундука в Украине? URL: https://orehovod.com/articles/607-kak-zarabotat-na-vyraschivanii-funduka-v-ukraine.html

4. Boiko V. Determinants of development of small and medium enterprises in the region of Kherson [Electronic resource]. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E& Journal. 2017. Vol. 3. No. 2, pp. 22—29. URL: http:/ /are&journal.com/are/article/view/101/99

5. Boiko, V., Kwilinski, A., Misiuk, M., & Boiko, L. (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. Economic Annals-XXI, 175(1-2), 68-72, doi:https://doi.org/10.21003/ea.V175-12

6. Бойко В.О., Бойко Л.О. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність аграрних підприємств». Фінансовий простір. 2019. № 3(35). С. 23–31. DOI: https://doi.org/ 10.18371/fp.3(35).2019.190153

Бухаріна Л.М.
доктор економічних наук, професор
Запорізький національний університет

РЕЗІЛЬЄНТНІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ АДАПТАЦІЇ ДО КЛІМАТИЧНИХ ЗМІН

Резільєнтність (*resilience*) – здатність людини, або системи зберігати стійкість під впливом зовнішніх і внутрішніх загроз, не втрачаючи темпів розвитку, стане вирішальною конкурентною перевагою у майбутньому.

Для агарного сектору України це надважлива концепція в контексті адаптації до кліматичних змін, які потребують оперативного пристосування до нових умов у сільському, лісовому та рибному господарстві, що дозволить Україні гарантувати забезпечення продовольчої безпеки.

Сільськогосподарська діяльність за своєю природою схильна до ризиків і невизначеностей різного характеру: біофізичні, абіотичні, кліматичні, екологічні, біотичні (шкідники, хвороби) і економічні. Всі ці ризики мають кліматичну складову, і більшість з них, як своєю інтенсивністю, так і охопленням та частотою виникнення, спричинені зміною клімату. Ключові напрями формування резільєнтності в контексті впливу змін клімату і адаптації: у рослинництві (вирішення питання зрошення і забезпечення водного балансу, пошук нових ефективних сортів і технологій), у тваринництві (попередження виникнення і поширення захворювань тварин, збільшення продуктивності тварин, доступність і якість кормової бази), у рибному господарстві (стан водних ресурсів України, запаси і розподіл основних видів риб), у лісовому господарстві.

Резільєнтність може розглядатися в різних аспектах – біофізичному, економічному і соціальному, а також в різних масштабах. Процес резільєнтності розглядається не лише як досягнення гомеостатичної рівноваги після травматичних «шокових» подій, а й вихід із певним «приростом» – перевищенням функціональних можливостей (посттравматичним зростанням). Резільєнтність можна описати як здатність систем, громад, домогосподарств або окремих осіб запобігати, пом'якшувати або справлятися з ризиком і відновлюватися після потрясінь. Адаптивний потенціал охоплює два аспекти: відновлення після потрясінь і реагування на зміни. Резільєнтність акцентована на здатності системи відновлюватися і трансформуватися в довгостроковій перспективі, адаптуватися до мінливих умов навколишнього середовища в динамічній перспективі.

Визначаються три способи підвищення резільєнтності: 1. Скоротити вплив. В цьому відношенні існує фундаментальна різниця між кліматичними та некліматичними потрясіннями, оскільки на відміну від кліматичних потрясінь більшість загроз у сільському господарстві може бути зменшено в місці їх виникнення або обмежено в тривалості впливу. Найкращим прикладом тут, ймовірно, є знищення чуми великої рогатої худоби, яке повністю зняло основний ризик для худоби і пов’язаних з цим наслідків. 2. Знизити чутливість систем до

загроз. Чутливість до посухи можна, наприклад, знизити, використовуючи посухостійкі сорти або зберігаючи запаси сіна. 3. Підвищити адаптаційну здатність. Це включає розгляд модифікацій системи з урахуванням всіх потенційних загроз і змін в цілому (для обліку компенсуючих, кумулятивних або посилюючих ефектів).

Більш того, для забезпечення резільєнтності необхідно розглядати ці способи дій в часі і з урахуванням факторів невизначеності. По-перше, необхідно нарощувати потенціал опірності не тільки до існуючих ризиків і загроз (здатність справлятися з ними), а й до змін, оскільки в мінливому контексті необхідно враховувати, що зміцнення опірності, в реальному житті, має здійснюватися одночасно з виникненням загроз, оскільки вони відбуваються постійно. Тому дії по підвищенню опірності можливо розділити між діями до, під час та після «шоку». Наприклад, до «шоку» шляхом створення систем раннього виявлення виникаючих ризиків або шляхом зменшення або усунення конкретного ризику. Під час «шоку» – забезпечення того, щоб постраждалі агенти (фермери, громади, дрібні переробники продуктів харчування, «збіднілі» споживачі) могли отримати доступ до продовольства і адекватного раціону харчування, а також зберегти рівень своїх активів і засобів до існування та подальшого відновлення господарської діяльності, в тому числі, за допомоги систем соціального захисту, державної підтримки. Після «шоку» – надання допомоги системам у відновленні та створенні адаптаційного потенціалу (до прикладу – рекультивація луків і пасовищ).

Усунення чинників невизначеності – це також умова підвищення резільєнтності. Вдалим прикладом дій щодо підвищення опірності перед обличчям невизначеностей, викликаних зміною клімату, є діяльність в області генетичних ресурсів. У разі зміни клімату фермерам, можливо, доведеться покладатися на різні генетичні ресурси, деякі з яких вже використовуються в інших місцях, або на деякі інші види або сорти, які вважаються другорядними, але які можуть здатися більш адаптованими. Вони адаптовані до конкретних умов, відібрані для різного використання і являють собою резервуар, з якого можна виводити сорти для боротьби з такими наслідками зміни клімату, як посуха, скорочення вегетаційного періоду і зростання числа шкідників і хвороб. Отже, очікується, що зміна клімату спричинить нові ризики для сільськогосподарського виробництва і змінить існуючі. Кліматичні моделі не можуть передбачити майбутні ризики з достатньою точністю, щоб дати можливість особам, які приймають рішення на місцевому рівні, точно їх враховувати. Вплив ризику на систему залежить від самої загрози , «шоку», а також від уразливості і резільєнтності системи. Саме резільєнтність системи дозволяє більш ефективне управляти наявними ризиками, будь то кліматичні чи інші, з тим, щоб підготуватися до майбутніх невизначених ризиків і змін.

Література

1. Wade, K The impact of climate change on the global economy URL: https://www.schroders.com/en/sysglobalassets/digital/us/pdfs/the-impact-of-climate-change.pdf (дата звернення: 25.01.2021).

Гончаренко Н.В.
к.е.н., доцент
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЧНИМ ВИРОБНИЦТВОМ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В УКРАЇНІ

Перспективним напрямом розвитку сільського господарства в Україні є органічне виробництво продукції рослинництва. Збільшення обсягів виробництва органічної продукції сприятиме посиленню експортного потенціалу аграрного сектору, нарощенню частки продукції з вищою доданою вартістю. Вітчизняні виробники активно освоюють європейські і міжнародні ринки органічної продукції, розширюють асортиментний ряд, створюють і розвивають торгові марки. У 2019 р. Україна стала найважливішим постачальником органічної продукції до Європейського Союзу з європейського континенту [1]. При цьому частка органічної продукції у сукупному експорті до країн ЄС склала 8,2 % [2].

Виробничі та економічні результати розвитку органічного виробництва були досягнуті, насамперед, завдяки ініціативності й наполегливості представників аграрного бізнесу за активної інформаційної й консультативної підтримки міжнародного і вітчизняного професійного співтовариства. Нині в Україні освітню і просвітницьку діяльність у сфері органічного виробництва провадять Федерація органічного руху в Україні, Асоціація учасників біовиробництва «БІОЛан Україна», спілка виробників сертифікованих органічних продуктів «Органічна Україна», громадська спілка «Український органічний кластер» та ін.

Для регулювання і стимулювання розвитку органічного виробництва в Україні сформовані базові засади, а саме:

- введено в дію Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції»;
- затверджено державний логотип України для маркування органічних продуктів і Методичні рекомендації щодо маркування органічних харчових продуктів та кормів;
- розроблено інформаційний Інтернет-портал OrganicInfo;
- запроваджено регіональну фінансову підтримку товаровиробників.

Проте, в умовах формування нових економічних, екологічних і кліматичних викликів актуальною вимогою часу є розробка загальної системи управління, яка забезпечить удосконалення інституціонального забезпечення органічного виробництва, впровадження ефективних інструментів для підвищення конкурентоспроможності виробників органічної продукції рослинництва і захисту споживачів.

Вважаємо, що управління органічним виробництвом продукції рослинництва доцільно розглядати як сукупність методів та інструментів, які цілеспрямовано застосовуються до суб'єктів економічних відносин, які прямо або опосередковано задіяні у первинне виробництво, підготовку, обробку,

змішування, наповнення, пакування, переробку, відновлення та інші зміни стану продукції рослинництва, з метою формування сприятливих умов для розвитку органічного виробництва рослинництва з урахуванням актуальних економічних, екологічних і соціальних викликів.

В сучасних умовах завдання управління органічним виробництвом продукції рослинництва включають:

1. Обґрунтування зваженої державної політики розвитку органічного виробництва продукції рослинництва і методів його стимулювання.

2. Стратегічне планування розвитку органічного виробництва продукції рослинництва з урахуванням тенденцій зростання внутрішнього й міжнародного ринків і впливу стримуючих факторів. Основними стримуючими факторами розвитку органічного виробництва продукції рослинництва є:

- обмежена площа земель, придатних для застосування органічного землеробства;
- необхідність збалансування традиційного й органічного виробництва для попередження дефіциту продовольства, утримання експортних позицій на міжнародних ринках, попередження зростання цін на соціально значимі продукти;
- посилення конкуренції на міжнародних ринках у т.ч. внаслідок збільшення державної підтримки виробників з країн Європейського Союзу в мажах реалізації стратегії «Європейський зелений курс».

3. Розробку і впровадження сукупності організаційних та економічних інструментів з метою формування сприятливого підприємницького середовища для впровадження органічного виробництва. Найбільш нагальним нині є усунення організаційно-виробничих бар'єрів для впровадження органічного виробництва, а саме:

- розробка і формування національної системи сертифікації органічного виробництва та акредитації сертифікаційних органів;
- забезпечення доступу до пільгового кредитування для розбудови виробничо-збутової інфраструктури, покриття операційних витрат в перехідний період, технологічної модернізації виробництва;
- розвиток ринків оборотних засобів для органічного виробництва, а саме добрив і засобів захисту рослин. Низька пропозиція на ринку і незначна конкуренція спричиняють високі ціни і, відповідно, зростання собівартості готової продукції;
- активне просування вітчизняної процедури маркування органічної продукції.

4. Стимулювання розвитку вітчизняного ринку органічної продукції. Експортоорієнтована модель розвитку органічного виробництва містить низку ризиків для вітчизняних виробників: втрати ринків збуту внаслідок впровадження торгових бар'єрів в зарубіжних країнах або змін світової ринкової кон'юнктури в умовах продовольчої кризи, зниження доходів через валютні коливання та ін. Переорієнтація на регіональні і локальні ринки дозволить виробникам органічної продукції диференціювати джерела отримання прибутку, зменшити витрати на логістику (у т.ч. міжнародну), знизити ризики, спричинені

коливанням цін на світових ринках. З'явиться можливість посилити їх конкурентоспроможність за рахунок розробки і просування власного бренду, впровадження глибшої переробки сировини, розширення збуту серед роздрібних покупців.

5. Розробку і впровадження механізму охорони сільськогосподарських земель, особливо потенційно придатних для ведення органічного виробництва, в умовах впровадження ринку землі.

6. Посилення мотивації для впровадження органічного виробництва продукції рослинництва. У сучасних умовах важливим стимулом для вітчизняних виробників органічної продукції залишається механізм ціноутворення, що передбачає застосування преференційних цін на органічну сільськогосподарську продукцію.

Слід зазначити, що нині є ризик просідання попиту на дорожчу, порівняно з традиційною, органічну продукцію внаслідок зниження купівельної спроможності населення та активності ресторанного бізнесу через карантинні обмеження. Таким чином, актуальним для аграрних підприємств є оптимізація операційних витрат, що забезпечить утримання конкурентних позицій порівняно з традиційним землеробством так і з іноземними виробниками.

7. Розробку схеми управління ризиками на всіх етапах життєвого циклу органічної продукції.

Кардинальні зміни ринкового і конкурентного середовища, обумовлені інтеграцією України у глобальне економічне середовище і формуванням зони вільної торгівлі з державами — членами Європейського Союзу, пришвидшення змін клімату та інші зовнішні фактори вимагають удосконалення існуючих і розробки якісно нових методів управління органічним виробництвом продукції рослинництва. Для вирішення актуальних економічних, екологічних та соціальних викликів поліпшення управління органічним виробництвом повинно охоплювати усі напрями – формування сучасного інституціонального середовища, впровадження інноваційних методів мотивації і стимулювання, запровадження ефективних систем моніторингу і контролю. Найбільша результативність управління органічним виробництвом продукції рослинництва буде досягнута шляхом ідентифікації і наукового обґрунтування ефективних управлінських інструментів, забезпечення їх синергетичної взаємодії за рахунок поєднання в єдину систему – організаційно-економічний механізм управління.

Література

1. The word of organic agriculture. Statistics & emerging trends 2020. Research Institute of Organic Agriculture FiBL. IFOAM – Organics International. P.143. 5011-organic-world-2020.pdf

2. Етапи розвитку органічного виробництва. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://organicinfo.ua/stages.

Горобець Н.М.
к.с.-.г.н., доцент
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Шестопалов І.В.
студент магістрант
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ

Зростання конкуренції на українському продовольчому ринку потребує розробки якісно нового підходу до проектування стратегій просування сільськогосподарської продукції. В умовах нестабільності зовнішнього середовища важливим залишається процес збереження потенціалу агропідприємств шляхом налагодження виробництва продукції відповідної якості, побудови ефективних збутових стратегій, задоволення потреб споживачів та забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку.

З метою підвищення економічної ефективності роботи агропідприємств напрямки стратегічного управління мають рухатись у бік комплексної перебудови системи управління розподілом сільськогосподарської продукції. Від кваліфікованого управління збутовою діяльністю залежить безперебійність та ефективність виробництва, виконання соціальних функцій підприємства, розвиток перспективних проектів [2].

Враховуючи, що чиннику сезонності в агробізнесі надається важливе значення, під час визначення маркетингових стратегій малі сільськогосподарські підприємства мають спиратися на певні особливості формування цінової політики для того, щоб у довгостроковій перспективі забезпечувались стабільний прибуток та зростання рентабельності. Так, вчені пропонують керівникам агропідприємств в залежності від певної пори року під час формування цінової політики вибирати стратегії коригування цін. Для більшості українських сільськогосподарських підприємств малого бізнесу управління збутом сільськогосподарської продукції є найбільшою проблемою, тому фактично значну частину виробленої продукції вони збувають за мінімальними цінами посередникам, які отримують високі прибутки за рахунок застосування ефективних стратегій розподілу [3]. Разом з тим, стратегії диференціації збуту сільськогосподарської продукції залежать від її диференціації та сезонності.

Так, стратегії збуту залежно від сезону поділяються на:

1) стратегії інтенсивного збуту – забезпечення активного збуту агропродукції у період з липня по жовтень через різні канали розподілу;

2) стратегії помірного збуту – забезпечення збуту через пошук найбільш прибуткових каналів розподілу в період відсутності вирощування продукції та заниженого попиту;

3) стратегії привабливого збуту – забезпечення збуту найбільш якісної та привабливої агропродукції у період зниження пропозиції та попиту у зимовий та весняний періоди [4].

Якщо розглядати види стратегій збуту залежно від каналу розподілу, то можливо відокремити наступні види стратегій:

1) стратегії активних прямих поставок – забезпечення активного прямого збуту споживачам великими та середніми партіями за помірними цінами (зернові, технічні, овочеві культури тощо);

2) стратегії активних прямих поставок – забезпечення активного непрямого збуту оптовим та іншим посередникам великими партіями за помірними цінами [1].

Таким чином, для певних видів сільськогосподарської продукції ефективними є різні збутові стратегії, у відповідності до певного періоду сезону будуть використовуватись певні стратегії збуту, оскільки особливість вирощування певної агрокультури носить сезонний характер тощо.

Вчені вказують на недостатню забезпеченість сільськогосподарських підприємств відповідними умовами для зберігання продукції, через що спостерігається втрата суттєвих конкурентних переваг на ринку. Отже, за принципом отримання найвищої економічної ефективності стратегії розподілу агропродукції поділяються на:

1) стратегії збуту, орієнтовані на високий прибуток;

2) стратегії збуту, орієнтовані на середній стабільний прибуток [1, 3].

На практиці малий агробізнес на сьогодні не має можливості забезпечити сприятливі умови для вибору стратегії збуту, які орієнтовані на отримання високого прибутку, тому найбільш доцільним є вибір стратегії розподілу агропродукції, спрямованої на одержання стабільного середнього прибутку. В умовах постійно зростаючої конкуренції агротоваровиробники вимушені шукати нові шляхи виходу на ринок та максимально утримувати існуючі позиції.

Частіше за все для просування агропродукції в малих сільськогосподарських підприємствах використовують наступні засоби елементів комунікаційної політики:

1) реклама – створення власного сайту, візитівки, брандмауери тощо;

2) стимулювання збуту – знижки на закупівлю агропродукції великими партіями; знижки на закупівлю певного обсягу додаткової продукції до основної за знижкою до 10%; знижки постійним партнерам і споживачам; безкоштовна доставка продукції обсягом понад певної кількості натуральних одиниць продукції тощо;

3) особистий продаж – спілкування за допомогою телефону зі споживачами, а також із потенційними торгівельними посередниками щодо якості сільськогосподарської продукції або умов надання сервісного супроводження.

З метою збільшення збуту сільськогосподарської продукції, на думку практиків-аграріїв, необхідно впроваджувати до стратегій виробничо-збутової діяльності агропідприємств інновації, такі як:

- екотехнології вирощування сільськогосподарських культур;

- точне землеробство;
- новітні сорти та гібриди сільськогосподарських культур;
- новітні породи сільськогосподарських тварин;
- інформаційні технології для сільського господарства та он-лайн дані;
- дрони та інші аерофотознімки;
- геоінформаційні технології в сільському господарстві та GPS;
- супутникові знімки;
- об'єднання наборів даних (наприклад, платформа Crop Monitoring);
- новітнє обладнання та сільськогосподарська техніка
- мотиваційний менеджмент персоналу;
- надання працівниками агропідприємств консалтингових послуг тощо.

В контексті розумних управлінських рішень сучасні інновації в сільському господарстві дозволять агропідприємцям оптимізувати витрати, підвищити продуктивність та ефективність роботи, більш ефективно управляти бізнес-процесами виробництва, постачання, логістики та маркетингу, зокрема, збутом сільськогосподарської продукції.

Отже, формування та вибір збутових стратегій необхідно здійснювати на основі диференціації складників комплексу маркетингу, що дасть можливість створення конкурентних переваг за рахунок оперативного реагування на зміну кон'юнктури ринку та підвищення стійкості ринкових позицій сільськогосподарського підприємства малого бізнесу. Встановлено, що на вибір стратегій розподілу впливають масштаби виробництва, сезонність, цілі діяльності тощо, що дає можливість визначити позиції малих агропідприємств та напрями посилення їхніх конкурентних переваг за рахунок вибраних стратегій розподілу на основі диференціації складників комплексу маркетингу.

Література

1. Грановська В.Г. Формування стратегії підприємств аграрного сектору в умовах глобальної конкуренції. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 110. С. 308–312.

2. Забродська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії : навч. Посіб. Харків : Консул, 2004. 208 с.

3. Макаренко Н.О., Скляренко А.С. Оцінка ефективності реалізації маркетингової стратегії в системі управління збутовою діяльністю аграрного підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 5(16). С. 152–158.

4. Макаренко Н.О., Байда С.В., Шулєпова С.М. Особливості формування стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств малого бізнесу на засадах маркетингу. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип.1 (12). С. 94-98.

Головань О.А.
к.ф.-м.н., доцент
Запорізький національний університет
Гаркуша В.А.
аспірант
Запорізький національний університет
Корягін В.В.
аспірант
Запорізький національний університет

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТ-МАРКЕТИНГУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Розвиток будь-яких сучасних економічних систем, в тому числі й у сфері агробізнесу, має враховувати сучасні тренди, одним з яких є тенденція до цифровізації, що асоціюється з такими поняттями, як «цифрова економіка», «інформаційне суспільство» тощо. Суб'єктами цифрової трансформації є бізнес, його інфраструктура, держава, а також споживачі відповідної продукції.

«Цифрова економіка» розглядається як нова система управління, заснована на реальному виробництві товарів і послуг з використанням цифрових технологій, нових методах генерації, обробки, зберігання, передачі даних і, відповідно, сучасних методах їх обміну та поширення. У такій економічній системі існуючі бізнес-моделі зазнають кардинальної трансформації, змінюється алгоритм формування доданої вартості, знижується роль посередників на всіх рівнях в системі управління, зростає значущість індивідуального підходу до формування продукту [1].

Активний розвиток цифрової економіки або діджиталізація останнім часом привертає до себе значну увагу вже не тільки великих промислових підприємств, але й агробізнесу середнього і малого масштабу, який володіє значно меншими фінансовими та іншими ресурсами та шукає можливості для підвищення власної конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжних ринках.

З одного боку, підприємства агробізнесу є суб'єктами змін, оскільки їм необхідно адекватно реагувати на них і якомога швидше адаптуватися, змінювати асортиментну та цінову політику, механізми реалізації і просування сільськогосподарської продукції, персонал, інструменти управління, стратегію розвитку. З іншого боку, підприємства агробізнесу виступають в ролі драйвера діджиталізації, вони впроваджують зміни, безперервно здійснюючи пошук нових технологій для підвищення стабільності та конкурентоспроможності, оптимізуючи взаємодію зі споживачами.

Розвиток економіки в світі відбувається в рамках розбудови інформаційного суспільства, яке стосується в тому числі й агросектору. Підприємства агробізнесу активно впроваджують інновації і є споживачами цифрових рішень. Так, наприклад, Business Insider Intelligence прогнозує, що найближчим часом кількість використовуваних в сільському господарстві

IoT (Internet of things)-пристроїв досягне 75 млн у порівнянні з 30 млн в 2015 році, кількість сенсорних датчиків на фермах до 2023 року складе 12 млн, а обсяг ринку точного землеробства до 2050 року виросте до $ 240 млрд за прогнозом Goldman Sachs. На рис. 1 наведено динаміку інвестицій в світовий сектор агротехнологій.

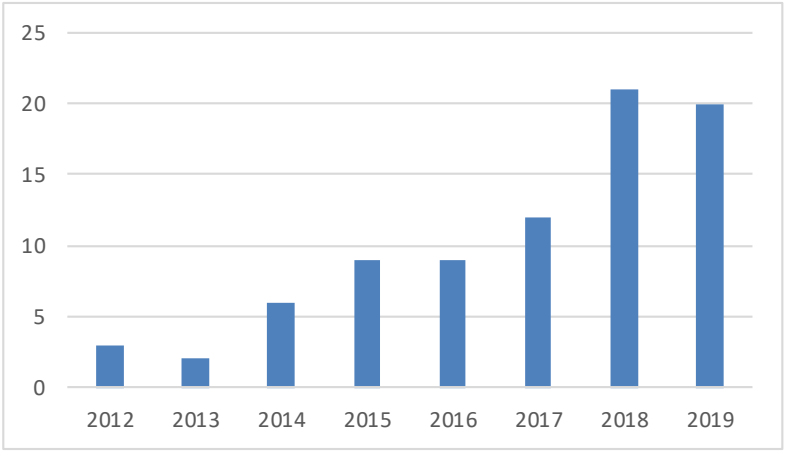


Рис. 1 Динаміка інвестицій в світовий сектор агротехнологій за 2012-2019 рр., млрд. дол. США [2]

Перевагами діджиталізації є можливість зниження вартості трансакцій і відкриття нових джерел доходів за рахунок ліквідації торговельних надбавок посередників, зниження витрат на просування сільськогосподарської продукції. Ще однією перевагою є те, що вироблена продукція швидше потрапляє до споживача, та мінімізуються втрати виробників за рахунок її псування під час зберігання. Прискорення взаємодії в ланцюжку «виробник-кінцевий споживач» є актуальним для вітчизняного агробізнесу, який конкурує з постачальниками аналогічної продукції з-за кордону, так як дозволяє вітчизняному сільськогосподарському виробнику зайняти більш сильну конкурентну позицію не тільки на внутрішньому ринку.

Використання можливостей цифровізації в сільському господарстві робить більш доступною можливість освоєння підприємствами агробізнесу нових ринків збуту як на території України, так і за її межами, і, безумовно, дозволяє істотно підвищити рівень ефективності обслуговування споживачів на цих ринках.

На сьогоднішній день частка маркетингових та логістичних витрат, яка припадає на сільське господарство, варіюється від 16 до 20% від обігу [3]. З огляду на те, що агробізнес в Україні є виробництвом з високими ризиками та невисокою прибутковістю, цей показник можна вважати достатньо високим. Впровадження рішень в галузі діджиталізації пропонує вирішення проблеми за допомогою створення відповідних платформ для співпраці між різними виробниками. Прикладом такої платформи може служити ECR (Efficient Consumer Response) – це платформа для співпраці й обміну досвідом між виробниками та ритейлерами.

Мета ECR – за допомогою нового інтеграційного мислення та відповідних дій трансформувати рішення окремих контрагентів ланцюга створення вартості в загальний оптимум всього ланцюга поставок, що включає в себе декілька

підприємств. Якщо раніше всі зусилля з оптимізації були спрямовані на процеси всередині конкретного агровиробника, то тепер в центрі зусиль щодо оптимізації знаходиться міжорганізаційна координація – системний спосіб розвитку процесів, які виходять за межі одного підприємства, або граничні зони між різними компаніями в ланцюгу постачань. Відправним пунктом застосування ECR в галузі маркетингу та постачань стали чинники неефективності (яка проявляється в зростанні часу зберігання продукції та інформації; в непотрібних резервних запасах при одночасному утворенні дефіциту деяких з них на різних рівнях постачань) викликані неузгодженістю процесів між окремими частинами ланцюга постачань [4].

Впровадження ECR виявляє наявні бар'єри між учасниками каналу постачань. Особливе значення в сфері впровадження ECR набувають такі бар'єри: - відсутність бажання та можливостей до обміну інформацією; - конфлікти ланцюга поставок з внутрішніми пріоритетами окремих компаній; - негнучкі та несумісні інформаційні системи; - застарілі підходи до вирішення питань підвищення кваліфікації кадрів та винагороди; - відсутність навчання співробітників; - відсутність готовності ґрунтовно змінювати організаційну поведінку [4]. За оцінками експертів, Україна має значний резерв підвищення ефективності менеджмент-маркетингу агробізнесу і потенціал зростання обороту галузі за рахунок впровадження цифрових процесів і технологій в рослинництві та тваринництві, збільшення продуктивності праці і повноцінного використання можливостей сучасних цифрових платформ для управління на всіх рівнях виробництва.

Таким чином, діджиталізація є сучасним напрямком у розвитку агропродовольчого ринку, яка може забезпечити збільшення обсягів продажів продукції, прибутковість галузі, а також підвищити її конкурентоспроможність та ефективність менеджмент-маркетингу вітчизняних підприємств агробізнесу.

Література

1. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. 2016. 90 с. URL: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf (дата звернення: 25.01.2021).

2. Глоба В. Агробизнес требует трансформации URL: https://www.agroinvestor.ru/column/viktoriya-globa/33426-agrobiznes-trebuet-transformatsii/ (дата звернення: 25.01.2021).

3. Волошанюк Н. В., Сьомка А. К. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство».* 2019. Вип. 13. Ч. 1. С. 45–49.

4. ECR (Efficient Consumer Response). URL: http://ecr-all.org/partnership/ (дата звернення: 25.01.2021).

Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет

УКРАЇНСЬКА ПШЕНИЦЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНОВИХ

Пшениця є основною культурою на ринку зерна в світі, оскільки на неї припадає чверть світового запасу. Ринок пшениці є основою для розвитку виробництва зерна, а головне - розвитку сільського господарства.

Серед основних експортерів світового ринку пшениці варто відзначити: США, Китай, Індію, Канаду, Європейський Союз, Аргентину та Австралію, Росію, Туреччину, Казахстан та Україну.

На ціни на зерно впливатимуть остаточні світові запаси пшениці. Ринок зерна має всі передумови для подальшого прогресу та розвитку, незважаючи на значні проблеми. Виробництво пшениці за останні 10 років знаходилося в межах від 9,9 млн. тонн до 22,7 млн. тонн. Значні коливання продуктивності та виробництва негативно впливають на експортний потенціал країн виробників пшениці, що безпосередньо пов'язане з розвитком зернової галузі в цілому [1].

Світові тенденції розвитку виробництва зернових базуються на мінімальному обробітку ґрунту та збільшення ріллі для вирощування пшениці, завдяки чому держави хочуть збільшити світове виробництво пшениці. Інноваційна основа виробництва пшениці в зарубіжних країнах полягає в створення нових сортів, які будуть найбільш стійкими до несприятливих умов і які будуть давати значні врожаї шляхом селекції та схрещування з іншими зерновими культурами [2]. Ще також планували використовувати генну інженерію для створення нових сортів пшениці, стійких до шкідників та хвороб, на які припадає від 5 до 25 відсотків втрат у виробництві, зберіганні та перевезення пшениці.

Маркетинг в аграрному секторі такий же специфічний, як і весь виробничий цикл сільськогосподарського виробництва.

При виході на ринок доцільно враховувати наступні критерії при розробці стратегії аграрного маркетингу:

- сільськогосподарська продукція переважно у формі сировини для переробки промисловість;
- попит на сільськогосподарську продукцію визначається попитом на продовольчі товари отримані із сільськогосподарської сировини;
- попит на сільськогосподарську продукцію формує попит на корми, насіння та добрива.

Економічні прогнози аналітиків базуються на щорічному збільшенні попиту на пшеницю через збільшення населення світу і збільшення споживання білків і глютену, які отримуються шляхом переробки пшениці на борошно та використанням кормової пшениці для птиці та тваринницьких ферм.

Кумулятивний підсумок українського експорту зернових за розглянутий період 2006-2018 рр. пропорційно розподіляється між Європою, Азією та

Африкою відповідно: 24,5%, 47% та 26,9%. Що стосується пшениці, то відповідний розподіл виглядає як: 12,9%, 47,8% та 37,9% [2].

Досить довго основним споживачем української пшениці в Азії був Бангладеш - 16,8% українського експорту. Останні три роки топ-імпортером української пшениці в Азію стала Індонезія - 22,8% продажів української пшениці на континент. Загалом продажі пшениці охопили 76,7% та 79% від загального експорту товарів до цих країн з України у 2018 році. експорт пшениці в Азію є вагомим свідченням прихильності України до глобальної продовольчої безпеки [2].

Насправді, Індонезія як четверта за чисельністю населення країна у світі, повинна бути головним імпортером пшениці по всьому світу. Так само Бангладеш є 8-м за чисельністю штатом з найвищим рівнем щільність населення серед країн з понад 8 млн. чоловік. Єдиним основним покупцем українського ячменю протягом 2006-2018 років була Саудівська Аравія із середньою часткою імпорту 69%. Варто відзначити, що Саудівська Аравія посідає друге місце за попитом на ячмінь у світі. І саме продажі ячменю склали 60% міжнародної торгівлі між Україною та Саудівською Аравією у 2018 році. На жаль, Україна не отримує вигоди від експорту ячменю до свого основного світового імпортера Китаю. Безсумнівно, покращення в цій галузі компенсувало б дисбаланс в розмірі 5,4 млрд. доларів в українській зовнішній торгівлі товарами з Китаєм. Основним споживачем української кукурудза був Іран із середньою часткою 24,7% в українському експорті до Азії. Топ-імпортер кукурудзи за останні п'ять років Китай придбав у середньому 39,7% українського експорту на континент.

Ключовими покупцями української пшениці в Африці були Марокко, Туніс та Єгипет. Останній був довгостроковим імпортером, який придбав в середньому 41,8% експорту української пшениці до Африки. Єгипет також був провідним африканським споживачем української кукурудзи з часткою 65,7%.

Ці експортні зв'язки підтверджують участь України у світовій продовольчій безпеці, оскільки Єгипет є першим африканським імпортером пшениці та кукурудзи, необхідних для вирішення проблем харчування 14-ї за чисельністю населення країни у світі. Український ячмінь був найбільш продаваним у Лівія, та склав в середньому 56% українського експорту до Африки. Як і раніше, український внесок у глобальну продовольчу безпеку забезпечував найбільший імпортер зернових культур на континенті

Зараз зерновий сегмент українського сільського господарства повернувся і успішно виправдовує свою назву зернової держави у світовому масштабі.

Це дуже важливо, оскільки подальший розвиток виробництва зерна є головним питанням на порядку денному у світі. Справді, нинішній глобальний показник виробництва зернових на душу населення становив 0,34 тонн.

Зокрема, виробництво пшениці 0,1 т на душу населення узгоджується з рекомендованим рівнем здорового харчування (USDA, 2019). Але щорічний приріст світового населення швидкістю близько 1,1% означає той самий необхідний приріст врожаю зерна [2].

Що стосується українського виробництва зернових, то воно передбачає впровадження інновацій для підвищення врожайності в регіонах із застосуванням перевіреної практики країн ЄС.

Додаткове виробництво зерна збільшить обсяги експорту. Щоб розширити свою присутність на ринку, українським виробникам зернових культур слід зосередитись на:

- якості зерна для задоволення суворих вимог європейських споживачів, у тому числі тих, що в Бельгії, Німеччині, Італії, Нідерландах та Іспанії;

- логістиці та просуванні товарів в Азію щодо перенаселених країн, якими є найбільші світові виробники зернових культур, такі як Китай, Індія та Пакистан, або найбільші світові імпортери зерна - Бангладеш, Індонезія, Японія, Малайзія, Філіппіни, Південна Корея та В'єтнам;

- збільшенні обсягів та розширенні географії експорту зерна на африканський континент, до держав з найбільшим приростом населення - 2,6%, Нігерії, а також багатших країн - Алжиру, Єгипту, Лівії, Марокко та Туреччини.

Вдосконалення, направлені на виробничі та експортні компоненти сегменту зернових в українському сільському господарстві сприятимуть існуючій позитивній динаміці зростання українського внеску у глобальну продовольчу безпеку.

Література

1. VASYLIEVA N. Ukrainian Cereals in Global Food Security: Production and Export Components/ Montenegrin Journal of Economics Vol. 16, No. 2 (2020), 143-153pp.

2. Umarov Ilkhom, Shurenov Nursultan, Kozhamkulova Zhanna, Abisheva Kyz-Zhibek. Marketing and innovative aspects of the research of the competitiveness of countries in the grain market (for example, wheat)/ E3S Web Conf. Volume 159, 2020 The 1st International Conference on Business Technology for a Sustainable Environmental System https://www.researchgate.net/publication/340122134_Marketing_and_innovative_aspects_of_the_research_of_the_competitiveness_of_countries_in_the_grain_market_for_example_wheat

Гуржій Н.М.
проф.. д.е.н., доц.
Запорізький національний університет
Лаврова В.М.
студентка
Запорізький національний університет

РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ ЯК ОДНОГО ІЗ НАПРЯМІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ПОСЛУГ АГРОБІЗНЕСУ

Сучасні українські реалії багатьох сіл характеризуються гострою проблемою надлишку робочої сили. Враховуючи відсутність інвестицій у створення робочих місць, більше уваги слід приділяти тим галузям, які не потребують великих вкладень для свого розвитку. Звичайно, до таких галузей відноситься сільський туризм.

У світі сільський зелений туризм розглядається як альтернатива сільському господарству з точки зору доходу. Крім того, розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних інвестицій, як інші види туризму, і може здійснюватися за рахунок самих селян без додаткових вкладень [3].

Сільський туризм, насамперед, слід розглядати як можливість додаткового доходу для сільського населення, як частину комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один із факторів стратегії подолання бідності у сільській місцевості . Другий аспект - популяризація української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що є основою для визначення сільського зеленого туризму за суспільною ціною та корисною сферою відносин [1] .

За таких умов розвиток туризму на базі сільськогосподарських підприємств із використанням явищ самобутності, народних традицій та ремесел, етнокультурних особливостей села, сільського життя стає більш економічним та практичним [4].

Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочивальників, покращують структуру посівів на присадибній ділянці, враховуючи потреби гостей, розширюють асортимент овочів, фруктових дерев, ягід тощо; розвивати та урізноманітнювати присадибну худобу, заводити теплицю, займатися полюванням, бджільництвом та рибальством. Доходи від агротуризму в основному реінвестуються в економічний розвиток (придбання коней, кіз, необхідного домашнього начиння) та розширення спектру послуг, що надаються. Агротуризм, пропонуючи туристам відпочинок у тиші та спокої, в природному середовищі та сільському ландшафті, також є шансом поліпшити умови життя в сільській місцевості.

Значення агротуризму показано в табл.1

Таблиця 1

Значення агротуризму для особистого селянського господарства, села і туристів [2]

Для господарства	Для села	Для туристів
Використання вільних засобів господарства	Використання вільних засобів села	Активний відпочинок на селі
Додатковий дохід	Додатковий дохід	Пізнання циклу виробництва продовольства
Додаткові і нові місця праці	Нові місця праці	Вживання свіжої їжі
Активізація діяльності селянської родини	Покращання сільської інфраструктури	Безпосередній контакт з природою
Естетичний і культурно-освітній розвиток родини	Активізація сільської громади	Участь у житті селянського господарства
Особистий розвиток членів родини	Збереження культурної та історичної спадщини села	Безпосереднє спілкування з місцевими мешканцями
Пізнання інших культур, звичаїв, традицій	Естетизація села Пізнання культури регіону	Набуття нових умінь Контакт з іншими культурами Розвиток зацікавленості
	Особистий розвиток мешканців села	Нагляд за тваринами

Міжнародний імідж сільського відпочинку також неоднозначний. З одного боку, Україна традиційно сприймається як аграрна країна, одна з європейських зерносховищ із збереженим сільським способом життя, багатою культурною спадщиною, незайманою природою та гостинними господарями. З іншого боку, іноземних туристів не приваблює порівняно низький рівень житла та нестача технічного обладнання, а також відсутність обладнання в селах та досить обмежений вибір можливостей для відпочинку та активного відпочинку.

Однак тенденції останніх років свідчать, що західні країни бачать перспективу українського сільського відпочинку та туризму на міжнародному туристичному ринку. Свідченням цього може бути організаційна та технічна допомога міжнародних фондів, таких як Фонд розвитку єврорегіону Карпат, програма TASIB, яка реалізує проекти з підтримки сільського відпочинку та туризму в Україні.

Таким чином, однією з головних причин розвитку агротуризму є пошук додаткових джерел доходу для фермерів. Звичайно, інтенсивна інтеграція сільського господарства сприяє позитивному ознайомленню з переходами від сільського господарства як єдиної та домінуючої риси сільських територій та

веде до економічного розвитку цих районів, поліпшення добробуту сільського господарства, диверсифікації сільських доходів, зменшення сільськогосподарської міграції, розширення туристичних послуг. місцевих бюджетів, підвищення конкурентоспроможності інших регіонів.

Література

1. Актуальні проблеми та перспективи розвитку туристичного і готельно-ресторанного бізнесу в Запорізькому регіоні: монографія / За заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : ТОВ «ЛІПС» ЛТД, 2012. 400 с.

2. Бондар В. В. Агротуризм як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва / В. В. Бондар, Я. Л. Ганжа // *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2012. № 4 (62). С. 114-120. URL : file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80/Downloads/Vcndtue_2012_4_19.pdf. (дата звернення : 02.0.2021).

3. Зайцева В. М. Світові тенденції розвитку сільського та агротуризму. URL : file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80/Downloads/eui_2013_2_28.pdf. (дата звернення : 02.0.2021).

4. Горьовий В. П. Менеджмент фермерських господарств. URL : http://www.culonline.com.ua/Books/Menegm_ferm_gospod.pdf. (дата звернення : 02.0.2021).

Давиденко О.О.
к.ю.н., старший викладач кафедри підприємництва, менеджменту організацій і логістики
Запорізького національного університету

ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО СЕРТИФІКАЦІЇ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ТА МАРКУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Актуальність питання сертифікації та маркування органічної продукції дедалі зростає, адже в Україні збільшується кількість власного органічного виробництва, об'єми органічної продукції, а також активно і стрімко відбувається реформування законодавства в агарній сфері вцілому, в тому числі і в цій сфері. Згідно програмних документів, органічне сільське господарство є пріоритетним для України. Також це питання є досить важливим у процесі євроінтеграції.

Сертифікація та маркування органічної продукції в Україні досліджувались такими вченими, як О.О. Горб, Н.А. Берлач, М.В. Гребенюк, О.Л. Мініна, В.Ф. Камінський, С.В. Ковальчук, Г.І. Балюк та ін.

Україна, маючи значний потенціал для органічного виробництва, експорту, споживання на внутрішньому ринку, досягла певних результатів у розвитку власного органічного виробництва. Наприклад, площа сертифікованих сільськогосподарських земель в Україні, що займаються вирощуванням різних органічних продуктів, складає понад чотириста тисяч гектарів, і наша країна займає 20 місце серед світових лідерів органічного руху.

На сьогодні Україна приблизно займає 11 місце серед європейських країн за площею сертифікованих земель для органічного сільського господарства. З урахуванням того, що в Україні на сьогоднішній день частка сертифікованих органічних площ серед загального об'єму сільськогосподарських угідь України складає близько 1 проценту, а вона займає 11 місце в Європі за площею, можна з впевненістю говорити про великий потенціал нашої державі щодо впровадження даної системи господарювання.

Органічна продукція – це сільськогосподарська продукція, у тому числі харчові продукти та корми, отримані в результаті органічного виробництва [1].

Для виходу на ринок органічної продукції, кожне підприємство обов'язково повинно пройти сертифікацію.

Сертифікація органічного виробництва та / або обігу органічної продукції - перевірка та встановлення відповідності виробництва та / або обігу продукції вимогам законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [1].

На сучасному етапі розвитку ринку органічних продуктів переважає тенденція до заміни правових норм стандартами, що пояснюється прагненням до міжнародної гармонізації правил, які регулюють відносини у сфері органічного виробництва [2, с. 3].

Органічне виробництво та обіг органічної продукції в Україні підлягає обов'язковій сертифікації.

Сертифікація органічного виробництва є складним процесом. Отже, для успішного розвитку органічного ринку в Україні потрібне чітке правове регулювання.

Відповідно до ст. 27 закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», сертифікація органічного виробництва та/або обігу органічної продукції проводиться з щорічною обов'язковою виїзною перевіркою органом сертифікації з метою встановлення відповідності процесу виробництва продукції та її обігу вимогам законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції.

Процес сертифікації розпочинається з дати підписання договору на проведення сертифікації між органом сертифікації і особою. У процесі сертифікації за результатами перевірки та визначення відповідності усіх стадій виробництва та обігу органічної продукції вимогам законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції органом сертифікації ухвалюється вмотивоване рішення про видачу або відмову у видачі сертифіката. На підставі рішення про видачу сертифіката органом сертифікації видається сертифікат [1].

Сертифікат, що засвідчує виробництво та/або обіг органічної продукції згідно із законодавством іншим, ніж законодавство України, визнається в Україні з метою імпорту або експорту такої продукції у разі, якщо він виданий органом іноземної сертифікації, внесеним до Переліку органів іноземної сертифікації.

Отже, можна сказати, що питання сертифікації органічної продукції достатньо врегульовано останнім новим законом в Україні. Тож розглянемо питання законодавчого закріплення маркування органічної продукції в Україні.

Маркування було лаконічно визначене Н. А. Берлач як: «будь-який написаний, надрукований або графічний матеріал, що є присутнім на етикетці, супроводжує харчовий продукт або виставляється біля харчового продукту, у тому числі з метою сприяння його продажу або реалізації» [3, с. 130].

Відповідно до ст. 34 закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» маркування продукції, що вводиться в обіг та реалізується як органічний продукт, здійснюється відповідно до вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції [1].

Продукт дозволяється маркувати як органічний продукт, якщо він вироблений відповідно до вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції і містить не менше ніж 95 відсотків органічних інгредієнтів сільськогосподарського походження (за вагою без урахування частки води та кухонної солі) та не більше 5 відсотків (за вагою) неорганічних інгредієнтів, внесених до Переліку речовин (інгредієнтів, компонентів), що дозволяється використовувати у процесі органічного виробництва та які дозволені до використання у гранично допустимих

кількостях. Органічне виробництво такого продукту підтверджується сертифікатом [1].

Маркування органічної продукції здійснюється за письмовою згодою органу сертифікації, реєстраційний код якого зазначається на маркуванні. Така згода здійснюється на безоплатній основі.

Маркування державним логотипом для органічної продукції продукції, що була отримана не в результаті органічного виробництва, а також використання під час маркування такої продукції будь-яких позначень та написів «органічний», «біодинамічний», «біологічний», «екологічний», «органік» та будь-яких однокореневих та/або похідних слів від цих слів з префіксами «біо-», «еко-» тощо будь-якими мовами є обманом покупця або замовника. Така продукція підлягає вилученню в порядку, визначеному законом.

Також законодавством встановлено, що надання неточної, недостовірної інформації про продукт, зміна оператором ринку інформації про нього тягне за собою накладення штрафу у визначеному законом розмірі.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновок, що питання сертифікації і маркування органічного виробництва набагато більше законодавчо врегульовано за останній час, ніж раніше. Прийнято та введено в дію нові закони, які більш конкретно регулюють ці питання, визначають права і обов’язки як органів сертифікації та маркування, так і виробників органічної продукції. З прийняттям нових законів у сфері регулювання органічного виробництва у 2019-2020 рр., наприклад закону «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин», в нашій державі має сформуватися нова культура інформування споживачів про органічну продукцію. Тепер кожен споживач України має відчути різницю в маркуванні органічної продукції та отримати конкретну користь від цього. А кожен її виробник має більше реальних інструментів та законодавчо закріплених норм щодо сертифікації своєї продукції.

Література

1. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 03.07.2019. № 36. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text (дата звернення : 02.06.2020).

2. Вовк В.В. Сертифікація органічного сільського господарства в Україні : сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє. Матеріали Міжнародного семінару «Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва і маркетингу». Львів. 2004. С. 3-7.

3. Берлач Н.А. Організаційно-правове забезпечення маркування органічної сільськогосподарської продукції. Часопис Київського університету права. 2010. № 2. С. 130–133.

Данилова О.А.
к.е.н., ст..викл.
Мелітопольський державний
педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Васильчук А.
студентка
Мелітопольський державний
педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Аналізуючи структуру валової продукції, виробленої в Україні, можна відмітити чітку тенденцію до нарощування питомої частки продукції вітчизняного аграрного сектору економіки. Причина цього криється не стільки у зростанні кількості і якості виробленої продукції, скільки у падінні рівня промислового виробництва.

Але фахівці наголошують, що українське сільське господарство має значний виробничий потенціал для посилення своєї ролі, як одного із складових елементів вітчизняної економіки [1,2,3]. За останні десятиліття за Україною міцно закріпилася репутація стабільного зерновиробника і експортера цієї продукції на світовий ринок, однак за іншими напрямками діяльності в аграрному секторі економіки спостерігаються, у кращому випадку, значні коливання у обсягах виробництва, а в гіршому – стрімке скорочення або повне знищення. Проте спеціалісти запевняють: сьогодні сільське господарство все ще може дати потужний поштовх економіці для виходу з кризової ситуації, і Україна могла б стати важливим постачальником на світовому ринку продовольства [4].

Світові продовольчі ринки для України повинні стати тим джерелом, що наповнюють бюджет нашої держави значними валютними надходженнями, але їхня величина не дає приводів для задоволення. Причиною цього є низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції аграрного сектору економіки на глобальних ринках. Це пов'язано із дією цілої низки штучних і природних, зовнішніх і внутрішніх факторів.

То ж як підвищити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції, виробленої українськими аграріями, щоб вони могли гідно конкурувати на глобальному ринку?

Першим, і можливо одним з головним факторів, є питання екологічності виробництва продукції рослинництва і тваринництва. Адже за останні роки для нарощування обсягів валової продукції аграрії використовували все більше хімічних домішок і штучних речовин, що негативно впливають не тільки на здоров'я людей, а й на стан навколишнього середовища.

Наприклад, дані таблиці 1 яскраво ілюструють як за минуле десятиліття в Україні зросли обсяги внесення мінеральних добрив. При цьому застосування органічних добрив залишилося майже незмінним і є несуттєвим, аби впливати на підвищення якості і кількості продукції рослинництва. Хоча зарубіжні аграрії

своє виробництво розвивають саме на основі органічних технологій, які для підвищення рівня врожайності сільськогосподарських культур базуються на використанні виключно натуральних добрив та речовин.

Через дорожнечу таких технологій собівартість натуральної сільськогосподарської продукції є значно вищою, але високою є і ціна її реалізації, що робить екологічно чистий бізнес в аграрному секторі економіці прибутковим і конкурентоспроможним.

Таблиця 1. Динаміка внесення мінеральних і органічних добрив в аграрних підприємствах України*

Показники	Роки						2019 у % до	
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2010	2015
Загальний обсяг внесених мінеральних добрив, млн.т.	1064,2	1415,0	1728,9	2028,1	2346,3	2338,3	220	165,3
Обсяг внесених мінеральних добрив на одиницю площі сільськогосподарських угідь, кг	25,6	34,1	41,7	48,9	56,5	56,3	220	165,1
Площі, оброблені мінеральними добривами млн..га	12,7	14,5	15,7	16,5	16,1	16,4	129,1	113,1
Частка площ, оброблених мінеральними добривами, до загальної площі сільськогосподарських угідь, %	30,5	34,9	37,8	39,8	38,8	39,5	129,5	113,1
Внесення органічних добрив, млн. т	9963,6	9662,7	9162,9	9273,9	11648,9	11382,5	114,2	117,8
Внесення органічних добрив на одиницю площі сільськогосподарських угідь, ц	239,5	232,8	220,8	223,5	280,7	274,3	114,5	117,8
Площі, оброблені органічними добривами, млн.га	0,4	0,4	0,5	0,5	0,8	0,8	200	200
Частка площ, оброблених органічними добривами, до загальної площі сільськогосподарських угідь, %	1	1	1,2	1,2	1,9	1,9	+0,9	+0,9

*За даними Статистичного щорічника сільського господарства України 2019 р.

Другий напрямок – це стандартизація і сертифікація сільськогосподарської продукції. В контексті підписання асоціації з ЄС, Україна взяла на себе зобов'язання по приведенню державних стандартів виробництва сільськогосподарської продукції до загальноєвропейських, що повинно відкрити їй шлях до європейського ринку.

Що собою представляє стандартизація як діяльність? Згідно Закону України «Про стандартизацію» [6] Стандартизація – це діяльність, що полягає у

встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів у торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву.

Сертифікація – це дія третьої (незалежної) сторони стосовно продавця-покупця, у процесі якої підтверджується відповідність ідентифікованої продукції відповідному державному стандарту.

Стандартизація та сертифікація продукції – це інструменти, які розширюють доступ продукту на ринок і збільшують його ціну реалізації, тобто сприяють підвищенню конкурентоспроможності виробника. Також широке використання механізмів стандартизації та сертифікації є засобом підтримки вітчизняного виробника і захисту внутрішнього ринку від імпортних продуктів [7, с.25], тобто шляхом підвищення якісних вимог до імпорту держава проводить захист конкурентного клімату на ринках країни.

Нажаль, роботи у цій площині ведуться дуже повільно або, як наприклад з молоком, встановлюються мораторії на введення нових стандартів. Аналізування сучасного стану стандартизації сільськогосподарської продукції свідчить про те, що на цю продукцію чинними в Україні є 566 національних стандартів, із них 64,8% відповідають вимогам міжнародних чи європейських, що можна вважати задовільним.[8]

По-третє, конкурентоспроможність продукції взагалі і сільськогосподарської зокрема можна підвищити за рахунок ефективного використання інноваційних технологій [9, с. 115]. І ось з цим вітчизняні аграрії мають суттєві проблеми, адже цей напрямок покращення виробничої та економічної результативності діяльності підприємства є матеріально дуже затратним.

Українські аграрії розуміють необхідність застосування інноваційних змін, але на заваді цьому стоїть ряд причин:

- нестача фінансових ресурсів – інновації є досить дорогим процесом, окупність якого розтягується у довгостроковій перспективі. На фоні фінансової нестабільності у країні вкладення коштів в оновлення виробництва являється досить сумнівним і малоперспективним. Програми фінансової підтримки, які декларуються на державному рівні є незначними за своїми обсягами і малодоступними для малих та середніх виробників. Ці програми виписані красиво на папері, а в житті нагадують квест, який не кожен аграрій здатен пройти;
- слабка матеріально-технічна база аграрних підприємств, яка повинна стати основою для процесу інновацій, не дозволяє говорити про повномасштабні зміни у виробництві, адже не багато аграріїв можуть дозволити собі починати оновлення технологій і техніки за власний кошт. Необхідно зазначити, що оновлення МТБ відбувається, але надто повільно. Так,наприклад у 2019 році у порівнянні з 2015 роком загальна кількість тракторів збільшилася лише на 2%, а зернозбиральних комбайнів та доїльних установок залишилися незмінними;

- низька якість і кількість необхідних трудових ресурсів. Відсутність адекватного погляду у формуванні політики держави стосовно розвитку сільських територій стало причиною масового виїзду працездатного населення у пошуку роботи до міст або за кордон. Тому зараз більшість сільськогосподарських підприємств стикаються з проблемою забезпеченості трудовими ресурсами. Середній вік найманих працівників у сільському господарстві становить 37,2 роки. І цей показник буде лише збільшуватися. Тому цей фактор впливу на впровадження інноваційних технологій є особливо гострим;
- низька інформованість і обізнаність сільськогосподарських виробників. Через відсутність стандартних правил надання статичної і звітної інформації для усіх учасників аграрного виробництва відбувається викривлення даних, якими оперують фахівці на державному рівні для реагування на певні зміни в аграрній сфері економіці та формуванні адекватних засобів реагування на них. Неточність і не якість інформації є перешкодою для розвитку не тільки сільськогосподарських підприємств, як первинної ланки виробництва, а й держави, як кінцевого споживача результатів діяльності аграрного сектору економіки.

Задля забезпечення аграріїв якісною і достовірною інформацією створено мережу дорадчих служб, різноманітних інститутів та організацій, але такий тип роботи чомусь ще не знаходить активної підтримки серед своєї аудиторії. Ще не є усталеною думка, що інформацію, передачу досвіду та навчання треба платити; що це і є одним з найперспективніших вкладенням у розвиток свого підприємства.

- соціально-економічна нестабільність в державі, яка не дає можливості вітчизняним аграріям планувати діяльність і розвиток своїх підприємств навіть на середньострокову перспективу, через значні цінові коливання на вироблену продукцію, нестабільні обсяги закупівлі, невиразну державну політику стосовно перспектив та підтримки виробництва; низьку купівельну спроможність населення.

Отже, вітчизняні підприємці сільського господарства вже зараз відчувають слабкість своїх конкурентних позиційна ринку виробленої продукції у порівнянні з імпортною, але без підтримки держави власними силами вирішити це питання буде дуже складно. Адже не може українська свинина конкурувати з імпортною не через її низьку якість, а через те, що державі простіше закупити цю продукцію за кордоном, аніж підтримати розвиток галузі свинарства у вітчизняному аграрному секторі.

Тому для розвитку економіки конкурентоздатного сільського господарства необхідно виконати низку умов:

- сформувати стабільні і незмінні правила гри в аграрному секторі, зрозумілі для усіх учасників ринку на протязі відносно тривалого часового періоду;
- застосовувати однакові податково-правові вимоги для аграрних виробників всіх форм власності ;

- дотримуватися політики протекціонізму та лобіювати інтереси вітчизняних сільгоспвиробників.

Література

1. Босак А. О. Мустафаєва Л. А. Поточний стан та перспективи розвитку АПК України: пошук нових ринків збуту / Босак А. О. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2019. Вип. 24.Ч 1 . С.48–54.

2. Вдовенко Л.О., Вдовенко С.А. Стан та перспективи розвитку аграрного сектору в контексті державної політики фінансової підтримки товаровиробників/ Вдовенко Л.О.//Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики - 2018. - N3.- С.113–12.

3. Гарасим П.М. Вплив аграрної реформи на формування інформаційного забезпечення системи управління підприємством/ Гарасим П.М. // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Вип. 7 (25). Ч. 1. - 2010. - с.341–349.

4. Мазур К.В., Кубай О.Г.Менеджмент аграрного підприємства : навч. посібник. Вінниця : ТВОРИ, 2020. 284 с.

5. Статистичний збірник «Сільське господарство України 2020»

6. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 р. No 1315-18. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1315-18.

7. Літвінов А.І. Сільськогосподарська продукція: проблеми якості/ Літвінов А.І. // Економіка АПК. – 2016 р. - №6. – с.23-30

8. Гуменюк Г. Проблеми і перспективи стандартизації сільськогосподарської продукції / Г. Гуменюк // Стандартизація. Сертифікація. Якість. - 2014. - № 6. - С. 18-21

9. Прокопець Л.В. Складові підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] : ЧНУ ім. Федьковича / Л.В. Прокопець –Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/ portal/soc_gum/znpen/2011_7/37SPK.pdf.

Данилова О.А.
к.е.н., ст.вкл.
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Козарик М.
студент,
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

АНАЛІЗ СТАНУ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА І ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ

Непродумана реформа 2000 року стала головною причиною занепаду, а на сьогоднішній день можна говорити лише про часткове існування, молочної галузі тваринництва у сільському господарстві України. Подальші «реформи» аграрного сектору економіки у наступні 20 років лише поглиблювали критичність ситуації і на сьогоднішній день отримали ситуацію, коли поголів'я молочного стада в Україні майже у два рази менше рівня повоєнного 1945 року – 1,78 млн. голів проти 4,31 млн. голів.[1]

Дані цифри є приводом для повномасштабного вивчення стану і негайного вживання кардинальних заходів у молоковиробничій сфері тваринництва.

Для пошуку відповідей на поставлене питання необхідно детально проаналізувати показники виробництва молока в Україні. (табл.1) Вивчення наведених показників дає нам можливість зробити наступні висновки стосовно стану та динаміки розвитку виробництва молока за останні 20 років[2].

У порівнянні з дореформеним періодом середньорічне поголів'я корів скоротилося майже утричі – на 73,9%;

- При чому найбільше скорочення торкнулося сільськогосподарських підприємств (-76,3%) та господарств населення (-56,4%);
- Аналізуючи обсяг валового виробництва молока, констатуємо його скорочення за 20 останніх років на 23,7%. Падіння виробництва сталося головним чином у сільськогосподарських підприємствах та в господарствах населення, а ось у фермерів валовий надій молока за період дослідження збільшився більше, ніж у три рази;
- Вивчення структури виробництва молока по господарствам дає можливість констатувати відносно стабільну динаміку цього показника по усім групам господарств: найбільша питома вага валового надою молока припадає на господарства населення, але при цьому останні п'ять років доля цієї групи виробників молока постійно скорочується (-3,4%), а сільськогосподарські підприємства, навпаки, нарощують обсяги виробництва (+2,9%);
- Показником, який на протязі періоду дослідження демонстрував неухильне зростання є продуктивність 1 голови. По всім категоріям господарств вона зростала. Але найбільш результативними у напрямку нарощування

продуктивності корів є сільськогосподарські підприємства та фермерські господарства – (+4513) та (+2983) кг відповідно.

Таблиця 1.

Показники динаміки виробництва молока в Україні за період 2000-2019 р.р.*

Показники	Роки							2019 у % до	
	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2000	2010
1. Поголівя корів, тис. гол									
всього	**4958,3**	**2631,2**	**2166,6**	**2108,9**	**2017,8**	**1919,4**	**1788,5**	**36,1**	**67,9**
у т.ч. у									
- підприємствах	1851,0	589,1	505,1	484,6	466,6	467,8	438,6	23,7	74,5
- фермерських господарствах	35,8	37,4	41,7	39,9	39,2	42,8	42,9	119,8	114,7
- господарства населення	3107,3	2042,1	1661,5	1624,3	1551,2	1451,6	1349,9	43,4	66,1
2. Виробництво молока, тис. т.									
всього	**12657,9**	**11248,5**	**10615,4**	**10381,5**	**10280,5**	**10064,0**	**9663,2**	**76,3**	**85,9**
у т.ч. у:									
- підприємствах	3668,7	2216,6	2669,2	2705,6	2765,7	2755,5	2728,6	74,4	123,1
- фермерських господарствах	67,8	112,1	177,4	183,6	194,8	201,8	209,2	308,5	186,6
- господарства населення	8989,2	9031,9	7946,2	7675,9	7514,8	7308,5	6934,6	77,1	76,8
3. Структура виробництва молока по господарствам, % :									
- підприємствах	28,5	19,7	25,1	26,1	26,9	27,4	28,0	-0,5	+8,3
- фермерських господарствах	0,5	1,0	1,7	1,8	1,9	2,0	2,2	+1,7	+1,2
- господарства населення	71,0	79,3	73,2	72,1	73,1	70,6	69,8	-1,2	-9,5
3. Продуктивність корів, кг/гол.									
всього	**2359**	**4082**	**4644**	**4735**	**4820**	**4922**	**4976**	**210,9**	**121,9**
у т.ч. у :									
- підприємствах	1588	3975	5352	5643	6025	6190	6101	384,2	153,5
- фермерських господарствах**	1894	2997	4254	4602	4969	4715	4877	257,5	162,7
- господарства населення	2960	4110	4437	4473	4480	4559	4630	156,4	112,7

* За даними статистичного щорічника «Тваринництво України 2019»

** За власними розрахунками

- Але насторожує один момент: на фоні стрімкого зменшення поголів'я корів майже у 2,7 разів, валовий обсяг молока скоротився лише на 23,7%. Зростання продуктивності не пояснює такої невідповідності, бо вона зросла суттєво у господарствах, питома вага яких у структурі валового надою молока не перебільшує третини обсягу виробництва;

У 2020 році ситуація ще гірша. Адже за даними Держкомстату поголів'я корів в господарствах населення за січень – вересень скоротилося на 6,5%, а в сільськогосподарських підприємствах - на 5,3%.[3]

Які ж причини лежать в основі таких змін?

Як зазначають фахівці один з головних факторів, що у 2020 році здійснив свій негативний вплив на зміну виробництва молока, - це пандемія Covid-19.[4]

Держава не змогла у період жорсткого карантину захистити молочний ринок і виробників молока від наслідків цієї соціально-економічної кризи. Для цього необхідно було негайно створити програму по формуванню державних закупівель молочних продуктів тривалого зберігання, стабілізувавши таким чином обсяги пропозиції на ринку та врівноваживши закупівельні ціни.

Проблема пандемії, вийшовши на передній план, тим не менше, не нівелювала тих проблем молочного виробництва, які в новостворених умовах лише загострилися. Більшість з них відносяться до сфери державного менеджменту аграрного сектору економіки:

- нестабільність правил функціонування і розвитку на ринку молока зокрема і на рівні держави загалом. Молочне скотарство, яке має довгий виробничий цикл, потребує спокою і рівноваги для нарощування і рівномірного розвитку, а часта зміна «правил гри» або пріоритетів у політиці держави не дають можливості говорити про перспективи і плани на майбутнє у виробництві молока;
- відсутність міністерства агропромислової політики та некомпетентність чиновників, які не мають реального уявлення про сучасний стан і причини, які до нього призвели у молочній галузі;
- відсутність політики протекціонізму стосовно лобіювання інтересів вітчизняних виробників молока. Так, за дев'ять місяців 2020 року в Україну було імпортовано молочної продукції на 218 млн. доларів, що перевищило експорт на 70% більше експортних поставок. [5]Таким чином держава вирішила проблему із забезпеченням переробників сировиною, а вітчизняне молочне скотарство залишилося без фінансової і соціальної уваги;
- непродумана земельна реформа, помилка якої не була прорахована ще у 2000 році. Саме тоді після реформування колективних сільськогосподарських підприємств галузь тваринництва лишилася свого головного ресурсу – кормової бази, яку неможливо було забезпечити без наявності землі. Зараз же після введення у дію Закону про продаж землі вітчизняні дрібні молоковиробники лишаться можливості випасу корів, бо більшість общинних пасовищ буде продано через аукціони (що відбувається вже наразі);
- фіктивне декларування підтримки молочної галузі, суть його полягає у тому, що більшість прийнятих програм не забезпечені достатнім фінансуванням і фактично не діють. Або ці програми є непродуманими і безперспективними. Наприклад, компенсація фермерським господарствам по 5000 грн. за одну голову корів. Ця програма не має перспектив саме через свою вибірковість, адже компенсацію повинні отримувати **всі** власники корів, а не тільки юридично зареєстровані господарства або сімейні ферми, бо мова йде саме про питання стабілізації середньорічного поголів'я;
- урбанізація і відсутність програми розвитку сільських територій, що негативно позначилося на динаміці чисельності сільського населення. За останні роки цей показник зменшився приблизно на 16%. [6] Такими темпами

через декілька десятиліть залишаться лише споживачі молочних продуктів, а виробляти їх буде нікому;

- низька закупівельна ціна, рівень якої в залежності від сезону у 2020 році коливалася у межах 4,5-6,5 грн. за 1 літр. На фоні вартості пляшки мінеральної води у 18-25 грн. це виглядає абсурдно;
- ціновий диспаритет на молочну продукцію, сутність якого полягає у надто високих цінах на засоби виробництва та електроенергію.
- низька якість молока, що пояснюється слабкою механізацію процесу утримання і доїння молока, адже його більшість виробляється ручною працею;

І останній фактор, який не підконтрольній державі:

стрімка зміна кліматичних умов, які стали причиною зміни структури товарного виробництва у рослинництві, де кормовим культурам відводилася зовсім незнана частка. На сьогоднішній день у південно-східних областях України великою проблемою є вирощування трав на сіно, кукурудзи на силос та буряку кормового, врожай яких можливо отримати тільки на зрошувальних землях. Тому Одеська, Херсонська, Миколаївська та Запорізька області є аутсайдерами з виробництва молока, їхня сумарна частка не перебільшує 11,6% від загальнодержавного рівня. При цьому лідерами є Вінницька, Полтавська і Житомирська області, які забезпечили у 2019 році 22,3% валового виробництва молока по країні.

Окреслені проблеми не є новими і невідомими для тих, хто має опікуватися вирішенням проблем молочної галузі сільського господарства України. Вони, як спадок, переходять від одного уряду до іншого, не маючи рішення, лише поглиблюючи свою негативну сутність.

Але 2020 рік є точкою неповернення. Якщо не вжити кардинальних заходів у 2021 р., то вже незабаром можемо констатувати остаточне знищення молочної галузі, як складової аграрного сектора економіки України. скотарства в економічні лідери.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2019 рік / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленко. К., 2017. 552 с.

2. Тваринництво України 2019: стат. збірник / Держ. комітет статистики України. Київ, 2019. 212 с.

3. Україна у цифрах 2019: стат. збірник / Держ. комітет статистики України. Київ, 2020. 249 с.

4. Українські молочники глобально втрачають від пандемії/ https://dilo.net.ua/novyny/ukrayinski-molochnyky-globalno-vtrachayut-vid-pandemiyi/

5. Надходження продукції тваринництва на переробні підприємства за 2019 рік: стат. бюлетень / Держ. комітет статистики України. Київ, 2019. 22 с.

6. Статистичний збірник "Чисельність наявного населення України" на 1 січня 2020 року. - Київ, Державна служба статистики України, 2020.

Дем'яненко С.І.
д.е.н., професор, кафедра менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗРОСТАННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

В аграрному бізнесі, як і в бізнесі загалом, стратегія є чинником, що має визначальний вплив на його ефективність. Будь-яка економічна стратегія базується на фундаментальному протиріччі ринкової економіки - між обмеженими ресурсами та необмеженими потребами суспільства в товарах і послугах. Саме виходячи з цього протиріччя формуються всі економічні та бізнес-процеси як на рівні підприємства, так і на рівнях галузі і економіки загалом. Виходячи з ролі та місця агробізнесу в економіці України, де його частка в експорті становить 40 %, ефективність цього сектору значною мірою визначає всі основні економічні параметри економіки: макроекономічну стабільність, курс валют, валовий національний дохід на душу населення, рівень зайнятості, обсяг інвестицій, фондо і енерго ємність продукції та інші. В свою чергу стратегія розвитку агробізнесу на національному рівні безпосередньо впливає на ефективність діяльності підприємств в цій сфері та інших, пов'язаних з нею галузей економіки. Тому такою важливою є розробка адекватної стратегії розвитку вітчизняного агробізнесу.

Питанню розбудови стратегії розвитку агробізнесу в Україні присвячені ряд робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників, серед яких можна зазначити таких: Геєць В.М.,[4], Бородіна О.В.[3], Діброва А.Д.,[4], Кваша С.М.[4], Зіновчук Т.О.[8], Зоря С.І.[9], Мессель-Веселяк В.Я.[4], Меярс В. [9] Джонсон Т.[9], Прокопа І.М.[3], Саблук П.Т.[4] та інші. Нами також досліджувалася ця тема та запропоновано ряд рекомендацій [5, 6, 7, 9].

Результатом зазначених досліджень та рекомендацій стали наробки, що використані в офіційних державних програмах з розбудови стратегії розвитку вітчизняного агробізнесу. За останні 15-20 років в Україні було декілька таких розробок. Проаналізуємо дві останні розробки, які увібрали в себе основні положення раніше виконаних досліджень, це - «Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015-2020 роки», розроблена Міністерством аграрної політики та продовольства України [1], далі «Стратегія» і «Вектори економічного розвитку 2030», розроблена Кабінетом Міністрів України [2], де розвиток агробізнесу є складовою загальної економічної стратегії, далі «Вектори». Метою нашого аналізу є виявлення їх концептуальної узгодженості та впливу на ефективність підприємств агробізнесу.

«Стратегія» визначає основним завданням створення конкурентоспроможного, експортно-орієнтованого сільського господарства і виробництво конкурентоспроможних харчових продуктів відповідно до міжнародних стандартів безпечності та якості. Вона визначає десять головних

стратегічних пріоритетів: діловий клімат, протидія корупції та створення стабільного законодавчого поля, що відповідає міжнародним і європейським стандартам, зокрема шляхом виконання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС; земельна реформа; інституціональна реформа Міністерства аграрної політики і продовольства і пов'язаних державних органів та державних підприємств; продовольча безпека; оподаткування; розвиток агропродовольчих ланцюгів доданої вартості; сільський розвиток – відродження українського села; доступ до міжнародних ринків, управління імпортно-експортною діяльністю, сприяння експорту і управління внутрішнім ринком; наукові дослідження, освіта та дорадництво; довкілля і раціональне використання природних ресурсів (враховуючи лісове і рибне господарство).

«Вектори» передбачають, що вітчизняний агросектор до 2030 року стане одним з глобальних центрів продовольчої безпеки, світовим лідером з постачання продуктів харчування з високою доданою вартістю та технологічно інтенсивних сервісів для агросектору. При цьому виділяються такі цілі:

1. Забезпечити стимулюючу та дорадчу державну політику.

2. Забезпечити гравців ринку якісною наскрізною інфраструктурою (земля, зрошувальні системи, фінанси, освіта та наука, транспорт, потужності зберігання).

3. Створити умови для виробників щодо можливості забезпечення себе доступними матеріально-технічними ресурсами.

4. Збалансувати виробництво високо- та низькомаржинальних продуктів для підвищення прибутковості сектору.

5. Посприятии розвитку та повноцінному функціонуванню середовища для функціонування переробки.

6. Оптимізувати екосистему збуту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Аналіз основних завдань «Стратегії» і «Векторів» показує їх ідентичність щодо основної мети - в обох документах стратегічним завданням розвитку агробізнесу є посилення його експортного потенціалу за рахунок продукції з високою часткою доданої вартості. Перекликаються також пріорітети та цілі в обох документах. Однак «Стратегія» виділяється грунтовнішим підходом до розробки конкретних напрямків її втілення, а «Вектори» - конкретизацією цільових показників, які мають бути досягнуті. Втілення в життя «Стратегії» і «Векторів» матиме безпосередній вплив на ефективість функціонування підприємств агробізнесу, метою яких, як і будь-яких підприємств в ринковій економіці, є збільшення вартості їх активів через високу ефективність (прибутковість) господарювання. Індикаторами підвищення ефективності вітчизняного агробізнесу на наступні 5-10 років є такі: забезпечити обсяги експорту агропродукції до 45 млрд. дол США, в т.ч. 1 млрд. дол. США органічної продукції при загальній експортній виручці 1500 дол. США на 1 га (2030 р); скоротити час на логістику у 2 рази (2025 р.); збільшити частку переробленої агропродукції з 21 до 50 % (2030 р.); довести продуктивність праці в сільському господарстві до 100 тис. дол. США на одного працюючого в галузі та зменшити частку сировини у ВВП до 50 %; залучити 25 млрд. пол. США прямих іноземних

інвестицій (2030 р.). Всі зазначені індикативні показники безпосередньо пов'язані з ефективністю підприємств агробізнесу. Особливо слід зазначити важливість технологічних змін при виробництві аграрної продукції та продуктів харчування. Так, передбачається: введеня додаткових 1 млн. га зрошуваних земель; збільшення частки земель з органічним статусом до 3 % загальної площі сільськогосподарських угідь; залучити 100 млн. дол. США в створення старт-апів; збільшити частку насіння вітчизняного виробництва до 70 % пропозиції на ринку; збільшити обсяги виробництва та пропозиції вітчизняної сільгосптехніки до 30 % на відповідних ринках; досягти імплементації smart farming на 30 % площ та зростання урожайності сільськогосподарських культур на 30 %.

Таким чином, можна стверджувати, що в Україні існує адаптивна і збалансована стратегія розвитку вітчизняного агробізнесу. Необхідні відповідні зусилля уряду, професійних об'єднань в агробізнесі, власників і працівників аграрних та переробних підприємств, підприємств інфраструктури, працівників аграрної науки і освіти для її втілення в життя. Як засвідчує досвід останніх 30 років реформування вітчизняного аграрного сектору економіки саме етап імплементації прийнятих програм є найпроблематичнішим. Лишається сподіватися, що на цей раз цю проблему буде подолано.

Література

1. Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 - 2020 роки. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1978.html

2. Вектори економічного розвитку 2030. Кабінет Міністрів України, 2021. URL: https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf

3. Бородина Е., Прокопа И. Какая модель агросектора нужна Украине?: *Зеркало недели*, №18 от 18 мая 2012 г..

4. Геєц В.М., Діброва А.Д., Кваша С.Н., Мессель-Веселяк В.Я., Саблук П.Т. Стратегія розвитку агропромислового комплексу України. Київ: НАНУ, УААН, 2005. 119 с.

5. Дем'яненко С.І. Сучасна аграрна політика України: принципи та перспективи. *Формування ринкової економіки. Спеціальний випуск «Аграрна економічна освіта в розбудові конкурентоспроможного сільського господарства України».* Збірник наукових праць. КНЕУ, 2009, с.9-16.

6. Дем'яненко С., Бутко В.Стратегія адаптації аграрних підприємств України до глобальних змін клімату: *Економіка України,* № 6, 2012, с. 66-72.

7. Дем'яненко С. К вопросу о стратегии развития аграрного сектора экономики Украины: *Економіка АПК*, №1, 2014 р., с. 14-19

8. Зінчук Т.О. Євпропейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки України: моногр. Житомир: ДВНЗ «Держ. агроекол. ун-т», 2008. -384 с.

9. William H.Meyers, Serhiy I. Demyanenko, Thomas G.Jonson, Sergiy I.Zorya "Refocusing Agricultural and Rural Development Policies in Ukraine: Action Plan for the Road Ahead." Washington, DC: USAID, 2005. – 138 pp. URL: https://www.researchgate.net/publication/258399089_Refocusing_agricultural_and_rural_development_policies_in_Ukraine_action_plan_for_the_road_ahead

Журавльов І.О.
студент
Запорізький національний університет
Павлюк Т. С.
к.е.н., доц.
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗНИЖЕННЯ РОДЮЧОСТІ ҐРУНТІВ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Наша країна володіє безцінним багатством, яке називають «чорним золотом» - родючим чорноземом. В Україні зосереджено приблизно 8% світового запасу чорнозему. Однак цей ресурс є вичерпним, і, саме від нас, залежить його майбутній стан. Проведений багатьма спеціалістами всебічний аналіз сучасного стану ґрунтів України та чинників, які цей стан поступово погіршують, свідчить про те, що зниження родючості ґрунтів України пов'язане як з природними чинниками, так і з виробничою діяльністю людини.

Ці чинники взаємопов'язані між собою та визначають головні проблеми серед яких: ерозія ґрунтів, забруднення ґрунтів важкими металами, радіонуклідами, біологічним різноманіттям, тощо.

Розглянемо всі ці проблеми більш детально.

Перша - ерозія земельних ресурсів. Структура та екосистема ґрунту руйнується в основному через розвиток ерозії. За опублікованими даними Світового банку, в сільськогосподарському виробництві України з кожного долара доданої вартості в результаті ерозії втрачається близько третини, а на кожну тонну отриманого зерна припадає близько 10 т змитого ґрунту в результаті ерозії. Щороку Україна втрачає 19 мільйонів тон ґрунтів через ерозію.

Наступною проблемою фахівці називають надмірну розораність ґрунтів. В Україні господарським використанням зайнято 92% території. Рівень розораності становить понад 54%, в той час як в розвинених країнах Європи — не перевищує 35%. Фактична лісистість території України становить 16%, що недостатньо для забезпечення екологічної рівноваги (середній показник європейських країн — 25-30%). Найбільш розорані землі — на Півдні і в центральній Україні — під 90%. В цілинних чорноземах в верхньому горизонті знаходиться близько 10% гумусу. А в наших чорноземних ґрунтах, середній вміст гумусу становить 3,7-4%. Окрім цього, нераціональне використання ґрунтів призводить до колосальних викидів CO_2 в повітря — навіть більшим, ніж від промисловості. Наслідки часто не видно неозброєним оком. Але екологи вже говорять про зміщення ґрунтових зон. Степ стрімко розширюється.

Ще однією вагомою проблемою є накопичення відходів. В Україні, станом на 2017 рік налічується 36 мільярдів тон відходів. З них 1,6 мільярдів тон – небезпечних. До них належать: побутове сміття (акумулятори, електроніка, ртутні лампи). Кожна енергозберігаюча лампа містить 3-5мг ртуті. Щорічно разом із сміттям в землю потрапляє 500 кілограм ртуті, 250 тон натрієвих хлоридів, 260 тон марганцевих сполук та інші небезпечні елементи. За

підрахунками експертів, обсяги ринку небезпечних відходів може досягати 10 мільярдів гривень [2].

Окремо слід наголосити на зачному хімічному забрудненні ґрунтів. Це забруднення зумовлене великими обсягами використання різноманітних пестицидів. Через свою терпимість до хімічних речовин, українські ґрунти багато в себе вбирають, а через декілька десятків років будуть віддавати це в продукцію. Не варто забувати і про проблему важких металів в ґрунті — перш за все, навколо промислових міст, на узбіччях доріг і в зонах екологічних катастроф.

В Україні досі немає належного обліку отруєнь хімічними засобами для рослин — пестицидами. Зокрема, серед важких металів екологічно найнебезпечнішими вважаються свинець, кадмій, мідь, цинк. Забруднення ґрунтів України радіонуклідами в основному пов'язане з аварією на Чорнобильській АЕС.

Говорячи про збереження та відтворення родючості ґрунтів України, слід наголосити на тому, що це стане можливим лиши із запровадженням цілого комплексу заходів. Серед таких заходів виділимо декілька, що є, на наш погляд найбільш доцільними, ефективними достатньо простими для впровадження.

Застосування протиерозійного механічного обробітку ґрунту, який оптимізує його рівноважну щільність та інші агрофізичні властивості.

Покращення балансу гумусу та поживних елементів у землеробстві за рахунок упровадження у виробництво ґрунтоохоронних сівозмін з оптимальним співвідношенням культур, а також розширення площ під багаторічними травами, особливо бобовими, вирощування проміжних культур і сидератів, заміни чистих парів зайнятими, використання органо-мінеральних добрив (ОМД), що одержують на основі відходів тваринництва і птахівництва, торфу, лігніну тощо.

Ще одним важливим фактором захисту ґрунтів від оксиду азоту, альдегідів та інших шкідливих речовин, як виробляють промислові підприємства, автотраси, аеропорти тощо, необхідне будування за межами міста та відокремлювання від полів, посівних площ щільною зеленої стіни з дерев і чагарників, які виступають в ролі природного фільтра і генератора кисню.

Попереднє сортування. Сюди входить процес зменшення розмірів сміттєвих компонентів шляхом їх подрібнення і просіювання, а також видалення більш-менш великих металевих предметів, наприклад, консервних банок.

Біотермічне компостування. Цей спосіб утилізації твердих побутових відходів заснований на природних, але прискорених реакціях трансформації сміття з доступом кисню у вигляді гарячого повітря при температурі близько 60 градусів Цельсія [3].

Піроліз. Цей спосіб може стати дешевим і не отруйним для довкілля прийомом знезараження відходів. Технологія піролізу полягає в незворотній хімічній зміні сміття під дією температури без доступу кисню [4].

Ерозія ґрунту. У степах або районах, де рельєф орних земель має нахил, для протидії вітровій і водній ерозії рекомендується застосовувати різноманітні технології мінімальної обробки ґрунту. Поверхнева обробка землі забезпечує накопичення рослинних залишків у поверхневому шарі ґрунту. Під час оранки

похилих полів корисним методом зменшення ризику ерозії є контурна оранка. Пожнивні залишки, що залишаються на поверхні, теж є чинником, завдяки якому мінімальна обробка ґрунту захищає землю від ерозії. Загалом, і рослини і їх залишки на поверхні ефективно уповільнюють швидкість руху як води на поверхні ґрунту, так і повітря над ним [2].

Багаторічні трави забезпечують найкращий захист, а зернові здатні помірно протистояти ерозії. Під час вирощування просапних культур (цукровий буряк, кукурудза), більша частина землі залишається непокритою, тобто ці культури дають гірший захист.

Природа довгий час «годувала» рослину органічними залишками, а не синтетичними сполуками (мінеральними добривами), які не притаманні ґрунтовому світові у природному їх походженні. Саме тому необхідним є повернення до природних правил ведення землеробства: вносити гній, компости, курячий послід, залучати іншу вторинну продукцію рослинництва, тобто приорювати солому та післяжнивно-кореневі рештки, а не спалювати їх, вирощувати і приорювати сидерати, а не вносити замість цього лише мінеральні добрива [3].

Світ змінюється і змінюється підхід до везення аграрного господарства. Саме зараз настав той час, коли слід попіклуватися про стан нашого навколишнього середовища, про наші природні ресурси та зберігти це все для майбутніх поколінь. Шляхами подолання, зазначених вище проблем ґрунтів України – є це перехід на органічне землеробство. Також можливим у наш час стає експлуатація внутрішньогосподарського комплексу з виробництва біогазу, що може також частково вирішити проблему деградації ґрунтів. Ті підприємства, які вже використовують якісні, безпечні та екологічно чисті органічні добрива (біодобрива) з побічних продуктів тваринного походження (курячого посліду) досягли значних успіхів у покращені якості ґрунтів.

Література

1. Баштанник М.П., Жемера Н.С., Киптенко Е.Н., Козленко Т.В. Стан забруднення атмосферного повітря над територією України. Наукова практика. Київ : ГМУ, 2014. 92 с.

1. Городній М.М. А.В. Бикін, А.Г. Сердюк. Агрохімічний аналіз. Київ : ДП «Арістей», 2007. 624 с.

2. Гаценко М. В. Компостування органічної речовини. Мікробіологічні аспекти. Сільськогосподарська мікробіологія. 2017. Вип. 19. 15 с.

3. Деградації ґрунтів одна із основних проблем Українських чорноземів. Платформа рішень для менеджерів природоохоронної діяльності. URL: https://ecolog-ua.com/articles/degradaciyi-gruntiv-odna-iz-osnovnyh-problem-ukrayinskyh-chornozemiv (дата звернення 15.01.2021 р.)

Заєць І.О.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

ЗНАЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАЇ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Агробізнес завжди займав провідні позиції в економіці всього світу. Земля з давніх часів об'єднувала та навпаки була приводом для війни між народами світу, багато століть тому й до сьогодення.

У сучасному світі розвиток агропромислового сектору в Україні є надзвичайно вагомим для багатьох країн-партнерів з розвинутою ринковою економікою. Земля українського народу завжди вважалася величезним скарбом і його надбанням. Не з чуток всім знайомі історії про золоті землі, які дивують своєю родючістю. Чорноземні ґрунти дають величезні врожаї різноманітних сільськогосподарських культур з початку літа і до кінця осені.

Новітні способи меліорації та хімізації, великий комплекс енергетичної забезпеченості та широкий спектр агротехнічних прийомів має у собі агропромисловий сектор України. Розгалужена інфраструктурна мережа та система науково-дослідницького постачання є міцною опорою для виробничої бази агропромислової сфери.

Україна має великі можливості для активного майбутнього цієї галузі, але у кожного її громадянина виникає питання: «Чому у великій аграрній державі, яка на перший погляд усіяна полями пшениці та соняшнику, немає достатньо забезпечення цими культурами власного люду за низькими цінами?» Відповідей на ці питання чимало, але які з них правдиві?

Звідси випливає перша масштабна проблема: кому належать землі України? Сімдесятьма відсотками володіють приватні власники, які усіма можливими способами намагаються відхилитися від сплати податків за землю, або зменшити їх цифри.

Поступово з першої проблеми виникає друга, які щільно пов'язані між собою. Для кожної людини в нашій країні відома система хабарництва та корупції. Нажаль, в нашій країні вона розвинута дуже активно. Жага до збагачення людей призводить до великого удару по арго-економіці України. Таким чином з державного бюджету країни утікає велика кількість грошей, спрямована до кишені приватних підприємців, органів, які займаються земельними питаннями та чиновників.

Але, не зважаючи на ці проблеми, агробізнес в нашій країні з кожним роком набирає чималі оберти. Наукові дослідження на теперішній момент мають низку позитивних результатів і представляють собою графік аграрного розвитку, який стрімко зростає. Вагомим є той факт, що за підсумками 2019 року ВВП України агропромислової галузі становить 14%.

У 2020 році показники розвитку агропромислового сектору є нижчими, так само як і більшості інших галузей економіки. Дійсно,головною причиною тому є пандемія COVID-19.

Так, згідно з Програмою стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19 «Економічне відновлення», розробленою Кабінетом Міністрів України, антикризові заходи в агросекторі повинні бути спрямовані на підвищення доступу до фінансів, ринків та удосконаленні регулювання (табл.1):

Таблиця 1

Заходи підвищення доступу до фінансів, ринків та удосконалення регулювання агросектору з зв'язку з необхідністю подолання наслідків COVID-19

Забезпечення безперебійної роботи сектору	*Додаткова підтримка виробників в умовах кризи*		
Мінімізація впливу пандемії	*Доступ до фінансів*	*Розумне регулювання*	*Доступ до ринків*
Пандемія COVID-19 вплинула не лише на виробництво продукції, але й на збут через обмеження каналів дистрибуції (зокрема відкриті ринки для домогосподарств) та експортних ринків для середнього та великого бізнесу. Наразі важливо мінімізувати вплив обмежень на логістику працівників, транспортування товарів та їх продаж через традиційні канали збуту, із дотриманням безпечних умов діяльності	Сільськогосподарські виробники страждають від застарілості та браку потужностей для переробки та зберігання продукції. Для вирішення цієї проблеми необхідно забезпечити їхній доступ до фінансів шляхом запровадження часткового відшкодування вартості та надання гарантій за кредитами на основні та оборотні засоби та підвищення ефективності державних субсидійних програм	Для довгострокового розвитку сектора та покращення інвестиційного клімату, необхідним є створення сприятливого регуляторного середовища для виробників. Для цього, розроблені антикризові заходи спрямовані на спрощення отримання адміністративних послуг, розроблення уніфікованої економічно обґрунтованої оцінки земельних ділянок сільськогосподарського призначення та вдосконалення законодавства в частині найму сезонних працівників	Для забезпечення безперебійного збуту сільськогосподарської продукції необхідно забезпечити доступ виробників до ринків шляхом налагодження каналів дистрибуції, покращення доступу до знань та послуг для підвищення ефективності виробництва та організації продажів, та сприяння розвитку окремих субсекторів (лісництво, риболовля, аквакультура)

Джерело: модифіковано за [1]

За даними Кабінету Міністрів України, агросектор займає ключову роль в економіці України, забезпечуючи в середньому 9% ВВП, 18% зайнятості суб'єктів господарювання та 6% податкових надходжень [1].

Не зважаючи на світову пандемію COVID-19, Україна залишається надійним торговельним партнером для інших країн та готова і надалі підтверджувати статус надійного гравця на міжнародних ринках сільгосппродукції. У 2019-2020 рр. Україна оновила рекорд з експорту зернових – 57,2 млн. тонн. Станом на 31.08.2020 Україна експортувала 7 млн. тонн зерна та борошна. Зокрема, пшениці експортовано майже 4,5 млн. тонн [2].

Саме через показники, наведені вище, вчені передбачають, що незабаром агропромисловість стане провідною галуззю української економіки. Іноземні інвестори охоче роблять капіталовкладення в агробізнес України, що позитивно впливає на нарощування внутрішньо-економічних темпів країни.

Завдяки цьому експорт сільськогосподарської продукції та харчової промисловості підвищується, що відіграє значну роль у розвитку національної економіки країни.

Ще одним важливим фактором є те, що наша держава є непереборним лідером з виробництва і продажу соняшникової олії, а друге місце посідають зернові культури.

Технічний розвиток в наш час не стоїть на місці, залишаючи слід в аграрній сфері також. Це питання потребує значної уваги і подальших досліджень у розробці інноваційних рішень для сільськогосподарської техніки. Чудовим рішенням стане впровадження економічних паливних двигунів та нержавіючої сталі відмінної якості.

У першу чергу потрібно звернути увагу на правові питання та обіг грошових коштів у нашій країні. Ця проблема повинна жорстоко каратися законом і конфіскацією майна.

Агробізнес в Україні являє собою велику можливість розвитку у всіх сферах життя її жителів. Сучасні тенденції розвитку агропромислового комплексу свідчать про те, що, з роками ця галузь буде квітнути, а інноваційні технології зроблять величезний крок вперед. Наша земля – це скарбниця нашого народу, цінності якої ми не маємо права загубити.

Література

1. Програма стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19 «Економічне відновлення». Кабінет Міністрів України. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/18%20-%20Department/18%20-%20PDF/07.2020/programa.pdf

2. Основні досягнення роботи Мінекономіки за останні півроку. Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=475d15a3-2a87-4db2-baca-e460766f50c4&title=OsnovniDosiagnenniaRobotiMinekonomikiZaOstanniPivroku

Затишняк О.В.[1], аспірантка
Черчель В.Ю.[1], доктор с/г наук
СатароваТ.М.[1], доктор біол. наук, професор
Стасів О.Ф.[2], кандидат економічних наук
Лазарєв Є. В.,[1]аспірант
[1]ДУ Інститут зернових культур НААН України
[2] Інститут сільського господарства Карпатського регіону НААН України

СЕЛЕКЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ КУКУРУДЗИ, СТІЙКИЙ ДО ЛЕТЮЧОЇ САЖКИ

Передумовами ефективного розвитку агробізнесу України є застосування сучасних технологій отримання високого і якісного врожаю. Створення якісного посівного матеріалу, стійкого до фітопатогенів, дозволяє зменшити хімізацію готової продукції та пестицидне навантаження на агроекосистеми. Така продукція є більш якісна, а рентабельність її отримання – вища.

Одним із лідерів серед зернових культур є кукурудза, яка за площею посівів займає третє місце в України. Збільшення площі цієї культури в сівозмінах призводить до погіршення фітосанітарного стану на полях і в підсумку негативно впливає на врожайність зерна та його якість. Вирощування кукурудзи на зерно відбувається в коротко ротаційних сівозмінах (2–3 роки) або в монокультурі, що зумовлює накопичення у ґрунті збудників хвороб [Марков І. Л., 2011; Татаринова В. І. та ін., 2015]. Найбільш згубними фітопатогенами кукурудзи є збудники фузаріозу, пухирчатої та летючої сажок.

Летюча сажка є одним з найбільш поширених захворювань кукурудзи в зонах Степу і Лісостепу. Збудником хвороби є гриб *Sphacelotheca reiliana,* який уражує рослину кукурудзи під час проростання насіння. Симптоми цієї хвороби проявляються, зазвичай, на генеративних органах – качанах і волоті [Alvarez-Cervantes et al., 2016; Ghareeb et al., 2019].

Головну роль у забезпеченні стійкості рослин до фітопатогенних чинників відіграють неспецифічні (морфологічні, анатомічні, фізіологічні і біохімічні) властивості [Иващенко В. Г., 2015]. Стійкість кукурудзи до летючої сажки, як і будь-яка інша ознака, значною мірою модифікується зовнішніми умовами, а також захисними особливостями рослин, життєздатністю та вірулентністю збудника, що спричиняє коливання ураженості рослин. Рослини, стійкі до збудника летючої сажки за одних умов, можуть бути чутливими за інших [Баранова В. В. та ін., 2012].

Основним засобом боротьби з ураженістю хворобами є пошук і створення імунних генотипів кукурудзи, які забезпечують толерантність до збудника за рахунок спадкової стійкості. Суттєві сподівання у цілеспрямованому пошуку стійких генотипів відводяться широкогеномній селекції, яка пов’язує алельний стан молекулярно-генетичних маркерів, які щільно вкривають геном, із фенотиповим проявом ознак [Wang et al., 2020].

Мета наших досліджень полягала в диференціації сучасного вихідного селекційного матеріалу кукурудзи за ураженістю збудником летючої сажки в умовах північного Степу України в 2018-2019 роках.

Матеріалом для дослідження слугували 28 перспективних ліній кукурудзи з колекції ДУ Інститут зернових культур НААН. Стійкість ліній кукурудзи до летючої сажки визначали під час вирощування рослин на штучному інфекційному фоні, який створювали шляхом передпосівного зараження кукурудзи спорами летючої сажки за В. Г. Юников (1969). Для проведення досліду на 40 насінин кожної лінії перед посівом було нанесено по 5 г спор гриба *S. reiliana.* Для поліпшення фіксації спор на поверхні зерно попередньо покривали тонким шаром метилцелюлозного клею.

Ураженість рослин летючою сажкою обліковували на інфекційному фоні в період збирання врожаю як відсоткове відношення кількості уражених рослин до загальної кількості рослин на ділянці. Як індикатор ураження використовували лінію Р354, відому своєю чутливістю до летючої сажки. Відповідно до отриманих результатів досліджень за рівнем ураження всі зразки були розподілені на чотири класи: 1 – стійкі (0% ураження), 2 – низької чутливості (до 10%), 3 – середньої чутливості (до 20%) та 4 – нестійкі до захворювання (понад 20%). Статистичний аналіз експериментальних даних виконували з використанням критерію Ст'юдента і рівнем значущості 0,05 [Brereton, 2007].

У 2018 році серед 28 досліджених ліній кукурудзи 11 (39,3%) виявили низьку чутливість до летючої сажки, 8 (28,6%) – середню, а 9 ліній (32,1%) були віднесені до категорії нестійких до цієї хвороби. До ліній з низькою чутливістю були віднесені такі зразки: ДК267МВ, ДК680МВ, ДК633325МВ, ДК3044, ДК3070, ДК231, ДК633266МВ, ДК742, ДК365, ДК247МВ та ДК239МВ; до ліній зі середньою чутливістю – ДК212МВ, ДК517МВ, ДК744, ДК777, ДК2064, ДК959, ДК129-4 та ДК367. Найчутливішою до летючої сажки у 2018 р. виявилася лінія Р354 (ураженість 68,7%), а як нестійкі лінії з Дніпровської селекційної програми зареєстровані ДК267/959, ДК257, ДК216, ДК315, ДК 4172, ДК2323, ДК276 та ДК4538.

У 2019 році в 42,9% досліджених ліній не було ознак патогенезу, викликаного *S. reiliana*, 21,4% ліній віднесено до зразків з низькою, 25% – зі середньою та 10,7% – з високою чутливістю. На таких стійких до *S. reiliana* лініях, як ДК267МВ, ДК680МВ, ДК633325МВ, ДК3044, ДК3070, ДК231, ДК633266МВ і ДК365 взагалі не виявлено ознак зараження. У 2019 р. не було ознак патогенезу і на рослинах зразківДК744, ДК959, ДК129-4 і ДК367, хоча попереднього року в цих ліній 19,3%, 12%, 18,3% і 20% рослин, відповідно, були заражені збудником летючої сажки. Дуже малий відсоток зараження у 2019 р. спостерігався і для ліній ДК315 (4,4%) і ДК276 (8,6%), тоді як у 2018 р. їхня ураженість становила, відповідно, 49% і 31,3%.

Розбіжність результатів по роках свідчить про залежність шкодо чинності збудника від погодних умов, зокрема, період вегетації 2019 р. виявився менш сприятливим для патогенезу гриба *S. reiliana* в рослинах, ніж 2018 рік.

За результатами двох років спостережень лініями кукурудзи з низькою чутливістю до летючої сажки визначено ДК267МВ, ДК680МВ, ДК633325МВ, ДК3044, ДК3070, ДК231, ДК633266МВ, ДК742, ДК365, ДК247МВ і ДК239МВ. Дані лінії рекомендовано використовувати в подальшій селекції кукурудзи на стійкість до фітопатогену.

Як неперспективні в селекції на стійкість кукурудзи до летючої сажки визначено лінії ДК267/959, ДК257, ДК216, ДК315, ДК4172, ДК2323, ДК276 і ДК4538, які за дворічними даними виявилися найбільш вразливими до *S. reiliana.*

Надалі виявлені чутливі та стійкі лінії кукурудзи будуть використані в ідентифікації молекулярних маркерів стійкості до летючої сажки. Роботи продовжуватимуться у напрямку маркер-асоційованої селекції на стійкість до *S. reiliana.*

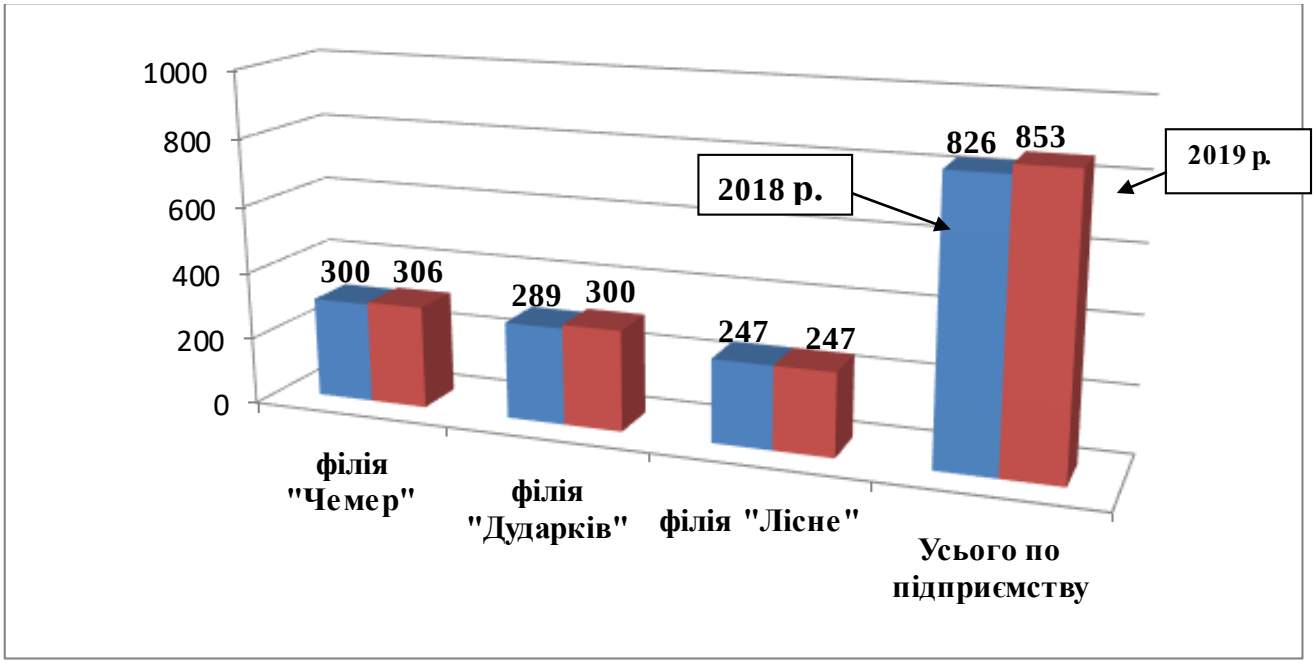
Література

1. Марков І. Л. Діагностуємо хвороби кукурудзи. *Агробізнес сьогодні*. 2011. №5 (204). С. 37-42.
2. Татаринова В. І., Рожкова Т. О., Бурдуланюк А. О., Василина М. І. Стійкість гібридів кукурудзи до сажкових хвороб. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2015. Вип. 9. С. 108-111.
3. Álvarez-Cervantes J., Hernández-Domínguez E. M., Tellez-Tellez M., et al. *Stenocarpella maydis* and *Sporisorium reilianum*: Two Pathogenic Fungi of Maize. *Fungal Pathogenicity (S. Sultan ed.).2016. P.*45–60. doi:10.5772/62662
4. Ghareeb H., ZhaoY., Schirawski, J. *Sporisorium reilianum* possesses a pool of effector proteins that modulate virulence on maize. *Mol Plant Pathol*. 2019. Vol. 20, No1. P.124–136. doi: 10.1111/mpp.12744
5. Иващенко В. Г. Болезни кукурузы: этиология, мониторинг и проблемы сортоустойчивости. СПб – Пушкин: *ФГБНУ Вестник защиты растений.* вып. 16. 2015. С. 286.
6. Баранова В. В., Петренкова В. П., Чернобай Л. М., Боровська І. Ю. Успадкування ознаки стійкості кукурудзи до збудника летючої сажки. *Селекція і насінництво.* 2012. (101). 123-130 с.
7. Wang B., Lin Z., Li X., et al. Genome-wide selection and genetic improvement during modern maize breeding. *Nat Genet*. 2020.Vol. 52. No6. P.565–571.doi: 10.1038/s41588-020-0616-3.
8. Юников В. Г. К изучению пыльной головни кукурузы в Воронежской области. *Сельскохозяйственная наука – производству*. Воронеж, 1969. С. 167-176.
9. Brereton R. G. Applied Chemometrics for Scientists. 2007.*Wiley*.Chichester, UK.

Іваненко Ф. В.
к.с.-г.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Іваненко В. Ф.
к.е.н.
НДІ «Украгропромпродуктивність»

ОПТИМІЗАЦІЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Україна щороку нарощує обсяги експорту зерна. У 2020 році на зовнішні ринки поставлено 57,2 млн. тонн зернових, зернобобових та борошна, що на 6,8 млн. тонн більше ніж минулого року. Основними експортними культурами залишаються кукурудза та пшениця, відповідно 30,3 та 20,5 млн. тонн. Позитивним зрушення у структурі експорту є збільшення обсягів реалізації переробленого зерна – 334,2 тис. тонн. Проблемним питанням залишається зменшення попиту на цей ресурс в Україні. Основною причиною зменшення попиту на зерно є щорічне зменшення поголів'я тварин, зокрема у скотарстві. За останні 20 років в Україні поголів'я великої рогатої худоби зменшилося у 5 разів. Стрімкими темпами зменшувалось і поголів'я корів. Зовсім інший підхід до управління виробничими ресурсами можна спостерігати на прикладі Державного підприємства «Чайка». Вже досить тривалий час у господарстві чисельність поголів'я великої рогатої худоби не зменшується, рис.1. Збереження чисельності корів спонукає господарство до залучення ресурсів рослинництва для розвитку кормової бази тваринництва.



У структурі товарної продукції молоко та інша продукція тваринництва в господарстві вже тривалий час (2015–20 рр.) становить 44–45 % (молоко 26,6 – 28%), що обумовлює необхідність використовувати зерно та іншу продукцію

рослинництва на кормові цілі. Позитивним фактором такого управління виробленими ресурсами є оптимізація посівних площ та екологічне спрямування у землекористуванні. Цілеспрямована племінна робота, інтенсивне вирощування молодняка забезпечили господарству формування тварин з рівнем продуктивності понад 8 т. молока за лактацію. Значна питома частка корів мають продуктивність 9–11 т. за лактацію. Цей генофонд представляє значну цінність для молочного скотарства України.

З врахуванням ступеня розораності сільськогосподарських угідь є доцільним розробка плану трансформації орних земельних в інші угіддя з метою їх більш раціонального використання. Високою вважається розораність, коли орні землі складають 60 і більше відсотків від сільськогосподарських угідь. Фактична розораність сільськогосподарських угідь в ДП «Чайка» суттєво перевищує рекомендовані норми. У господарстві може відбуватись трансформація сільськогосподарських земель з врахуванням потреби у кормах або змінами попиту на ринку для відповідного виду продукції. В філії «Дударків» налічується 300 корів, тому виходячи з рекомендацій, що для Лісостепу пасовищ має бути 0,4 га на одну голову[1], господарству слід використати 120 га для створення пасовищ. Підприємство 2016–20 рр. мало понад 300 голів молодняка, що потребує збільшення площі пасовищ на 60 га. Виходячи з наведених розрахунків є доцільним при трансформації земельних угідь збільшити пасовища на 180 га.

При оптимізації структури посівних площ у господарстві можна планувати зростання врожайності при запровадженні відповідних умов агротехніки. Врожайність сільськогосподарських культур по роках має значну динаміку змін. Це насамперед пов’язано з грунтово – кліматичними умовами, ефективністю застосування добрив, засобів захисту рослин. Підвищення врожайності сільськогосподарських культур досягається внесенням органічних, мінеральних добрив, правильним обробітком ґрунту, оптимізацією сівозміни. Тут треба мати на увазі, що вирощування кормових культур суттєво сприяє збереженню родючості ґрунтів.

Для визначення оптимальної частки культури в загальній потребі кормових культур доцільно застосовувати моделювання або рекомендовані норми їх співвідношення. Застосування моделі оптимізації раціонів годівлі тварин і розподілу кормових ресурсів забезпечуватиме досягнення конкурентних параметрів виробництва з мінімізацією площ посіву кормових культур в аграрних формуваннях, що спеціалізуються або планують відновлювати молочне скотарство[2]. Загальний баланс зерна визначається розрахунками за орендовану землю та іншими внутрігосподарськими потребами, табл. 1.

Таблиця 1.

Оптимізована структура посівних площ сільськогосподарських культур на перспективу, ДП «Чайка», філія «Дударків»

Сільсько-господарська культура	Вид продукції та її загальна потреба	Валова продукція*	Урожайність, ц/га	Посівна площа, га			% до орної землі після трансформації
				розрахункова	потреба коригування, +/-	скорегована площа	
Всього ріллі після трансформації – 1771га							*100*
пшениця озима	19178,9	21096,79	47,0	452,3	-47,53	387,9	21,9
ячмінь озимий	2682,7	2950,97	34,2	86,6	-5,22	79,53	4,49
Кукурудза на зерно	14060,7	15466,77	56,6	274,8	-31,01	232,8	13,15
овес	6619,6	7281,56	46,7	157,2	-20,39	129,6	7,32
соняшник	4112,8	4524,08	22,2	209,4	-43,39	150,6	8,5
горох	576,6	634,26	31,6	20,5	-2,23	17,48	0,99
вика та суміші	284,94	313,43	33,6	8,8	-0,2	8,6	0,49
гречка	27,5	30,25	2,4	13,3	-0,2	13,1	0,74
багаторічні трави	-	-	270,3	-	-	489	25,0
однорічні трави	-	-	115,5	-	-	196	10,0
кукурудза на силос	19840	27776	236,2	117,6	-15,95	96	5,42
Всього розрахункова площа - 1960,3 га							

**з врахуванням страх фонду і втрат при зберіганні (загальна потреба збільшується для зернових культур на 10%, для кукурудзи на силос – 40%, коренеплодів на 23%, картоплі на 13 %).*

За результатами скорегованої структури посівів доцільно розробити план розміщення культур в сівозміні господарства. Найбільш раціональним для ДП «Чайка» є розміщення озимих зернових та кукурудзи на зерно в сівозміні відповідно їх питомої частки у сівозміні по господарству в цілому. Дотримання науково обґрунтованих норм сівозміни сприяє підвищенню продуктивності сільськогосподарських культур, забезпечує збереження родючості ґрунтів та екологічну стабільність.

Література

1. Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах в різних природно-сільськогосподарських регіонах: Постанова Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2010 р. № 164. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/164-2010-п

2. Калінчик М.В., Алексєєнко І.М., Лисенко К.О. Оптимізація раціонів годівлі корів як основний чинник конкурентоспроможності галузі молочного скотарства // Агросвіт.– 2013.– №1. – С. 9– 14.

Козлова О.П.
к.с.г. наук доцент кафедри рослинництва
та агроінженерії
Херсонський державний аграрно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У САДІВНИЦТВІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ АГРОБІЗНЕС НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

Садівництво – це одна з найперспективніших галузей сільського господарства. Саме в умовах активізації євроінтеграційної політики держави розкриваються значні можливості закріплення суб'єктами господарювання на рівноправних позиціях частки світового агропродовольчого ринку [1,с.6]. Це спонукає виробників до розвитку інноваційних напрямів, здатних забезпечувати конкурентоспроможність продукції на міжнародних ринках. Зважаючи на агрокліматичний і ресурсний потенціал України, до експортоорієнтованого напряму, крім традиційних, можна віднести виробництво та реалізацію конкурентоспроможних видів плодово-ягідної продукції, обсяги споживання яких у світі постійно зростають.

Основною передумовою високої продуктивності насаджень плодових і ягідних культур (12,3-24,7 т/га) тут було застосування інноваційно-інтенсивних технологій та належне їх ресурсне та фінансове забезпечення (виробничі витрати на 1 га – 7,5-17,7 тис. грн). Завдяки чому прибуток на 1 га становив 12,1-18,5 тис. грн, а рівень рентабельності – 114,2-193,6 % [2,с.60].

Система ведення інтенсивного садівництва охоплює широке коло організаційно-економічних і технологічних чинників. Основою інтенсифікації галузі є науково-технічний прогрес, що включає такі групи факторів: біологічні (сортопідщепні комбінування), технологічні (конструкції насаджень), технічні (засоби механізації), організаційні.

Метою нашого дослідження є процеси росту і розвитку, адаптаційна та репродуктивна здатність, успішність інтродукції, біоекологічні особливості, перспективи культивування хурми в умовах Південного степу України.

Diospyros – листопадне дерево до 5-7 м заввишки з пірамідальною кроною. Стовбур та старі пагони рослини сірого кольору, кора з тріщинами, які утворюють густу сітку. Кора молодих пагонів світло-сіра, більш-менш гладенька. Однорічні пагони світло-зелені вкриті цятками, гладенькі. За один вегетаційний період хурма утворює пагони другого порядку, внаслідок цього швидко формується крона рослини. Листки прості, черешкові, цілісні, різної форми – видовжені, еліптичні, загострені біля верхівки, опушені. Верхня частина листка темно-зелена, нижня – світло-зелена [3, с.45].

Успіх інтродукції хурми гібридної насамперед визначається стійкістю до комплексу несприятливих факторів в осінньо-зимовий період, передусім до низьких температур. Для екзотів, яким є і хурма, рівень зимостійкості зумовлює можливість та перспективність інтродукції. Візуальні спостереження свідчать, що рослини хурми гібридної в умовах Південного степу України є зимостійкими. За нашими дослідження всі сорти хурми готувались на зимовий період: у вересні

проводили вологозарядку усіх сортів; мульчували прикореневі зони (солома); укривались рослини агроволокном з жовтня по березень. Згідно проведених агротехнічних заходів шкала оцінок зимостійкості мала наступний вигляд (рис. 1).

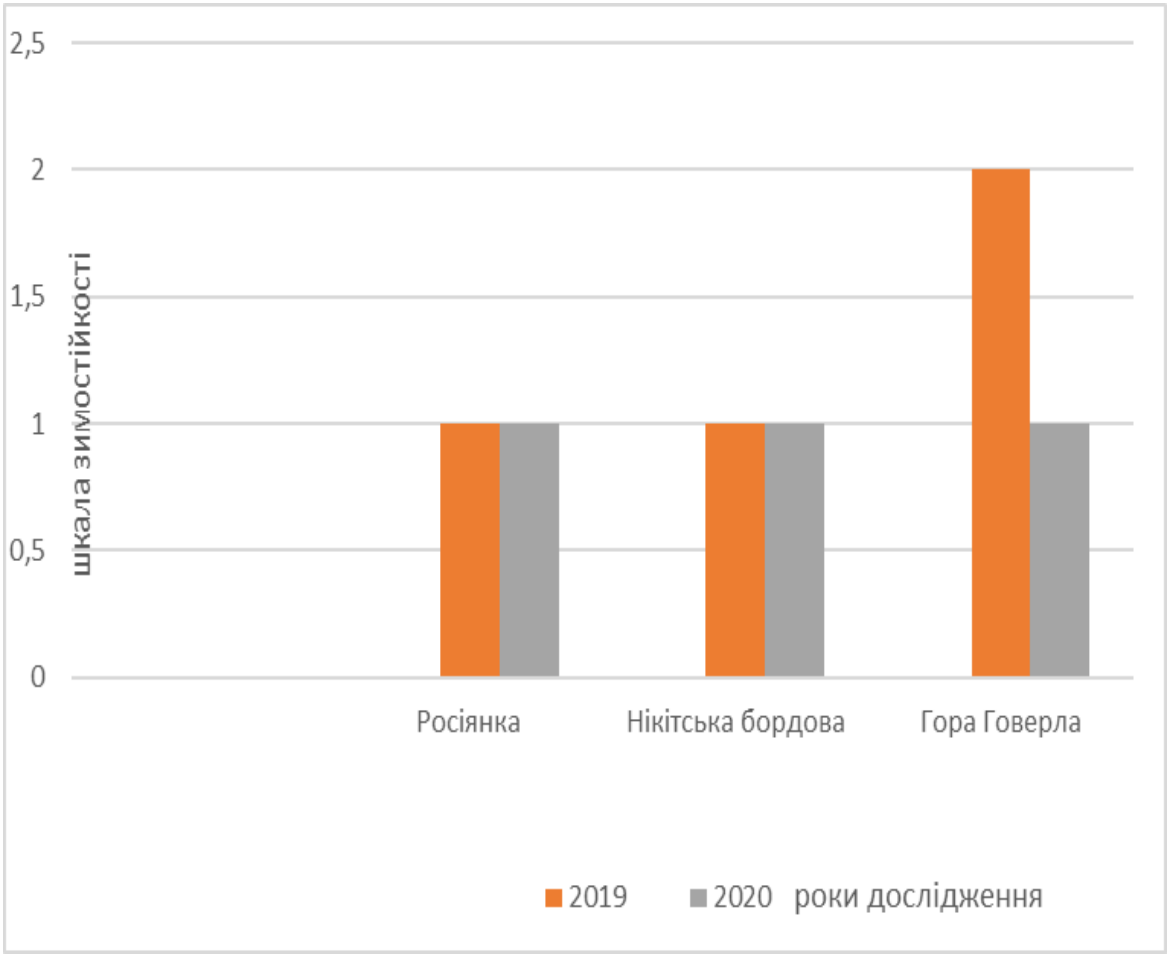


Рис. 1 Шкала зимостійкості хурми гібридної за роки дослідження

Для оцінки зимостійкості деревних рослин інтродуктори використовували 8 бальну шкалу, запропоновану С.Я. Соколовим, згідно представленої методики та спостереженням, агротехнічні заходи які застосовувались дали хороший результат і високий показник перезимівлі представлених зразків.

Біологічна цінність плодів хурми в значній мірі обумовлюється наявністю вітаміну С - сильного антиоксиданту. Кількість його, в досвідчених генотипах виявилося таким, що при регулярному включенні в раціон плодів Гора Говерла, Нікітська бордова і Гора Говерла можна заповнювати добову потребу у вітаміні С дорослої людини (50 - 100 мг на добу). Це важливо, тому що недостатнє задоволення у вітаміні С відчуває 50% населення України. Найбільш багатими вітаміном С виявилися плоди сорту Нікітська бордова - 14,5 мг

Проведені дослідження є лише початковими у вивченні малопоширенних плодових культур на півдні України. На території Херсонського державного агарано-економічного університету закладено нішевий розсадник який містить :хурму гібридну, унабі, смоковницю, дерен та гумі.

Проведена нами оцінка перезимівлі видів і сортів хурми, що інтродуковані в Херсонському державному агарано-економічному університеті, свідчать про значний адаптаційний потенціал перспективність їх впровадження в умовах Південного степу України.

За морфологічними дослідження хурма є придатною для вирощування у цій кліматичній зоні, але потребує додаткових заходів захисту від морозів та зрошення.

Література

1. Гринник І.В. Перспективи вирощування малопоширених плодово-ягідних культур в сучасному садівництві.- Досягнення та концептуалні напрямки вирощування малопоширених плодових культур та переробки їх сировини(Збірник конференцій) К.-2019р.

2. Л.О. Барабаш, Інтенсифікація садівництва на інноваційній основі.- Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки №4 2010

3. Меженський В.М., Меженська Л.О. М43 Малопоширені плодові культури: Навчальний посібник/В.М. Меженський, Л.О. Меженська. – К.: ЦП "Компринт", 2016. – 544.

Кудлай В.Г.
к.е.н, доцент
Київський національний економічний університет ім.Вадима Гетьмана

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

В динамічних умовах розвитку економіки України досить актуальним і важливим є поступальний рух агропромислового комплексу, оскільки він виконує надважливу задачу у забезпеченні населення країни якісними і доступними продуктами харчування. Варто зазначити, що за розрахунками вчених, попит на продукти харчування до 2050 року зросте на 70%. [1]. Ця глобальна світова тенденція є однією з сприятливих можливостей і повинна бути обов'язкова врахована при розбудові стратегії розвитку вітчизняного агропромислового комплексу.

Мета наукового дослідження – висвітлити ключові передумови функціонування та розвитку вітчизняного агропромислового комплексу, розглянути особливості трансформаційних процесів в галузі, дослідити причинно-наслідкові зв'язки сучасного стану агропромислового комплексу України, а також здійснити спробу окреслити стратегічні орієнтири розвитку аграрного сектора. Вагомий внесок у дослідження окреслених питань внесли відомі вчені-аграрники: Андрійчук В.Г., Дем'яненко С.І., Єранкін О.О., Кропивко М.Ф., Кудлай В.Г., Лузан Ю.Я., Лупенко Ю.О. Незважаючи на великий доробок в цій царині питання розбудови стратегічного напрямку розвитку агропромислового комплексу України є важливим і актуальним в контексті сучасних світових трансформаційних процесів.

На наше глибоке переконання, безальтернативним вектором розвитку агробізнесу є стійка тенденція до розбудови відкритого і прозорого бізнес - середовища для всіх організаційно-правових форм господарювання, незалежно від розміру підприємства та створення висококонкурентного аграрного виробництва з метою підвищення соціально-економічного розвитку й забезпечення продовольчої безпеки країни.[3]

При плануванні стратегічних векторів розвитку вітчизняного агропромислового комплексу потрібно також врахувати важливий світовий тренд, який характерний для споживачів розвинутих економік світу, що пов'язаний із зміною структури раціону споживання. Так, можна констатувати, що відбувається зростання частки споживання продуктів харчування з підвищеним вмістом білку та вітамінів. В той же час споживачі, які дотримуються принципів здорового способу життя і здорового харчування, прагнуть обмежити споживання харчових продуктів з високим вмістом жиру, вуглеводів. Ще один світовий тренд – це переорієнтація споживачів з високим рівнем доходу на споживання органічних продуктів, а також зменшення споживання харчових продуктів тваринного походження. [1]

Варто зазначити, що важлива місія агропромислового комплексу України пов'язана не лише із забезпечення продовольчої, а й енергетичної, екологічної,

соціальної безпеки держави. Не можна не погодитись із бюджетоутворюючою компонентою агропромислового комплексу. Так, в умовах посилання глобалізаційних та інтеграційних зв'язків агропромисловий комплекс України відіграє ключову роль в експортній політиці країни. Так, за підсумками 2019 року майже 46% валютних надходжень надійшли від експорту аграрної продукції, що склали 22,4 млрд дол. При цьому вітчизняний експорт аграрної продукції побив рекордні показники 2018 року на 3,6 млрд дол. Таким чином, Україні вдалось другий рік поспіль оновити історичний рекорд аграрного експорту. [4]

Рекордні обсяги експорту у 2019 році зафіксовані стосовно зернових культур, а саме 56,7 млн тонн, а також в експорті соняшникової олії, а саме 6,1 млн тонн. Аналіз структури експорту аграрної продукції свідчить про лідируючі позиції зернових й олійних культур. Варто зазначити, що в структурі переважає саме продукція рослинного походження, яка займає майже 55% загального обсягу вітчизняного аграрного експорту.

Цілком слушною є думка, що вибір стратегічних орієнтирів розвитку агропромислового комплексу України має відбуватись із врахуванням не лише загальностратегічних інтересів держави, а й після прискіпливого вивчення і аналізу потреб, інтересів сільських мешканців і працівників підприємств агропромислового комплексу. При проектуванні магістральних напрямків розвитку агропромислового комплексу країни, регіону необхідно забезпечити якнайширшу участь представників сільських громад, на території яких безпосередньо відбувається функціонування агропромислового виробництва.

Серед актуальних напрямків розвитку агропромислового комплексу варто виокремити стимулювання і підтримку самозайнятості сільських мешканців шляхом розширення підприємницької діяльності, надання дорадчої допомоги у розширенні виробничої і обслуговуючої кооперації, виробництві нішевих аграрних продуктів та з високою доданою вартістю, консультування у здійсненні експортної діяльно. [5]

В цьому аспекті важливим є орієнтація на активізацію самозайнятості сільського населення у сфері агробізнесу, розвиток практики обслуговуючої кооперації в сільській місцевості, підтримку виробництва нішевих видів аграрної продукції, розвиток аграрного дорадництва та сфери надання сільськогосподарських послуг, деконцентрацію виробничих потужностей в аграрному секторі економіки. [7]

Отже, важливою і невід'ємною складовою стратегії агропромислового комплексу України є забезпечення збалансованого розвитку аграрного виробництва і соціального розвитку сільських громад, осучаснення соціальної та виробничої інфраструктури села, всебічне надання організаційної і інформаційної підтримки новоствореним аграрним підприємствам.

Важливим стратегічним напрямком є посилення державної фінансової підтримки фермерських господарств, малих сільгоспвиробників, які орієнтовані на розширення локальних і зовнішніх аграрних ринків, займаються виробництвом тваринницької продукції, садівництвом, виноградарством, картоплярством, хмелярством.

Щоб утримати та посилити лідируюче становище у вітчизняній та світовій економіці, розвиток агропромислового комплексу України повинен базуватись на всебічному використанні інновацій на всіх ланцюжках бізнес-процесів. Інноваційний розвиток аграрного виробництва беззаперечно сприятиме підвищенню ефективності підприємств агропромислового комплексу та зміцненню конкурентних позицій на світовому ринку.

Ми повністю погоджуємося з думкою фахівців, які вважають, що диджитал-технології в агропромисловому комплексі є магістральним напрямком розвитку і направлені на:

- оптимізацію роботи підприємства та підвищення продуктивності праці персоналу;
- скорочення витрат часу на виконання рутинних операцій;
- управління і мінімізацію ризиків при здійсненні бізнес-процесів;
- підвищення якості, оптимізації асортименту виробленої продукції та збільшення терміну її зберігання;
- проведення детального аналізу поточної та планування перспективної діяльності підприємства. [2]

Зауважимо, що досить важливим при обґрунтуванні стратегічних векторів розвитку агромислового комплексу країни є вивчення досвіду і кращих практик економік світу. Так, важливо при формуванні і моделюванні стратегічних напрямків не упустити екологічну складову та контролювати і зменшувати негативне екологічне навантаження підприємств агропромислового комплексу. Серед актуальних загроз і ризиків потрібно виокремити зміни кліматичних і природних умов, які призводять до зміни галузевої структури аграрного виробництва.

Отже, оцінюючи і аналізуючи вищезазначені погляди, вважаємо за необхідне у здійсненні систематичних наукових пошуків у даному напрямку.

Література

1. Кудлай В.Г. Експорт української агропродукції: стан та перспективи // Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалііі і виклики: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м.Мукачево, 18-19 квітня 2019 р.). – Мукачево: МДУ, 2019. – С.73-75

2. Кудлай В.Г. Інновації - філософія сучасного ведення бізнесу в агропромисловому комплексі України // Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку // матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції (25-26 квітня 2019 р., м. Херсон) .- С.39-41.

3. Кудлай В.Г. Сучасні тренди розвитку великих агропромислових формувань // Стратегічні пріоритети розвитку аграрних формувань: аналітико-прогнозні тренди»: колективна монографія/За заг. ред. ВК Савчука,-К.: ЦП «Компринт.

4. Україна експортувала продуктів АПК на рекордні майже $22,5 млрд в 2019 році [Електронний ресурс].- Режим

доступу://https://mind.ua/news/20207895-ukrayina-eksportuvala-produktiv-apk-na-rekordni-majzhe-225-mlrd-v-2019-roci

5. Урба С. І. Аграрний сектор у системі забезпечення економічної безпеки України: проблеми теорії та практики : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 434 с

6. Урба С. І. Роль аграрного сектора у забезпеченні економічної безпеки держави // Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку в умовах інституційних перетворень глобального середовища: матеріали VIII Міжнар. 550 наук.-практ. конф. (Одеса, 28–29 вересня 2018 р.). Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2018. С. 176–179

7. Урба С. І. Інструменти реалізації експортного потенціалу аграрного сектора в контексті зміцнення зовнішньоекономічної безпеки України // Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 12 липня 2019 р.). Полтава : ЦФЕНД, 2019. Ч. 1. С. 29–30.

Кушнірук В.С.
к.е.н., доцент
Миколаївський національний аграрний університет

АГРОБІЗНЕС ЯК СИРОВИННА БАЗА ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Сільське господарство відіграє важливу роль у підвищенні добробуту населення, забезпеченні його продуктами харчування, а промисловості – сировиною. У 2019р. обсяг виробництва продукції сільського господарства складав 25976,4 млн. грн (у постійних цінах 2016р.), що на 7,0% більше, ніж у 2018р. та на 11,9% – ніж у 2015р. Більше половини фонду споживання основних продуктів харчування формується за рахунок рослинницької галузі.

У 2019р. обсяг продукції рослинництва (у постійних цінах 2016р.) складав 23024,0 млн. грн, що на 1722,9 млн. грн (на 8,1%) більше в порівнянні з 2018р., та на 3101,6 млн. грн (на 15,6%) – ніж у 2015р.

У 2019р. хліборобам Миколаївщини вдалося отримати вагомий врожай зернових культур, який поправу можна назвати рекордним. Внесок Миколаївської області у загальнодержавне виробництво зерна в 2019р. складав Господарствами усіх категорій зібрано 3137,9 тис.т зерна (у масі після доробки), що на 17,4% більше ніж у 2018р., та на 8,3% – ніж у 2015р. На формування врожаю зернових культур у минулому році суттєво вплинуло нарощення виробництва у порівнянні з 2018р., насамперед, ячменю (на 43,1%) та пшениці (на 17,2%).

У структурі виробництва зернових 51,1% припадало у 2019р. на продовольчі культури (1604,6 тис.т). Фуражного зерна зібрано 1533,3 тис.т (48,9%). Питома вага продовольчих зернових культур у порівнянні з 2018р. скоротилася на 0,1 в.п., а частка фуражних – відповідно зросла на 0,1 в.п. Провідною культурою серед продовольчих є пшениця. У 2019р. господарствами усіх категорій зібрано 1591,2 тис.т цієї культури, що на 233,2 тис.т (на 17,2%) більше ніж у попередньому році. Майже третина (32,2%) загальнообласного валового збору пшениці в підприємствах забезпечено господарствами Первомайського, Снігурівського, Миколаївського та Веселинівського районів.

Найбільш популярним представником олійної групи технічних культур, безперечно, залишається соняшник. Валовий збір цієї культури склав 1063,4 тис.т, що на 2,2% менше, ніж у 2018р., та водночас на 13,3% більше рівня 2015р. Найбільш вагомий внесок у загальнообласний ужинок в підприємствах належить господарствам Баштанського, Первомайського, Єланецького, Казанківського, Миколаївського та Вознесенського районів (6,3–8,0%). Серед регіонів держави по обсягах валового збору насіння соняшнику Миколаївщина вже другий рік поспіль займала четверту позицію. Загальне виробництво овочів зменшилося проти попереднього року на 7,2% та становило 478,5 тис.т. Найбільшу частку у структурі виробництва овочів відкритого та закритого ґрунту в господарствах усіх категорій займали помідори – 58,5%, чільне місце належить цибулі на ріпку

(10,2%), огіркам (5,3%), буряку столовому (5,0%), моркві (4,3%) та капусті

Товаровиробниками області вирощено 28,0 тис.т плодів та ягід, на 34,1% менше, ніж у 2018р. та на 21,3% – ніж у 2015р. Структура виробництва за видами наступна: на кісточкові культури припадало 45,9%, зерняткові – 36,6%, горіхоплідні – 14,6%, ягідники – 2,9%.

Виробництво харчових продуктів, напоїв – одна з найбільш впливових галузей промисловості Миколаївської області. У 2019р. обсяг продукції галузі був найвагомішим та склав 20,2 млрд. грн, або 32,6% від загальнообласного обсягу реалізованої промислової продукції, і 3,8% від державного обсягу.

За видами діяльності вагомі частки в обсязі реалізованої продукції галузі торік складали виробництво напоїв – 31,1%, молочних продуктів – 29,6%, з перероблення та консервування фруктів та овочів – 24,3% (табл. 1).

Таблиця 1

Структура обсягу реалізованої промислової продукції та індекси промислової продукції у виробництві харчових продуктів, напоїв в Миколаївській області [1]

Промислова продукція	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу у 2019 році			Індекси промислової продукції	
	тис. грн	у % до загального обсягу	2018 рік	2019 у % до 2018	2018 у % до 2017
Виробництво харчових продуктів, напоїв	20226102,1	100,0	100,0	104,1	100,9
Виробництво м'яса та м'ясних продуктів	71100,9	0,4	0,5	89,3	79,8
Перероблення та консервування риби	19733,7	0,1	0,1	81,3	82,2
Перероблення та консервування фруктів та овочів	4916879,5	24,3	21,9	98,7	102,2
Виробництво олії та тваринних жирів	1719850,7	8,5	7,3	111,7	99,7
Виробництво молочних продуктів	5991335,1	29,6	32,4	95,7	105,7
Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів	68566,4	0,3	0,4	88,1	80,0
Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	633325,6	3,1	3,2	97,4	92,5
Виробництво інших харчових продуктів	511651,2	2,5	3,8	85,4	53,2
Виробництво готових кормів для тварин	11093,2	0,1	0,0	182,1	92,6
Виробництво напоїв	6282565,8	31,1	30,4	104,5	110,2

У 2019р. у виробництві харчових продуктів і напоїв обсяг продукції зріс на 4,1% порівнюючи з 2018р. У цілому по Україні у виробництві харчових

продуктів, напоїв та тютюнових виробів приріст склав 3,3%. За величиною індексу промислової продукції Миколаївська область за результатами 2019р. посіла 7 місце серед регіонів України. Нарощення випуску продукції зафіксовано на підприємствах з виробництва напоїв на 4,5%.

На підприємствах з виробництва олії та тваринних жирів приріст виробництва склав 11,7%. Виробництво нерафінованої соняшникової олії збільшилось на 11,4%, нерафінованої соєвої олії – на 63,9%.

У виробництві продуктів борошномельно-круп'яної промисловості випуск продукції скоротився на 11,9%. Менше вироблено подрібненої кукурудзи – на 87,8%, ячменю (ядер, подрібненого) – на 80,4%, пшеничного чи пшенично-житнього борошна – на 11,5%. Разом з тим, нарощено виробництво круп та борошна грубого помелу з м'якої пшениці і полби – на 17,6%, пшона (ядер) – у 2 рази.

У виробництві м'яса та м'ясних продуктів обсяг скоротився на 10,7%. Менше випущено свіжої чи охолодженої свинини – на 34,5%, свіжої чи охолодженої яловичини і телятини – на 10,5%, замороженої яловичини і телятини – на 8,8%, ковбасних виробів та подібних продуктів з м'яса – на 5,2%. Проте, більше вироблено замороженої свинини – на 27,5%.

Отже, галузь рослинництва в Миколаївській області формує великі обсяги сировинної продукції для харчової промисловості, яка представлена зерновими, технічними, овочевими та плодово-ягідними культурами. Впродовж 2019р. підприємствами області було реалізовано власно виробленої аграрної продукції на суму 14307,3 млн. грн, з якої вартість продукції рослинництва становила 13544,6 млн. грн (94,7% загальної виручки), відповідно тваринництва – 762,7 млн. грн (5,3%). При цьому у 2019р. обсяг продукції з виробництва харчових продуктів та напоїв склав 20,2 млрд. грн, або 32,6% від загальнообласного обсягу реалізованої промислової продукції і 3,8% від державного обсягу. Це говорить про те, що необхідно менше експортувати агарної продукції у вигляді сировини, а більше переробляти та створювати замкнутий цикл виробництва. Слід також відмітити про те, що у 2019р. у розвиток промисловості спрямовано 4,2 млрд. грн капітальних інвестицій, або 33,9% від загальнообласного обсягу вкладень, що відповідає 1 місцю серед галузей області. Частка області в обсязі капітальних інвестицій у промисловості України у 2019р. склала 1,8%. При цьому найвища інвестиційна активність спостерігалась на підприємствах з виробництва харчових продуктів та напоїв, якими освоєно 3,2 млрд. грн капітальних інвестицій (76,2% від їх обсягу у промисловості).

Література

1. Статистичний збірник «Сільське господарство Миколаївської області у 2019 році» / [за ред. О.Г. Ковалюк]. – Миколаїв: Головне управління статистики у Миколаївській області, 2020. –190 с.

2. Кушнірук В.С., Сирцева С.В., Самойленко Ю.В. Тенденції розвитку промислового виробництва харчових продуктів: регіональний аспект. Modern Economics. 2020. № 19(2020). С. 101-107. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V19(2020)-17.

Лаврова В.М.
студентка
Запорізький національний університет
Гуржій Н.М.
проф.. д.е.н., доц.
Запорізький національний університет

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В АГРОБІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Значною перешкодою для ефективного державного управління розвитком сільських територій в Україні є загрозливі масштаби тіньової економіки в агробізнесі. На жаль, з метою зменшення витрат та збільшення прибутку багато вітчизняних фермерів та пересічних селян заробляють гроші певною мірою нелегально. В даний час неможливо провести навіть об'єктивний аналіз соціально-економічного стану аграрного бізнесу в Україні без урахування частки економіки галузі, яка знаходиться в тіні. Економічна система не може ефективно працювати, якщо частина валового національного продукту, яка не відображається у звітності та офіційній статистиці, перевищує 30% [3].

За різними оцінками, від 10 відсотків до приблизно третини вітчизняного агробізнесу сьогодні перебуває в тіні, що призводить, зокрема, до занепаду сільських районів. У той же час існує ситуація, коли вони намагаються залучити більше грошей від нелегального бізнесу, замість того, щоб боротися з ним. Ще однією причиною тінізації в агробізнесі є звичка "обманювати за звичкою" - наприклад, податок зменшили, але працівникам платили в конвертах і видавали. Часто рівень тінізації показує, наскільки бізнес покладається на державу, чи прийнятний рівень оподаткування, чи є позики та наскільки ефективні економічні стимули для офіційної зайнятості. За даними Мінекономрозвитку, в даний час найменш у тіні сільське, лісове та рибне господарство (10%), найбільша тінь у фінансовій та страховій діяльності (51%), гірничодобувній галузі (50%) та нерухомості (47%) [1].

Головною особливістю тіньової економіки в агробізнесі в Україні є те, що вона невіддільна від легальної та пов'язана з діяльністю, яка не є незаконною - виробництвом сільськогосподарської продукції. Тіньова економіка мікроагробізнесу об'єднує всі види економічної діяльності підприємств та громадян, які не відображаються в офіційній статистиці, тобто офіційно не реєструються, а тому охоплюють багато прояв "тіньової" активності виробничо-господарських структур.

В агробізнесі можна виділити такі основні складові тіньової економіки: 1) неформальна економіка - діяльність домогосподарств, які виробляють та споживають сільськогосподарську продукцію власного виробництва чи галузевих послуг для власних потреб чи потреб своїх сімей; 2) кримінальна економіка - незаконне виробництво та продаж товарів (наркотичні рослини) та послуг, заборонених законом (наприклад, корупційні злочини). Найпоширенішими в агробізнесі сьогодні є злочини, пов'язані із землею, злочини проти ділових норм, злочини, які перешкоджають законній

підприємницькій діяльності та інші; 3) підпільна економіка - незаконне виробництво та продаж законних товарів без їх документування та / або реєстрації підприємницької діяльності. Прихована ("сіра") тіньова економіка - це цілком прийнятна економічна діяльність, пов'язана з виробництвом легальних товарів та наданням юридичних послуг (оренда тощо), яка частково не враховується офіційною статистикою і, відповідно, є прихований від оподаткування.

Основними проявами тіньової економіки в агробізнесі є: нелегальна зайнятість та заробітна плата; касові операції, які не обліковуються; незаконні зовнішньоекономічні операції; виготовлення та продаж неврахованої продукції; продаж продукції за зниженими цінами; збільшення витрат через завищення вартості придбаних товарів тощо. Ці прояви найбільш помітні або в умовах високої інфляції, або в період фінансового оздоровлення та загальної економічної безпеки після значних фінансових руйнувань, включаючи кризу останніх років . Вони руйнують інвестиційний потенціал агробізнесу, його інновації, спустошують державний бюджет та руйнують стабільність податкової, грошової та фінансової системи. Збільшення розміру тіньової економіки в агробізнесі призводить до зменшення державних доходів, що, в свою чергу, знижує якість державного управління.

Основними факторами поширення тіньової економіки в агробізнесі в Україні є:

-неефективне державне регулювання господарської діяльності, слабке та довільне забезпечення законів та нормативних актів правовими санкціями;

-зменшення офіційних джерел ресурсної та фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств;

-значне податкове навантаження на аграрний сектор на тлі високих витрат на запозичення (на даний час загальна ставка податку в Україні за даними Світового банку становить 37,8%, що відповідає рівню багатьох інших країн, але українці сприймають його як високий);

-порушення прав певних суб’єктів господарських відносин в результаті корупційної практики, що зменшує основу для розширеного відтворення одних суб’єктів на користь інших;

-порушення антимонопольного законодавства;

- несприятлива ситуація на деяких зарубіжних товарних ринках внутрішнього експорту продовольства;

-зменшення внутрішнього попиту на вітчизняну продукцію рослинництва та тваринництва, що програє конкурентам у боротьбі з дешевшими імпортованими аналогами;

-збільшення собівартості імпортної сировини (насіння, засоби захисту рослин, добрива тощо) внаслідок девальвації національної валюти та запровадження додаткових ввізних мит;

Детінізація українського аграрного бізнесу можлива лише в тому випадку, якщо економіка ліквідує перераховані вище фактори, що негативно впливають на економіку, та всебічну економічну реформу шляхом реформування податкової системи, вдосконалення фінансово-кредитної системи, зупинки

відтоку капіталу за кордон, зменшення небанківської пропозиція грошей. Узагальнюючи думки експертів, варто виділити найефективніші заходи боротьби з тіньовою економікою в аграрному секторі України:

1) підтримка тенденції економічного зростання на тлі макроекономічної стабільності;

2) створення економічних умов, які дозволять компаніям працювати прибутково і розвиватися в реальному секторі;

3) антикорупційні заходи.

4) створення рівних правил конкуренції для всіх суб'єктів на внутрішньому ринку, регулювання привілеїв та преференцій або інших важелів, що створюють бар'єри для виходу на ринок;

5) доопрацювання антимонопольного законодавства,

6) запобігання знеціненню затрат праці у сільському господарстві;

7) підвищення рівня заробітної плати в економіці, що збільшить купівельну спроможність населення та стимулює споживчу активність та роздрібну торгівлю;

8) поліпшення ділового клімату при збереженні відносної стабільності цін і курсів валют, що сприяє зміцненню довіри інвесторів до вітчизняної економіки.

Методи боротьби з тіньовою економікою в агробізнесі не повинні обмежуватися каральними санкціями за порушення заборони. Для боротьби з тіньовою економікою в агробізнесі України потрібно було просто механічно копіювати та використовувати досвід інших країн, але усувати причини, що породжують це, а не наслідки. Якщо підприємцям буде вигідніше працювати легально, ніж нелегально, це буде найголовніший мотивом до того, щоб вивести свої обороти з тіньової сфери. Крім того, боротьба з тіньовою економікою буде малоефективною, якщо одночасно з нею не проводити боротьбу з корупцією. Також треба враховувати, що виведення агробізнесу з тіні, перерозподільний процес викличе незадоволення значної частини селян. Тому успіх боротьби з тіньовою економікою можливий лише за умови свідомої масової підтримки цієї боротьби в суспільстві, а це, у свою чергу, можливо досягти тільки при наявності високого рівня довіри до державних інститутів влади та низького рівня корупції

Література

1. Букатюк У. 40% діяльності українців заховано в сутінках. Чому тіньова економіка – це не так вже й страшно URL: http://news.finance.ua/ua/news/-/414245/40-diyalnosti-ukrayi ntsiv-zahovano-v-sutinkah-chomu-tinova-ekonomika-tse-ne-tak-vzhe-j-strashno (дата звернення: 24.01.2021)

2. Загальні тенденцій тіньової економіки в Україні у 2016 р. URL: http://me.gov.ua/ Documents/Download?id =03bb37c9-4771-43ab-b2a9-821009f0f407 (дата звернення: 24.01.2021)

3. Скорук О.В. Тіньова економіка: сутність, причини виникнення та шляхи подолання. URL: http://www.economy andsociety.in.ua/journal/11_ukr/20.pdf (дата звернення: 24.01.2021)

Лісова Т.С.
студентка
Запорізький національний університет
Долгополов А.О.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н, доцент
Запорізький національний університет

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Сьогодні проблема продовольчої та фінансової кризи стоїть дуже гостро у всьому світі. Спричинені цим швидкі зміни економічної ситуації в Україні вимагають посилення уваги до харчової промисловості, зокрема, до ринку м'яса та м'ясопродуктів. М'ясна промисловість в України як галузь харчової промисловості відіграє велику роль. Сюди відносяться підприємства, які здійснюють заготівлю та забій худоби, птиці, кролів, виготовляють м'ясо, ковбасні вироби, м'ясні консерви, напівфабрикати. Частка м'ясної промисловості у загальному обсязі реалізованої продукції харчової промисловості складає 15 %. За вартістю виробленої продукції ця галузь займає першу позицію в структурі харчовій промисловості. У структурі витрат населення на споживання м'яса та м'ясопродуктів становить найбільш істотну частку (24,38 % від загального обсягу витрат на харчові продукти).

Проаналізуємо основні негативні чинники, які мають вплив на підприємства з виготовлення та переробки м'яса та м'ясопродуктів:

- Зниження поголів'я худоби, підвищення закупівельних цін на худобу, висока вартість кормів.

Проблема може частково бути вирішена м'ясопереробними підприємствами шляхом тісної співпраці та кредитування господарств, що спеціалізуються на вирощуванні худоби, утворення вертикально інтегрованих структур з виробниками сировини або побудови власних комплексів вирощування худоби.

- Підвищення цін на енергоносії, паливно-мастильні матеріали.

Так, за статистичними даними, собівартість реалізованих м'ясопродуктів складає близько 80 % їх вартості, в межах яких 80-95 % – це витрати на сировину та енергію.

- Знос основних засобів.

Усю сукупність технічних, організаційних та економічних заходів щодо кращого використання основних засобів підприємства можна умовно поділити на дві групи: збільшення екстенсивного завантаження – збільшення масштабів виробництва; підвищення інтенсивного навантаження – зростання рівня продуктивності виробництва і праці.

- Конкуренція на ринку.

Важливим чинником конкурентної боротьби на ринку м’ясної продукції є переобладнання підприємств. Вижити можуть лише ті підприємства, що вкладають значні кошти у розширення виробництва, удосконалення технології вирощування, переробки і реалізації продукції та запровадження стратегічного управління.

- Недосконаліть законодавчих процесів.

В останній час, враховуючи процес гармонізації вітчизняного законодавства з нормами та правилами Європейського Союзу, значна увага приділяється окремим вимогам ЄС щодо гігієни та безпечності м’яса та м’ясопродуктів.

- Низька купівельна спроможність населення.

Гостра проблема сьогодення – недовиробництво, дефіцит м'ясної продукції, хоча через низьку купівельну спроможність населення створюється видимість її перевиробництва. Низький попит на м'ясну продукцію призводить до адекватного рівня попиту на м'ясну сировину, пропозиція якої, через високу збитковість, постійно знижується [3].

Зазначені чинники є наслідком впливу зовнішнього середовища, на яке, зазвичай, підприємство не має впливу.

Для характеристики стану і використання основних засобів переробних підприємствах застосовують чотири групи показників:

– показники технічного стану та руху основних засобів (коефіцієнти зносу, придатності, оновлення, вибуття);

– показники завантаження основних засобів (коефіцієнти екстенсивного, інтенсивного та інтегрального використання);

– показники технічного оснащення підприємства (фондооснащеність, фондоозброєність та енергоозброєність праці);

– показники ефективності використання основних засобів (фондовіддача, фондомісткість, рентабельність основних засобів)

Інноваційна діяльність підприємств АПК є важливою складовою дослідження стану ринку м’ясопереробної промисловості. Інноваційна діяльність має бути спрямована в бік удосконалення структури, основних засобів і технології виробництва, підтримки високих темпів розвитку й рівня прибутковості.

Проаналізувавши сучасний стан м’ясопереробної промисловості України можна зробити висновок, що вона не орієнтується на вітчизняного товаровиробника продукції тваринництва. Відносини між виробниками та переробниками м’ясної сировини характеризуються розбалансованістю взаємовідносин як у забезпеченні сировини так і формуванні взаємовигідної ціни. У даний час м'ясо продуктовий підкомплекс України не в змозі забезпечити м’ясопереробні підприємства власною сировиною в достатній кількості. Саме тому вітчизняний ринок все ще насичується імпортним м’ясом та м’ясною продукцією, яка не завжди відповідає вимогам якості та безпеки.

Таким чином, м’ясна та м’ясопереробна вітчизняна промисловість характеризується високим потенціалом розвитку та потребує інноваційних змін. Для того щоб підвищити рівень рентабельності м’ясопереробних підприємств

варто створити єдину систему виробництва, переробки та реалізації готової продукції. Стабільного розвитку сировинної бази можна досягти зваженою інвестиційною політикою на всіх підприємствах – учасниках технологічного процесу (від виробництва сільськогосподарської сировини до реалізації кінцевої продукції), що матиме позитивний вплив на знаходження рішень основним проблемам, стабілізацію та успішність роботи всього м'ясного та м'ясопереробного комплексу.

Література

1) Стельмащук А.М. Стратегія розвитку і підвищення ефективності використання основних засобів м'ясопереробних підприємств URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/38.pdf (дата звернення: 24.01.2021)

2) Л. В. Струніна. Техніко-технологічне забезпечення виробництва вітчизняних підприємств м'ясопереробної промисловості URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5346 (дата звернення: 24.01.2021)

3) Уразовська О. М. Проблеми м'ясопереробної галузі України в умовах фінансової кризи. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2015. № 16. С. 71-77.

Луц Д. М.
к.ю.н., доцент кафедри цивільного права
Запорізький національний університет

ПРОГРАМИ ЩОДО ПІДТРИМКИ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВІДПОВІДНОЇ ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА

Однією із вимог, які висуває перед Україною європейська спільнота, є необхідність переходу на європейські стандарти виробництва сільськогосподарської продукції. Серед поставлених завдань є зростання частки органічної продукції. Реагуючи на відповідні вимоги, держава робить суттєві кроки щодо розвитку галузі органічного виробництва та створює відповідну правову базу. У 2020 р. в Україні було досягнуто суттєвих позитивних зрушень у сфері правового регулювання виробництва та сертифікації органічної продукції. Зокрема, 23 жовтня 2020 р. Кабінет Міністрів України прийняв Постанову № 1032 «Про затвердження Порядку сертифікації органічного виробництва та/або обігу органічної продукції та внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 23 жовтня 2019 р. № 970».

Цілком логічно, що зацікавити товаровиробників можна шляхом створення належних умов для економічного стимулювання розвитку органічного виробництва. Базовим для органічного напряму вітчизняного сільського господарства є Закон України від 10 липня 2018 р. «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», який визначає основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, засади правового регулювання органічного виробництва, обігу органічної продукції та функціонування ринку органічної продукції, правові основи діяльності центральних органів виконавчої влади, суб'єктів ринку органічної продукції та напрями державної політики у зазначених сферах [1]. Відповідно до ст. 8 цього Закону «державна підтримка може надаватися операторам у рамках загальнодержавних та регіональних програм за рахунок і в межах видатків за бюджетними програмами, спрямованими на підтримку розвитку сільськогосподарських товаровиробників».

Як йдеться у ст. 1 Закону України від 18 березня 2004 р. «Про державні цільові програми», державна цільова програма – це комплекс взаємопов'язаних завдань і заходів, які спрямовані на розв'язання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць, здійснюються з використанням коштів Державного бюджету України та узгоджені за строками виконання, складом виконавців, ресурсним забезпеченням [2].

Варто зазначити, що на сьогодні в Україні відсутня відповідна програма з розвитку органічного виробництва, що, вважаємо, є суттєвим упущенням. Разом із тим, окремі аспекти розвитку органічного виробництва знаходять відтворення у програмах підтримки АПК. Зокрема, 17 вересня 2020 р. на засіданні Комітету

Верховної Ради України з питань аграрної та земельної політики було презентовано пропозиції Мінекономіки щодо державної підтримки аграрної галузі на 2021-2023 рр. Стратегія міністерства передбачає доповнення підтримки новими програмами та розширення напрямів за діючими програмами. Зокрема, планується 7 основних програм підтримки:

- фінансова підтримка заходів в АПК (кредити, страхування);
- підтримка виробництва нішевих культур (продовольча безпека);
- підтримка фермерства;
- підтримка садівництва, виноградарства, хмелярства;
- підтримка картоплярства;
- підтримка тваринництва;
- часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки [3].

Вважаємо, що включення органічного виробництва до відповідних державних програм дозволить передбачати у державному бюджеті кошти на підтримку галузі, що стане суттєвим поштовхом до її подальшого розвитку.

Враховуючи відсутність державної програми, існує необхідність у дослідженні відповідних регіональних програм, в яких йдеться про підтримку сфери органічного виробництва.

Регіональні програми пропонуємо поділити на дві групи:

- загального спрямування;
- галузевого спрямування.

До програм загального спрямування варто віднести комплексні програми агропромислового розвитку відповідних територій (Комплексна програма розвитку агропромислового комплексу Волинської області на 2016 – 2021 роки [4], Програма розвитку агропромислового комплексу Житомирської області на 2016-2020 роки [5], Комплексна програма розвитку агропромислового комплексу та сільських територій Івано-Франківської області на 2016-2020 роки [6]).

Так, у Комплексній програмі розвитку агропромислового комплексу Волинської області на 2016 – 2021 зазначається: «Відчувається недостатність обсягів виготовлення консервованих продуктів на основі м’яса та риби, фруктів – в осінньо-зимовий період, продуктів дитячого харчування та виробництва органічних видів продукції». Отже, одним із завдань програми є розвиток напрямку виробництва органічної сільськогосподарської продукції.

Серед безперечних плюсів програми є те, що вона передбачає часткове відшкодування вартості послуг із сертифікації виробникам органічної продукції у загальному обсязі 300 тис. грн. на 2016-2021 роки [4].

Програма розвитку агропромислового комплексу Житомирської області на 2016–2020 рр. містить окремий підрозділ, який присвячений органічному виробництву. Програмою встановлено, що основними проблемами у цій галузі є:

- недостатня сформованість законодавчої базиу сферіорганічного виробництва;
- недостатній рівень професійних знаньі досвіду роботи господарюючих суб’єктів щодо ведення органічного виробництвав сучасних умовахта

відсутність ефективної системи підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері органічного виробництва;

- низький рівень інформованості населеннящодо можливостей і перспектив розвитку органічного виробництва в регіоні;

- відсутність відповідних інституційно-правових, фінансово-економічних та соціально-психологічних умов, необхідних для розвитку органічного землеробства;

- недостатній рівень розвитку інвестиційної інфраструктури, необхідної для підтримки органічного виробництва.

Як зазначається в програмі, основним шляхом і засобом розв'язання проблеми є розробка заходів щодо мотивації у сільськогосподарських товаровиробників до розвитку трудомістких галузей, зокрема овочівництва, хмелярства, льонарства, тваринництва, органічного виробництва.

Програма передбачає фінансову підтримку господарюючим суб'єктам у сфері органічного виробництва для часткового відшкодування вартості витрат на сертифікацію відповідності виробництва органічної продукції та часткового відшкодування вартості органічного насіннєвого матеріалу як за рахунок коштів обласного бюджету (737 тис. грн. на 2016-2020 роки), так і за рахунок не бюджетних джерел (31 мільйон гривень на 2016-2020 роки) [5].

В якості прикладу програм галузевого спрямування наведемо програму фінансової підтримки органічного виробництва в Чернігівській області на 2015-2020 роки, метою якої є збільшення частки органічної продукції у загальному обсязі валової продукції сільського господарства області та забезпечення населення продуктами харчування, що безпечні для здоров'я [7].

Як бачимо, регіональні програми передбачають кошти для стимулювання органічного виробництва, що дає суттєвий поштовх для розвитку та сертифікації органічного виробництва. Разом з цим, позитивна динаміка прослідковується не у всіх областях. Так, термін дії значної частини регіональних програм по підтримці АПК скінчився у 2020 році. Зосереджуємо увагу на тому, що до таких областей відноситься і Запорізька область.

Отже, існує потреба розробки та прийняття нових регіональних програм по підтримці АПК. Цілком очевидно, що розробляючи відповідні програми існує необхідність у включенні до них заходів по підтримці органічного виробництва та закладенні коштів на реалізацію відповідних заходів, що стане суттєвим кроком на шляху до реалізації статті 404 Глави 17 Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка передбачає необхідність заохочення сучасного та сталого сільськогосподарського виробництва у частині поширення методів органічного виробництва й використання біотехнологій.

Література

1. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 10.07.2018 р. № 2496-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19 (дата звернення: 24.01.2021).

2. Про державні цільові програми : Закон України від 18.03.2004 р. № 1621-IV. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1621-15#Text (дата звернення: 24.01.2021).

3. На аграрному комітеті представили програми держпідтримки АПК на 2021-2023 роки. URL: https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=f6ee5274-a9b8-4731-a3f2-ab97171cd91e&title=NaAgrarnomuKomitetiPredstaviliProgramiDerzhpidtrimkiApkNa2021-2023-Roki (дата звернення: 24.01.2021).

4. Про Комплексну програму розвитку агропромислового комплексу Волинської області на 2016–2021 рр.:Рішення Волинської обласної ради від 10 березня 2016 р. No 3/23. URL:http://agrovolyn.gov.ua/article/kompleksna-programa-rozvytku-agropromyslovogo-kompleksu-volynskoyi-oblasti-na-2016-2021-roky (дата звернення: 24.01.2021).

5. Про Програму розвитку агропромислового комплексу Житомирської області на 2016–2020 рр.:Рішення Житомирської обласної ради від 7 березня 2018 р. No 938. URL: https://zt.gov.ua/index.php/ofitsijni-dokumenti/normativni-dokumenti/rishennya-oblasnoji-radi/11638-No-938-про-програму-розвитку-агропромислового-комплексу-житомирської-області-на-2016-2020-роки.html (дата звернення: 24.01.2021).

6. Про Комплексну програму розвитку агропромислового комплексу та сільських територій Івано-Франківської області на 2016–2020 рр.:Рішення Івано-Франківської обласної ради від 16 жовтня 2015 р. No 1830-39/2015. URL: http://www.if.gov.ua/files/uploads/КОМПЛЕКСНА%20ПРОГРАМА_-фін.pdf (дата звернення: 24.01.2021).

7. Про програму фінансової підтримки органічного виробництва в Чернігівській області на 2015–2020 рр.:Рішення Чернігівської обласної ради від 29 квітня 2015 р. URL:https://chor.gov.ua/normativni-dokumenti/rishennya/item/2803-pro-prohramufinansovoi-pidtrymky-orhanichnoho-vyrobnytstva-v-cher (дата звернення: 24.01.2021).

Молчанова В. В.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ

З 1990 року розвиток вітчизняного агробізнесу відзначився важливими трансформаційними процесами та зазнав докорінних змін, багато агропідприємств з'являлися та припиняли свій шлях в агроіндустрії України, що, на нашу думку, є наслідком таких головних проблем національної агропромислової галузі: низька конкурентоспроможність (особливо на початку аналізованого періоду) та висока собівартість сільськогосподарської продукції, недостатній рівень соціальної відповідальності вітчизняних сільгоспвиробників та аграріїв – все це так чи інакше призводить до кризових наслідків.

До початку 2012 року у світі залишилось лише 9% не освоєних земель, але вони можуть бути придатні для сільського господарства. Українськими вченими досліджено, що на даний момент національний агропромисловий комплекс повинен вийти на рівень 1990 року з обсягом валового виробництва 146 млрд. гривень, а у 2030 році – збільшити обсяг валової продукції рослинництва і тваринництва до 206 млрд. гривень [1].

Великим кроком розвитку вітчизняного агробізнесу ще до процесів створення в Україні ринку землі, було прийняття Закону України «Про земельний кадастр», який почав здійснюватися ще з січня 2012 року з метою реєстрації земельних ділянок громадянами України для попередження випадків земельного шахрайства у майбутньому. Цей крок, на нашу думку, виправдав себе та став одним з важелів майбутньої земельної реформи. Більше того, вважаємо, що подібні ініціативи уряду були б ще більш доцільні набагато раніше, що сприяло би розвитку позитивних трансформаційних процесів у галузі сільського господарства а агробізнесі.

На думку вітчизняних дослідників питань розвитку вітчизняного агробізнесу, зокрема Юрія Кернасюка, успішна підприємницька діяльність аграрних виробників в складних економічних умовах господарювання забезпечується, передусім, за рахунок безперервної трансформації організаційної, управлінської та виробничої структури, відповідно до поставлених цілей і завдань. Це дозволяє швидко адаптувати агробізнес до умов оточення економічного середовища, знайти власну дохідну нішу на конкурентному аграрному ринку та забезпечити кращі стратегічні позиції для подальшого економічного зростання [2].

Як відзначає вітчизняний дослідник питань розвитку аграрного бізнесу України В.А. Замлинський, перспективи розвитку українського агробізнесу обумовлені наступними чинниками:

- постійне збільшення обсягів валової продукції сільського господарства, налагодження ринків збуту та лідируючі позиції вітчизняної сільськгосппродукції на окремих сегментах світового ринку продовольства: Україна є лідером з експорту соняшникової олії та одним з найбільших світових експортерів зерна;

- природно-кліматичні умови та родючі землі України сприяють вирощуванню усіх зернових культур і дозволяють отримувати високоякісне продовольче зерно, в об'ємах, достатніх для забезпечення потреб внутрішнього ринку і розвитку експортного потенціалу;

- прийнятний інвестиційний клімат в АПК, який забезпечується низькими вхідними бар'єрами, достатній рівень рентабельності інвестицій, збільшення частки інноваційних підприємств;

- Україна – одна з небагатьох країн світу, де існують аграрні холдинги, які обробляють більш ніж 6 млн. га земель сільськогосподарського призначення;

- великі структури АПК здебільшого є вертикально-інтегрованими, що передбачає об'єднання за принципом технологічного ланцюга «сировина – перероблення – торговельні мережі»;

- збільшення податкових надходжень, обсягів експорту сільськогосподарської продукції та продовольства з одночасним зростанням середньомісячної заробітної плати працівників сільських господарств [3].

Україна проводить соціально-орієнтовану політику, намагаючись наблизитися до принципів нової спільної аграрної політики ЄС, направленої на розвиток сільських територій, охорону навколишнього середовища та безпеку харчів. Це, у свою чергу, стане поштовхом до стимулювання розвитку сільського господарства в Україні, підвищення рівня життя сільського населення. Вважаємо, саме цієї тенденції необхідно дотримуватися і в подальшій як внутрішній, так і зовнішній політиці.

Агробізнес України має всі шанси для розвитку. Але потрібні інвестиції, щоб бізнес став більш дієвим та ефективним. Також вітчизняному агропромисловому комплексові необхідні нові технології, інновації та кваліфіковані робітники. Інвестори з інших країн сподіваються на перспективне майбутнє українського агробізнесу і вкладають кошти в український агросектор, якщо бачать дійсну гарантію.

Як зазначає генеральний директор асоціації «Український клуб аграрного бізнесу» Тарас Висоцький, в аграрній сфері, як і в інших, є два напрямки для росту: внутрішній ринок та зовнішні можливості. Нажаль, внутрішній ринок відзначається уповільненими темпами розвитку. Посприяти зростанню може вклад у розвиток зовнішньої торгівлі, адже нарощення капіталу компанії сприяє покращенню економіки держави. Першим кроком до ідеального майбутнього є експорт та залучення інвестицій. Аграрії розуміють, що зараз драйвером є експорт, але їм не обійтись без підтримки державних органів. Відповідно, завдання держави – створити сприятливе середовище та прозорі умови для бізнесу. Бізнес, у свою чергу, повинен працювати над привабливістю пропозицій для можливих клієнтів [4].

Стрімкий розвиток агрохолдингів, запровадження ринку землі, поступове наближення аграрного сектору до вимог СОТ та ЄС потребує оперативного коригування державних програм, уточнень до спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу, що стимулюватимуть у першу чергу розвиток інфраструктури сільської місцевості, роблячи все можливе для того, щоб вона стала привабливою до життя і працевлаштування молоді.

Крім того, вважаємо за доречне акцентувати на важливості впровадження інноваційних досліджень, що сприятиме розвитку сільськогосподарських підприємств та зростанню продуктивності агроекосистем загалом.

Динамічний розвиток корпорацій у сфері аграрного бізнесу посилить конкуренцію на ринку оренди землі та збільшить розмір орендної плати, дозволить залучити значні інвестиції.

Внаслідок запровадження нових технологій, інновацій, а також залучення та використання кваліфікованих кадрів, підвищиться конкурентоспроможність та збільшиться обсяг виробництва з одночасним покращенням якості сільськогосподарської продукції.

Також нова система організації селекційного процесу дасть можливість інтенсифікувати генетичні дослідження з метою виведення нових порід сільськогосподарських тварин та сортів рослин з наперед визначеними господарсько-корисними властивостями.

Наукова діяльність у сфері сільського господарства та розвитку вітчизняного агропромислового сектору й агробізнесу також, звісно, сприятиме виведенню українського АПК на новий ще вищий рівень. Реалізація наукових розробок з удосконалення податкової, фінансово-кредитної політики, організаційних та економічних механізмів розвитку аграрного сектора економіки країни забезпечать збільшення його рентабельності та розширене відтворення галузі.

Література

1. Перспективи агробізнесу України. *Mayger Development & Consulting.* URL: http://www.mayger.ua/uk/analitika/perspektivi-agrobiznesu-ukrayini/ (дата звернення: 22.01.2021).

2. Кернасюк Ю. Розвиток агробізнесу в умовах економічної нестабільності: диверсифікація чи спеціалізація? Агроеліта. URL: https://agroprod.biz/2017/02/rozvytok-ahrobiznesu-v-umovah-ekonomichnoji-nestabilnosti-dyversyfikatsiya-chy-spetsializatsiya/ (дата звернення: 22.01.2021).

3. Замлинський В. А. Стан і перспективи розвитку аграрного бізнесу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2(2). С. 96-106. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2(2)__14 (дата звернення: 22.01.2021).

4. Висоцький Т. Агробізнес 2018: час для зростання. *Український клуб аграрного бізнесу*. 2017. URL: http://agrievent.com.ua/events/doing/agribusiness-2018-time-to-lift-off (дата звернення: 22.01.2021).

Пахуча Е.В.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
підприємництва і організації виробництва
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

НАПРЯМИ ЗМЕНШЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ В СФЕРІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

Аграрний бізнес відноситься до найризикованіших сфер підприємницької діяльності, що пояснюється рядом проблем, які стають на перепоні його збалансованого розвитку. До найголовніших слід віднести; недотримання науково обґрунтованого використання сільськогосподарських угідь та сівозмін; непропорційний розвиток галузей (рослинництва і тваринництва); нехтування нормами і вимогами природоохоронної діяльності; політична нестабільність у державі; недосконалість цінової та кредитної політики.

Значне зростання доходів крупного капіталу в сільськогосподарському виробництві посилює фінансове знекровлення сільського сектора суспільства, вичерпується потенціал його розвитку та саморозвитку сільських громад, а деградація його окремих сегментів досягла значного рівня, що є прямою загрозою національній безпеці [1, с. 56].

До ризиків які обумовлені соціально-політичними чинниками, відносять заходи державної аграрної політики, недосконалість соціальної інфраструктури, рівень професійної підготовки персоналу та забезпеченість трудовими ресурсами.

Вагомий вплив на процес виникнення ризикових ситуацій надає рівень розвитку інфраструктури галузей аграрного виробництва, такі як втрати зерна внаслідок відсутності надійних умов зберігання і переробки складають до 15%, картоплі – 20-25%, овочів і плодів – 30-35%.

Значно більшою загрозою для сільськогосподарських підприємств є ризик, пов'язаний з прийняттям помилкових управлінських рішень, неможливістю збуту товарної продукції, необхідністю продажу за цінами, що не дозволяють вести рентабельне виробництво[2, с. 98].

Учасники аграрного бізнесу у своїй підприємницькій діяльності повинні, насамперед визначити ризики, які мають найбільший вплив на результативність їх діяльності, для пошуку шляхів подолання ризиків, їх мінімізації та ефективного ведення своєї підприємницької діяльності.

Однак не можемо не зазначити, що найбільший прибуток суб'єкти підприємницької діяльності отримують саме від діяльності з підвищеним рівнем ризику, в той же час зростає загроза втрати фінансової стійкості підприємства. Переважно під ризиками розуміють ймовірність невдачі чи події з негативними наслідками у майбутньому, тобто будь-яка діяльність, що призводить до втрати будь-якого типу, може бути названа ризиком.

Фінансові ризики пов'язані з відсутністю достатньої кількості грошових коштів для виконання очікуваних зобов'язань, прибутком, меншим за очікуваний, та втратою власного капіталу у господарстві. Джерела фінансового

ризику зазвичай виступають виробничі та маркетингові ризики. Крім того, фінансові ризики можуть також бути спричинені збільшенням витрат на виробництво, вищими процентними ставками, надмірними запозиченнями, відсутністю належних грошових або кредитних резервів та несприятливими змінами курсів валют.

Фінансові ризики відносять до групи спекулятивних ризиків, що дає можливість розраховувати, у невизначених умовах фінансово-господарської діяльності, на одержання прибутку. Фінансові ризики є взаємозалежним та складним комплексом причинно-наслідкових зв'язків та як до фінансових ризиків належать операційні та інвестиційні ризики.

Фінансовий ризик має основні складові: наявність та вартість позикового капіталу; здатність своєчасно задовольняти потреби в грошових потоках; здатність підтримувати зростання власного капіталу. Стійкі фінансові установи з постійними джерелами відновлюваного капіталу, такі як заощадження, можуть допомогами вирішувати ці проблеми.

Проблема управління грошовими потоками відноситься до ризиків з якими зіштовхуються сільськогосподарські кредитори, через сезонність виробництва, непередбачуваність рівнів врожаю та цін на товари. Сезонність пом'якшується шляхом інвестування та фінансування сільського господарства та забезпечення неоднорідності портфельних інвестицій та географічної різноманітності та масштабів. Фінансування агробізнесу та використання синдикованих фінансів для спільного фінансування, відносяться до напрямів зменшення ризиків управління грошовими потоками, які властиві сільськогосподарським товаровиробникам.

Широке коло ризиків безпосередньо впливають на виробничі рішення суб'єктів господарювання. У відповідь на потенційний вплив цих ризиків підприємці застосовують різноманітні стратегії управління ризиками в контексті його конкретного виробничого плану, фінансового портфелю, матеріального та людського капіталу та ступеню впливу ризику. Стратегії управління ризиками можуть включати рішення що до виробництва, зміни в структурі фінансового портфелю, використання ринкових інструментів, державних програм та диверсифікація до інших джерел доходу. Дійсно, багато загальних політик підтримки сільського господарства мають наслідки щодо управління ризиками та перешкоджають цьому рішення щодо управління ризиками.

Надійна фінансова система дозволяє підприємцям управляти сильними сторонами та досягати успіху у корегуванні слабких чи вразливих сторін. Керівники з наявною фінансовою системою можуть ідентифікувати всі можливості, коригувати свої дії, коли несподівані ринкові чи погодні умови загрожують діяльності підприємства. Керівники, які використовують стратегію управління ризиками, яка включає точну, своєчасну та повну фінансову систему господарств, краще підготовлені до успішного спілкування з кредиторами та виявлення будь-яких потенційних обмежуючих факторів для отримання кредиту.

Стратегії управління фінансовими ризиками включають: розробку стратегічного бізнес-плану; моніторинг фінансових коефіцієнтів та орієнтирів підприємств; контроль ключових витрати на виробництво; проведення аналізу

тенденцій для оцінки зміни прибутку товаровиробника та власного капіталу з часом; переукладання угоди з постачальниками та умови позики з кредиторами; визначення варіантів оренди та лізингу; оцінка можливість розширення або укладання контрактів між різними підприємствами; контроль витрати на виробництво та реалізацію продукції.

Окрім стратегії управління ризиками використовують інструменти управління фінансовими ризиками, які дозволяють керівникам розпізнавати симптоми, проблеми протягом обмеженого терміну, збирати інформацію, щоб визначити проблему, поставити діагноз, виявити можливі проблеми, призначити засіб для вжиття заходів для покращення проблемної зони та подальші дії та визначення як адекватно вирішити дану проблему.

Одним з прагматичних підходів, є використання імітаційних моделей, що поєднують спостережувані дані про погоду та нестабільність цін із розробкою сценаріїв "що-якщо", пов'язаних з інституційними, особистими та фінансовими ризиками. Деякі імітаційні моделі розглядають ринкові ризики за допомогою аналізу чутливості, але потрібно глибше зрозуміти, як краще врахувати стохастичні залежності між типами ризиків та розподілом ймовірностей змінних для типів ризику[3].

Збільшення власного капіталу підприємства також є життєво важливим для управління фінансовим ризиком, фінансова звітність дасть відповіді чи є можливість до збільшення чистого капіталу і на скільки. Постійний моніторинг фінансового стану підприємства дасть можливість оцінювати його ліквідність і платоспроможність, та вчасно виявити можливість настання фінансового ризику, підтримувати адекватний рівень ліквідності та платоспроможності його операції. Належне ведення, моніторинг та контроль фінансової звітності дасть можливість зменшити вплив фінансових ризиків підприємця та направити його діяльність у напрям покращення загальної прибутковості та забезпечать його довгостроковий успіх.

Отже існує багато інструментів та напрямів, які допоможуть в управлінні фінансовими ризиками, зокрема: ведення належних фінансової звітності; прийняття зважених рішень щодо позик; підтримка грошових коштів та кредитних резервів; використання оренди чи лізингу; управління виробничими та маркетинговими ризиками.

Література

1. Жмуденко В.О. Особливості управління ризиками в аграрній сфері. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2015, Вип. 3(58), С.55-61.

2. Лисенко В.В. Корпоративна стратегія управління ризиками в агробізнесі. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 2017, Vol. 3, No. 4, pp. 97-108.

3. Adam M.Komareka, AlessandroDe Pintoa, Vincent H.Smithb(2020). A review of types of risks in agriculture: What we know and what we need to know. *Agricultural Systems*. Vol.178. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article.

Петренко О.Я.
к. е. н., доцент
Харківський національний аграрний університет
ім. В.В. Докучаєва

ПЛАНУВАННЯ СИСТЕМИ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАНЬ ТА ЇХ РОЗВИТКУ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Невпорядкованість у плануванні розвитку системи землекористувань, веденні землеустрою в об'єднаних територіальних громадах, відсутність механізмів їх реалізації веде до прийняття неефективних управлінських рішень стосовно раціоналізації землекористувань на території громад та порушення екологічної безпеки життєзабезпечення людей. У цьому контексті безпосередня участь громади в управлінні земельними та іншими природними ресурсами, плануванні розвитку системи землекористувань у межах її території за нинішніх децентралізаційних процесів набуває особливого значення.

Плануванню системи землекористувань та їх розвитку в об'єднаних територіальних громадах має надаватись пріоритетне значення. У цьому зв'язку на рівні громади має ефективно функціонувати система планування використання земель на її території, мають зазнати змін сформовані стереотипи управління землекористуванням, землеустроєм та економічними процесами. Це сприятиме покращенню інвестиційної привабливості території територіальної громади, запровадженню інновацій у економіку землекористувань.На території України створено 728 об'єднаних територіальних громад, на території яких проживає 6,3 млн осіб, або 31,1 % від усього населення України [1].

Кожна новоутворена громада повинна мати власні пріоритети розвитку та власну систему цінностей стосовно управління земельно-ресурсним потенціалом у межах своєї території. Проте у цих спільнот є чимало складностей пов'язаних із управлінням земельними та іншими природними ресурсами, плануванням розвитку системи землекористувань у межах територіальної правосуб'єктності.

Визначення перспективної організації використання та охорони земельних та інших природних ресурсів у межах території ОТГ набуває пріоритетного значення, оскільки із започаткуванням децентралізаційних процесів з'явився новий об'єкт землеустрою – об'єднані територіальні громади. Деякою мірою на законодавчому рівні є спроби урегулювання питань, пов'язаних із розробленням містобудівної документації (визначено порядок розроблення планів об'єднаних територіальних громад, встановлення правил забудови і таке інше).

Але ця документація не вирішує проблем із організації раціонального використання та охорони земельних та інших природних ресурсів. Тому планувальна діяльність, пов'язана з використанням земель сільськогосподарського призначення, лісового, водного фондів, природоохоронного, рекреаційного та оздоровчого призначення, має здійснюватися на підставі землевпорядної документації (через розроблення схем чи проектів землеустрою), яка нині на територію ОТГ не розроблюється.

Серед основних природних ресурсів, що перейшли у розпорядження органів місцевого самоврядування можна виділити земельні, ефективне розпорядження якими призведе до поступового планового зростання добробуту та економічного зросту громади [2].

Першочерговим етапом процесу формування територій ОТГ повинна стати розробка землевпорядної та містобудівної документації стосовно встановлення і зміни меж ОТГ, що є необхідною складовою їх повноцінного функціонування та розвитку, забезпечення ефективного використання їх земельно-ресурсного потенціалу, територіального планування, створення сприятливих умов для раціонального використання, охорони та збереження природних ландшафтів, об'єктів історико-культурної спадщини.

Наразі, процес формування ОТГ проходить без такої важливої складової як визначення меж на місцевості, постає необхідність забезпечення землевпорядних дій, метою яких є складання землевпорядної та містобудівної документації, що дасть можливість визначити чіткі межі, на які розповсюджуються повноваження щодо управління земельними ресурсами об'єднаної територіальної громади.

На сьогодні створено досить повне нормативне поле щодо формування територій ОТГ, але нагальною проблемою залишається питання встановлення меж їх територій на місцевості.

Тільки заходи із землеустрою, передбачені документацією із землеустрою, дозволяють здійснювати роботи щодо раціонального використання та охорони земель, формування та організації території об'єкта землеустрою з урахуванням їх цільового призначення, обмежень у використанні та обмежень (обтяжень) правами інших осіб (земельних сервітутів), збереження і підвищення родючості ґрунтів тощо, а саме здійснювати земельні поліпшення, що збільшують вартість земельних ділянок, а відповідно і надходження в бюджет об'єднаних територіальних громад [3].

Документація, якою визначено межі сільських рад, що входять в ОТГ, є технічні документації з інвентаризації, виготовлені у 1991– 1992 роках за застарілими навіть на той час картографічними матеріалами [4]. Відсутність меж не тільки істотно ускладнює діяльність органів місцевого самоврядування, а й призводить до порушення положень земельного законодавства при розпорядженні землями, зменшення грошових надходжень до місцевих бюджетів, що, у свою чергу, призводить до конфліктних ситуацій, що відображується на ефективності використання земель у межах територій громад. Формування раціональної системи землекористування, створення екологічно збалансованих ландшафтів, підготовка науково-обґрунтованих пропозицій у галузі земельних відносин, зокрема, щодо перерозподілу земель, екологізації землекористування, неможливі без розроблення схем та проектів землеустрою для здійснення земельних поліпшень.

Схеми землеустрою регламентують головні питання використання та охорони земель на регіональному рівні. Вони розробляються не менш, ніж на 10-15 років та визначають на цей період формування раціональної системи землеволодінь і землекористувань; удосконалення співвідношення і розміщення

категорій земель та угідь; систему заходів по збереженню і поліпшенню природних ландшафтів, агроекосистем, територій з особливими природоохоронними, рекреаційними і заповідними режимами, відновленню і підвищенню родючості ґрунтів, рекультивації порушених земель і землюванню малопродуктивних угідь, захисту земель від ерозії, підтоплення, висушення, зсувів, вторинного засолення і заболочення, ущільнення, забруднення промисловими відходами і хімічними речовинами та інших видів деградації; консервацію деградованих і малопродуктивних земель, попередження інших негативних явищ. З метою формування раціональної системи землеволодіння й землекористування, створення екологічно збалансованих ландшафтів, організації територіальних сільськогосподарських і несільськогосподарських підприємств і організацій, наукового обґрунтування можливого перерозподілу земель, екологізації землекористування, охорони земель міст, селищ, сіл, сільськогосподарських територій. крім схем землеустрою адміністративних районів, мають бути розроблені схеми землеустрою об'єднаних територіальних громад.

У зв'язку з децентралізацією влади, реформуванням місцевого самоврядування, зміною адміністративно-територіального устрою країни реалізація земельної політики регулювання земельних відносин, ведення земельного кадастру, охорона земель, землеустрій, контроль за використанням і охороною земель доцільно зосередити у відповідних виконавчих органах об'єднаних територіальних громад і адміністративних районів [5]. Запровадження нових технологій та інновацій в системі охорони земель в межах територій об'єднаних територіальних громад є ще однією з важливих складових інституційного середовища розвитку системи землекористувань територій громад.

Література

1. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування URL : http://decentralization. gov. ua/uploads/ library/ file/ 247/Моніторинг_Децентраліз ація_10.04.2018 1_.pdf

2. Практичний інструментарій управління землями об'єднаних територіальних громад, 2017. 78 с. URL: https://old.decentralization. gov.ua /pics/ attachments/Praktychnyy_instrum entariy_upravlinnya_zemlyamy.pdf.

3. Дорош Й., Новаковський Л., Третяк А., Стан та проблеми землеустрою об'єднаних територіальних громад у контексті підвищення їх фінансової стійкості. *Землевпорядний вісник*. 2018. № 12. С. 14-20.

4. Самойлова І. І. Напрями посилення впливу територіальних громад в системі управління земельними ресурсами. *Збалансоване природокористування.* 2017. № 4. С. 12–17.

5. Новаковський Л., Новаковська І., Формування об'єднаних територіальних громад і проблеми їх землевпорядкування. URL : file:/// C:/Users/ HP /Desktop/Умань%202020-2/econ_ 2018 _8_6.pdf

Петров В.М.
к.е.н., доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЗЕРНОЗБИРАЛЬНИХ КОМБАЙНІВ ВЕЛИКОЇ ПОТУЖНОСТІ В УКРАЇНІ

Сьогодні провідні світові виробники складної сільськогосподарської техніки, як правило, пропонують на ринку декілька серій, моделей і модифікацій самохідних зернозбиральних комбайнів (від 1-3 до 8-10 і більше), що дозволяє задовольняти потреби всіх груп споживачів стосовно продуктивності, особливостей використання, комфортності умов роботи, фінансових можливостей тощо. Наприклад, лінійка компанії CLAAS налічує шість серій та понад 25 моделей і модифікацій. Головні відмінності збиральних машин за серіями обумовлюються системою обмолоту та сепарації (очищення), а також продуктивністю. Основу кожної серії становлять моделі універсального призначення. На базі однієї або кількох універсальних моделей розробляються модифікації комбайнів, призначені для збирання окремих культур (наприклад, рисозбиральні) або пристосовані для роботи у специфічних умовах – на схилах, на ґрунтах із низькою несучою здатністю тощо [1, с. 64-65].

Удосконалення конструкцій зернозбиральних комбайнів сьогодні здійснюється за кількома основними напрямами. Це, по-перше, підвищення одиничної продуктивності за рахунок встановлення сучасних більш потужних двигунів, які відповідають найсуворішим вимогам щодо забезпечення екологічної безпеки. За останні десятиліття потужність нових моделей самохідних комбайнів провідних світових виробників збільшилася у рази [2, с. 130; 3, с. 5]. Сучасні інноваційні моделі високопродуктивних зернозбиральних машин дев'ятого класу, такі як John Deere (серія S), FENDT IDEAL 9, CASE IH Axial-Flow 250, New Holland CR 10.90, CLAAS Lexion 8900, оснащені дизельними двигунами потужністю, відповідно, 625, 647, 664, 700 і 790 к.с. Це дозволяє встановлювати на них жатки для збирання зернових колосових культур шириною 12,2 м (FENDT IDEAL 9), 13,5 м (John Deere серія S), 13,7 м (New Holland CR 10.90 і CASE IH Axial-Flow 250) і 13,8 м (CLAAS Lexion 8900) та збільшувати місткість бункерів для зерна до 14100 л (John Deere серія S), 14400 (CASE IH Axial-Flow 250), 14500 л (New Holland CR 10.90), 17 100 л (FENDT IDEAL 9), 18 000 л (CLAAS Lexion 8900).

Важливе значення для організації ефективного процесу збирання має швидкість вивантаження зерна з бункера, яка, наприклад, у FENDT IDEAL 9 досягає 210 л/сек, а у CLAAS Lexion 8900 – 180 л/с, що дає змогу розвантажувати повний бункер за лічені хвилини. Крім того, запас потужності двигуна дозволяє виконувати цей технологічний захід на ходу без зупинки комбайна, що значно економить робочий час, а велика довжина вивантажувального шнека (до 8 м і більше) дає змогу піднімати зерно на будь-які транспортні засоби висотою до 5 м. Система активного заповнення на основі інтегрованих камер автоматично визначає габарити кузова і контролює процес його заповнення в різних частинах,

що виключає розсипання зерна. Вона відмінно працює навіть в умовах обмеженої освітленості, що дозволяє працювати без втрат у темну пору доби і забезпечувати високу продуктивність.

Разом із високою пропускною здатністю різних схем обмолоту і сепарації (класична одно- і двобарабанна, аксіально-роторна, комбінована) усі ці фактори дозволяють підвищувати продуктивність досліджуваних моделей зернозбиральних комбайнів до 80-100 т і більше за годину за високого рівня адаптованості до роботи у складних технологічних умовах, ефективніше використовувати технічні можливості їх силових агрегатів, зменшувати питомі витрати пального на обмолот 1 т зерна і збирання 1 га, економити кошти на організації технологічного процесу збирання та зменшувати потребу у механізаторах і обслуговуючому персоналі.

Другий важливий напрям інноваційного удосконалення конструкцій зернозбиральних комбайнів зумовлюється суттєвим розширенням функціональних можливостей бортових комп'ютерів та блоків автоматики в управлінні технологічними процесами, налаштуванні та контролі параметрів окремих вузлів і агрегатів. В умовах зростання продуктивності та ускладнення конструкцій зусилля проєктантів сьогодні спрямовуються на створення алгоритмів і систем, які у режимі реального часу дають змогу удосконалити й спростити операторам процеси прийняття рішень і виконання налаштувань машини задля якомога повного використання закладеного у ній технічного і технологічного потенціалу для роботи у конкретних виробничих умовах. Усе більша «інтелектуалізація» та високий рівень автоматизації роботи сучасних зернозбиральних комбайнів дозволяють значно обмежити або й повністю усунути негативний вплив непрофесійного «людського фактора» і тим самим досягти високих показників ефективності їх використання.

Великі перспективи відкриваються у використанні сенсорних приладів (датчиків) для визначення у реальному часі якісних показників зерна. Просвічування зернового потоку з високою частотою (понад 10 разів за секунду) у різних діапазонах видимого і невидимого спектрів дає змогу виявляти пошкоджене зерно і механічні домішки, а також вміст крохмалю і білка (клейковини). Тобто вже під час збирання стає можливим опрацювання маркетингової стратегії щодо формування партій зерна з відповідними якісними характеристиками.

Практично всі сучасні моделі зернозбиральних комбайнів провідних світових виробників обладнуються автоматизованими системами документування виконаної роботи (фіксація зібраної площі та урожайності на кожній ділянці поля, якісні показники зерна тощо), що у подальшому використовується у системах точного землеробства, зокрема для складання карт урожайності.

Телематичні системи на основі супутникової навігації дають змогу менеджерам господарств у режимі реального часу здійснювати віддалений моніторинг за місцем знаходження зернозбиральних комбайнів та отримувати повну інформацію про перебіг їх роботи (годинна і змінна продуктивність) та технічний стан (оберти двигуна, витрати пального, температура трансмісійної

оливи та охолоджувальної рідини тощо); здійснювати оптимізацію і коригування технологічних процесів; вести протокол технічного обслуговування, проводити діагностику і налаштування спеціалістами дилерських компаній прямо з офісу та здійснювати багато інших функцій. Причому відповідне обладнання та програмне забезпечення багато виробників встановлюють уже в базових комплектаціях своїх машин. Точні звіти щодо продуктивності дуже зручні при організації взаєморозрахунків у випадку надання послуг сільським товаровиробникам агросервісними підрядними організаціями.

Модернізація конструкцій зернозбиральних комбайнів за кордоном відбувається також у напрямі забезпечення їх відповідності високим екологічним стандартам та зменшення негативного впливу на ґрунт і навколишнє середовище. Усі сучасні дизельні двигуни, що встановлюються на самохідних машинах провідних світових виробників сільгосптехніки відповідають останнім стандартам Euro, Stage і Tier щодо випарів пального і викидів токсичних відпрацьованих газів (оксиди вуглецю і азоту, похідні вуглеводнів тощо) та дрібнодисперсних частинок сажі. Вони мають низькі експлуатаційні витрати, високий рівень потужності і крутного моменту, а також низький рівень шуму.

Із метою запобігання розпиленню й надмірному ущільненню орного шару ґрунту сучасні моделі зернозбиральних машин обладнують широкопрофільними шинами низького тиску, системами здвоєних коліс, гумово-тросовими гусеничними і напівгусеничними модифікаціями механічних рушіїв. Зміщуючи важкі вузли і агрегати (двигун, елементи гідросистеми тощо) до заднього мосту досягається більш рівномірний розподіл маси комбайна по осях, що дозволяє забезпечити відмінні тягово-зчіпні властивості за будь-яких погодних умов та значно зменшити питомий тиск на ґрунт, що особливо важливо для машин високих класів, вага яких навіть із незавантаженим бункером може перевершувати 20 т. Крім того, за оптимального балансу значно поліпшується маневреність як при роботі машини у полі, так і при пересуванні шляхами.

Незважаючи на перманентне ускладнення та підвищення рівня наукоємності конструкцій сучасних зернозбиральних комбайнів, простота і швидкість обслуговування сьогодні виступають одними з пріоритетів при їх удосконаленні. Провідні світові виробники багато комплектуючих і запасних частин виробляють із високим рівнем уніфікації з різними видами своєї техніки, що значно спрощує проведення ремонтів та дозволяє оптимізувати склад запасних частин і витратних матеріалів. У сучасних зернозбиральних машинах механічні коробки передач замінюються гідравлічними. Через меншу кількість деталей і рухомих компонентів вони мають меншу масу, вищу надійність і значно легші в обслуговуванні. Мінімальна кількість точок щоденного технічного обслуговування; легкий доступ та зручні візуальні індикатори для контролю за станом привідних елементів (ланцюги, паси тощо); герметичні приводи і підшипники, які не потребують змащування протягом усього терміну експлуатації; автоматичні системи змащування з мінімальною кількістю сервісних точок – усі ці чинники в сукупності дозволяють значно спростити технічне обслуговування та скоротити витрати часу і коштів на його проведення.

Економічна логіка тут проста: що менше часу витрачається на налаштування і технічне обслуговування й ремонти, то більше комбайн працює у полі і тим менше ефективність його роботи залежить від некваліфікованих дій персоналу.

Традиційно велику увагу іноземні виробники зернозбиральних комбайнів приділяють поліпшенню їх ергономічних показників. Панорамне скління кабіни, тонкі кутові стійки, продумане розташування органів керування та потужне освітлення з великою кількістю фар із високою світловіддачею для роботи у темну пору доби забезпечують оператору безперешкодний круговий огляд для безпечного маневрування. Комфортний внутрішній простір кабіни, зручне сидіння, яке регулюється у різних площинах, системи клімат-контролю, мультифункціональні джойстики, інтуїтивно-зрозумілі органи управління, рідкокристалічні дисплеї, які відображають всі основні робочі параметри разом із можливістю проведення багатьох технологічних налаштувань прямо з кабіни, дозволяють значно зменшити «стомлюючі» навантаження на оператора під час тривалої роботи та, відповідно, збільшити його працездатність.

До вибору моделі зернозбирального комбайну вітчизняним сільським товаровиробникам необхідно підходити з позицій врахування низки основних виробничих факторів: розмірів посівних площ сільськогосподарських культур, які плануються до збирання даним типом машин, середньої врожайності, полеглості й засміченості посівів бур'янами тощо. Головними критеріями при остаточному виборі повинні виступати: питомі експлуатаційні витрати на збирання 1 га або на обмолот 1 т зерна; пропускна здатність, яка зумовлюється такими його головними технічними характеристиками, як потужність двигуна, параметри системи обмолоту і сепарації та «прив'язаної» до неї ширини захвату жатки; питомі витрати палива на 1 га; коефіцієнт надійності; енергоємність (відношення потужності двигуна до маси комбайна); вартість кВт або к.с. потужності двигуна; вартість 1 кг маси комбайна. При опрацюванні остаточного рішення щодо купівлі необхідно враховувати якомога більшу кількість критеріїв.

Література

1. Петров В. М. Виробнича та ринкова політика провідних світових виробників сільськогосподарської техніки. *Економіка АПК*. 2013. № 12. С. 63-70.

2. Іванишин В. В. Інноваційне забезпечення оновлення техніко-технологічної бази підприємств АПК. *Економіка АПК*. 2010. № 1. С. 128-133.

3. Погорілий Л. В. Сучасні проблеми землеробської механіки і машинознавства при створенні сільськогосподарської техніки нового покоління. *Техніка АПК*. 2003. № 11. С. 3-10.

Плотнікова М. Ф.
к. е. н., доцент
Поліський національний університет

РОДОВІ ПОСЕЛЕННЯ – ПРИКЛАД ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Найактуальнішим і суперечливим питанням сучасного суспільства є проблеми у сфері екології. Процес вирішення екологічних проблем держави через великі витрати на заходи на всіх рівнях управління не мали позитивної динаміки щодо їх вирішення, в той час як контроль за природними явищами знижується (яскраво видно на рівні врожайності сільськогосподарських культур, яка знижується не зважаючи на значне збільшення доз добрив та засобів захисту рослин, погіршується стан ґрунтів через зменшення їх природної родючості, менш доступними для більшості населення стають чисті вода та повітря, знижується рівень здоров'я населення). Формування природоцетризму як світоглядної позиції, розуміння того, що людина є лише частиною природи, а гармонія відносин у системі «людина – природа» є основою виживання *Homo sapiens* як виду передбачає трансформацію світового соціально-економічного простору та формування такої системи цінностей, яка формалізує відмову від споживчого підходу до навколишнього простору, стимулює у людини здатність балансу потреб (споживання на рівні мінімальному для постійного духовного росту й розвитку). Така екологічна культура відіграє велику роль у зупиненні деградації навколишнього середовища, а визначення мотиваційної складової малого та середнього бізнесу в межах до місцевої економіки є запорукою довгострокового характеру позитивних змін.

Основним каталізатором розвитку території є їх унікальність і внутрішні фактори саморозвитку, де значна роль відводиться інфраструктурі та її здатності забезпечувати безперервність, ефективність виробничих і соціальних процесів, що в кінцевому підсумку, впливає на рівень та кість життя. Інфраструктура як невід'ємний елемент продуктивних сил виявляє здатність обслуговувати економічні процеси (виробничу інфраструктуру) і визначати її ефективність через невиробничі сектори (соціальна інфраструктура). Підприємництво як фактор економічного розвитку актуалізує внутрішній інституційний капітал, який додатково стимулює економіку і суспільство за рахунок розподілу наявних ресурсів, забезпечуючи інноваційні зміни. Інститути та базис нової економіки починає розгортатися на тлі широкого спектру макро- та мікроекономічних, політичних, соціальних, технологічних та поведінкових трендів як результат бачень, очікувань та дій мешканців територій як локальних, так і глобальних суб'єктів у межах та за межами сільської місцевості, що яскраво доводить світова криза *COVID-19*. Ключовим фактором успіху соціальних формацій стає їх здатність здобувати знання і самостійно управляти власними активами.

Сільські райони як просторово відмінні за своїми характеристиками від агломерацій відіграють визначальну роль в управлінні природнім середовищем, збереженні його біорізноманіття, управлінні кліматом та збереженні

ландшафтів. Протягом декількох десятиліть вони зазнають диверсифікації внаслідок діяльності населення щодо поширення несільськогосподарських джерел доходу [1]. Наразі заявлений пріоритет багатофункціонального розвитку села актуалізується як у науці, законодавчому рівні, так і на практиці [2–4]. У XX ст. соціально-економічний розвиток території визначався розвитком підприємництва на засадах конкуренції, ризику та максимізації прибутку, тоді як у XXI ст. все більш актуальними стають творчі підходи у бізнесі [5–7], а сільська місцевість вже не розглядається як вузькоспеціалізований плацдарм аграрної сфери [7].

Сучасна тенденція переселення духовно слабких людей в міста (де зручніше, фізично простіше з позиції вирішення повсякденного життя налагодити побут) і у сільську місцевість – духовно та фізично більш здоровий і сильних людей ілюструє появу якісного нового руху деурбанізації (12,6% жителів великих мст хочуть переїхати у сільську місцевість). Втомлені від постійної рутинної діяльності, що не має елементів творчості («робота-будинок-робота-будинок»), практичною неможливістю самостійно виховувати власних дітей, мати здорове поживне та цілюще харчування, такі люди виходять на природу, сприяючи створенню стійких екологічних систем, робочих місць, продовольчій та економічної безпеки себе і країни.

Фактично, будучи творчими, інноваційними та інвестиційними центрами в сільській місцевості, родові поселення відтворюють умови для розвитку природно-ресурсного потенціалу. Інноваційний характер вирішення питань побуту та управління відрізняє родові садиби і родові поселення від інших категорій соціальної організації. Жителі родових поселень здійснюють інвестиційну та інноваційну діяльність, при цьому, не вимагають повернення своїх вкладень або доходу за них. Це принципово новий підхід до організації адміністративно-територіальних утворень у сільській місцевості.

Також вартою уваги є подальша стратегія розвитку малих і середніх форм підприємництва під час реалізації ідеї «Родова садиба». Зокрема, таким є зелений, сільський чи екологічний туризм як найменш витратний вид формат малого бізнесу одночасно пов’язаний із гештальт-підходом (формуванням або наявним образом – модулі суспільства майбутнього). Забезпечення стійкості такого бізнесу і споживчих переваг для його клієнтів забезпечується механізмами системного бачення цінності для майбутнього від створюваних послуг та товарів (їх довгострокової вартості). Останнє є причиною об'єднання індивідів у стійкі групи, що одночасно виконують виховну, природозахисну, інвестиційно-інноваційну та демографічну функції. В основі такого об'єднання лежить гештальт (цілісне ідеологічне бачення соціальної орієнтації), здатний змінювати споживчі пріоритети і просторові переваги суб'єктів (*Public Relations* нового світу). Соціально-економічна трансформація простору з технократичного на природний (природоцентричний) реалізується завдяки свідомого підходу (створенню образу, свідомого вибору людей щодо майбутнього планети та власних дітей). Це спричиняє не лише інтелектуально-психоемоційний вплив, але й як результат інформаційно-енергетичних змін дозволяє досягати синергетичного та мультиплікаційного ефекту для суспільства в цілому.

Отже, наразі ми є свідками становлення якісно нового підходу у бізнесі: реалізація соціально-екологічної діяльності стає продуцентом економічних доходів через усвідомлення суспільством нового формату свого існування – перетворення Землі в ідеальне середовище проживання для людини як то було передбачено Творцем. Активізація позитивного впливу на навколишнє середовище забезпечуватиметься через створення бренду здорового щасливого образу життя як гештальту (використання денотації – слів у звичайному значенні та конотації – використання вторинних асоціацій, полігамії – багатозначності словосполучень, синонімії – коли значення кодується різними словами). Ці елементи є свідомою рушійною силою суспільства як духовної сутності, яка забезпечує ефективність мислеформ і їх подальше сприйняття.

Література

1. Prysiazhniuk O., Buluy O., Plotnikova M. Cluster approach in administration of rural areas. *Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development*. 2018. 40(2), P. 118–127.

2. Walker, K. D., Plotnikova, M. Ecological settlement as a self-government model in rural areas. *Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development*. 2018. 40(3), P. 416–423.

3. Semenets, H., Yakobchuk, V., Plotnikova, M. Family Homesteads Settlements As The Subjects Of The Public Management In Rural Territories. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 2018. 40 (4), P. 587–598.

4. Ramanauskas J., Stasys R., Plotnikova M. Innovative approaches to rural development // Sustainable Development of Rural Areas: monograph / ed. prof. T. Zinchuk, prof. J. Ramanauskas. – Klaipėda: Klaipėda University; Kyiv: «Centre of Educational Literature», 2019. P. 80–99.

5. Sandal J.-U., Yakobchuk V., Lytvynchuk I., Plotnikova M. Institutions for Forming Social Capital In Territorial Communities *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. Vol. 41. No. 1. P. 67–76.

6. Якобчук В. П., Присяжнюк О. Ф., Плотнікова М. Ф., Булуй О. Г. Екологічні поселення як механізм управління багатофункціональним розвитком сільських територій. *Стратегія інклюзивного сільського розвитку на базі громад: проекти, реалії та європейські перспективи для України*: монографія / за ред. проф. Т. О. Зінчук. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. С. 316–334.

7. Якобчук В. П., Плотнікова М. Ф. Інноваційні механізми управління розвитком територіальних громад. *Економічний та управлінський потенціал соціальної економіки:* монографія / за заг. ред. З. І. Галушки. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. С. 208–223.

Полусмяк Ю.І.
к. е. н. доцент
Запорізький національний університет

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Досвід показує, що сьогодні лідируючі позиції займають ті країни, які найкраще за інших використовують знання, навички, вміння, компетенції людей, і, що дуже важливо, їх здатність до навчання впродовж усього життя. Тобто всі ті складові, які охоплює категорія "людський капітал". Згідно до досліджень МВФ та Світового банку, у 2018 р. Україна займала 50 місце з 157 представлених країн щодо Індексу людського капіталу в Україні. Досить високе місце в рейтингу пов'язане, на наш погляд, із започаткованими реформами систем охорони здоров'я та освіти. Питання розвитку людського капіталу особливо гостро стоїть в аграрному секторі економіки, який є стратегічно важливим для України. Це пов'язано з формуванням конкурентоспроможної національної економіки, орієнтованої на створення валової доданої вартості за рахунок переробки сировинних ресурсів, зокрема сільськогосподарського походження. При цьому людський капітал виступає одним із основних якісних факторів економічного зростання секторальної конкурентоспроможності економіки країни.

Аграрне підприємство може ефективно працювати за умови, коли воно має необхідний професійний і кваліфікаційний склад працівників, доцільну кадрову структуру. Основою трудового потенціалу аграрного сектору є сільське населення працездатного віку.

В Україні на початку економічних перетворень сільська місцевість вважалася трудодефіцитною, здатною забезпечити роботою значну кількість безробітних міських жителів. Але значне вивільнення працюючих з аграрних підприємств в процесі структурної перебудови і змін форм власності у сільському господарстві розширили масштаби ринку праці та призвели до формування протилежних тенденцій його розвитку в сільській та міській місцевостях. Окремою категорією соціально-трудових відносин є трудовий потенціал, величина якого базується на чисельності населення [2].

В аграрному секторі економіки України людський капітал має деякі особливості, а саме:

сезонність використання;

важкі умови праці;

слабкий розвиток соціальної сфери; нерівномірний розподіл людського капіталу по території країни;

низький рівень розвитку людського капіталу, який підтверджується недостатнім ступенем підготовки, кваліфікації працівників;

зростання рівня безробіття у сільській місцевості;

відтік молоді зі сфери аграрного виробництва;

низький рівень оплати праці.

В аграрному секторі економіки у 2019 році було зайнято близько 3 млн осіб (без урахування сезонних робітників), що становить 16% економічно активного населення України. Простежується тенденція невеликого, але збільшення зайнятого населення у підсекторі. Заробітна плата у аграрному секторі України у січні 2019 року зросла на 23,1% порівняно із січнем 2018 року та склала 7 360 грн, що на 23,1% більше, ніж за аналогічний період минулого року, коли зарплата складала 5 978 грн. Протягом 2018 року середньомісячна заробітна плата у сільському господарстві зросла на 24,4% [1].

Основні показники стану людського капіталу аграрного сектора за 2012—2019 роки свідчать про зниження відтворюваності трудових ресурсів. Зміни відбулися на всіх стадіях відтворення трудових ресурсів, починаючи з відтворення та розподілу й закінчуючи їх використанням. Так, на фазі формування почалися процеси поступового зменшення приросту сільського населення, кількості дитячих садків, навчальних закладів, що в свою чергу позначилося як на кількісному, так і якісному відновленні потенційної частини працездатного населення. На фазу розподілу, безперечно, вплинули міграційні процеси, небажання молоді працездатного віку працювати в аграрній сфері, пошук привабливіших способів одержання доходів [2].

Недостатня увага до розвитку людського капіталу призводить до значних суспільних витрат, завдає збитків добробуту людей, обмежує можливості сталого зростання та ефективності управління. Без інвестицій у своїх громадян неможливо забезпечити потужний економічний розвиток країни. Це становить серйозний виклик для нашої держави. Водночас, в Україні ще є значні резерви для розвитку людського капіталу. Завдання полягає в тому, щоб задіяти усі наявні політичні інструменти, здійснити значні інституційні перетворення у соціально-економічній сфері, щоб розвинути і використати цей потенціал на благо українського суспільства. Для забезпечення зростання продуктивності праці у сільському господарстві необхідно цілеспрямовано направляти інвестиції в людський капітал. Цільова програма повинна включати низку заходів й передбачати підвищення рівня зайнятості сільського населення, зниження диференціації доходів, інвестування в розвиток освіти та охорони здоров'я у сільській місцевості.

Література

1. Зарплата у сільському господарстві цьогоріч зросла на 23 % - Мінагро. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2654619-zarplata-u-silskomu-gospodarstvi-cogoric-zrosla-na-23-minagro.html (дата звернення : 21.01.2020).

2. Бородіна О.М. Людський капітал на селі: наукові основи, стан, проблеми розвитку. Київ : ІАН УААН, 2003. 277 с.

Ткаліч І.О.
старший викладач
Запорізький національний університет
Троїцька О.О.
к. біолог. н., с.н.с., доцент
Запорізький національний університет

АНАЛІЗ СТАНУ ВОДНИХ РЕСУРСІВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Національний інститут стратегічних досліджень України в аналітичній записці «Щодо вдосконалення агроекологічних умов функціонування сільського господарства» констатує, що стабільний економічний розвиток аграрного сектору залежить від ефективного використання задіяного у виробництві сільськогосподарської продукції природо-ресурсного потенціалу, а також дотримання сільгоспвиробниками вимог раціонального природокористування та збереження екологічних компонентів довкілля.

В останні десятиліття людство усвідомило наростання проблем глобального масштабу, пов'язаних з інтенсифікацією використання водних ресурсів. Сьогодні зрозуміло, що прісні водні ресурси, хоча і мають властивість відновлення в процесі глобального кругообігу води, але їх частка, придатна для використання обмежена – тобто, людство з ростом населення і економічного розвитку зіткнулося з наростанням дефіциту прісних водних ресурсів. Цей глобальний феномен обтяжений ще й процесами зміни клімату.

З огляду на світові екологічні проблеми, пов`язані з глобальними змінами клімату, вагоме значення для забезпечення екобезпеки і збалансованого розвитку аграрного бізнесу в Україні має збереження водних ресурсів. За оцінками фахівців, стійкість виробництва аграрної продукції у все більшій мірі буде залежати від раціонального і ефективного використання водних ресурсів і способів їх збереження. Досягнення продовольчої безпеки є одним із першочергових завдань у багатьох країнах, причому сільське господарство повинно не тільки забезпечувати продовольством зростаюче населення, але також економити водні ресурси для інших видів їх використання [1, с.15].

Зміна клімату, в значній мірі, є наслідком людської діяльності. Не зважаючи на спроби обмеження викидів парникових газів на міжнародному рівні та стрімкий розвиток альтернативної енергетики, об'єм викидів за останні 10 років у світі збільшився на 20%. У світі роблять невтішні прогнози. Відповідно до звіту Британського уряду, кліматичні зміни можуть коштувати приблизно 5% світового ВВП щорічно. Якщо справдяться найбільш песимістичні прогнози, ця цифра зросте до 20%. Збитки України будуть відрізнятися відповідно до того, наскільки наша держава буде вправною в адаптації економіки до зміни клімату. Так, за оцінками Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, 70% сільськогосподарських угідь України за кілька років будуть потребувати додаткового поливу. Це на 30% більше, ніж зараз.

Природні процеси зміни клімату людина зупинити не в змозі. Але вплинути на мінімізацію негативних наслідків своєї господарської діяльності вона просто зобов'язана. У цьому контексті, в першу чергу, слід працювати над зменшенням кількості шкідливих викидів, застосуванням енергозберігаючих технологій, диверсифікацією аграрного виробництва та корегування технологічних процесів в аграрному секторі. За даними Глобального огляду забруднення води сільським господарством ФАО і Міжнародним інститутом управління водними ресурсами, в даний час основними джерелами забруднення води в багатьох країнах є не міста або промисловість, а сільське господарство, оскільки найпоширенішими хімічними забруднювачами по всьому світу, є сільськогосподарські нітрати.

В проаналізованих наукових роботах відзначено, що основними природними речовинами і одночасно забруднювачами води є азотні сполуки, які є необхідними компонентами водних систем і водночас при перевищенні їх природних концентрацій стають токсикантами. За експертними оцінками частка нітратів з сільськогосподарських джерел складає від 30 до 90% всього біогенного забруднення вод.

Наслідком цього можна вважати евтрофування («цвітіння») води, що спостерігається все частіше не тільки на малих водних об’єктах, а й на р. Дніпро. Евтрофування та забруднення води – це основні процеси, що викликають деградацію річок, водосховищ, озерних систем і погіршення якості води. В умовах глобального потепління, зростання вмісту біогенних елементів спричинює інтенсивний розвиток синьозелених та деяких інших водоростей. Це супроводжується різким зниженням вмісту у воді кисню. Перенасичення води органічними сполуками стимулює розвиток сапрофітних бактерій (у тому числі особливо небезпечних хвороботворних), водних грибів, різко загострюючи епідеміологічну обстановку на водних об’єктах [2, с.538].

Підвищений вміст сполук азоту свідчить про погіршення екологічного стану водних об'єктів. Величини вмісту нітратів можуть використовуватися в якості індикаторного показника, що відображає процес забруднення та погіршення якості поверхневих вод, у тому числі, й сільськогосподарськими стоками [3, с.19].

Враховуючи те, що р. Дніпро – це близько 80% водних ресурсів країни, був проведений аналіз фондових даних, який дозволив визначити значення середньорічних та максимальних (найгірших) показників вмісту азоту нітратного у воді р. Дніпро з ДВС-1, ДВС-2 та ОВС ПАТ «Запоріжсталь» за період 2015-2019 рр. (табл. 1).

На основі проведеного зіставлення середньорічних та максимальних (найгірших) значень для досліджуваного показника – вмісту азоту нітратного, визначили клас та категорію якості води р. Дніпро з ДВС-1, ДВС-2 та ОВС ПАТ «Запоріжсталь», як за середньорічними, так і за максимальними (найгіршими) величинами. Вміст азоту нітратного у дослідних пробах з ДВС-1 за п’ятирічний період досліджень, змінювався за середньорічними величинами від 0,865 до 2,08 мгN/дм^3. У 2015 р. цей показник відповідав ІІІ класу та 5-тій категорії якості води (за станом «посередня»; за ступенем чистоти – «помірно забруднена»). У 2016-

2019 рр. показники вмісту азоту нітратного відповідали IV класу якості та 6-тій категорії якості води (за станом «погана»; за ступенем чистоти – «брудна»). За максимальними (найгіршими) величинами вмісту азоту нітратного визначено, що на протязі 2015-2017 рр. вони відповідали IV класу та 6 категорії якості, а у 2018 і 2019 рр. відбулося ще більше погіршення якості води і клас та категорія якості відповідали – V(7), що характеризує їх за станом як «дуже погані», а за ступенем чистоти - «дуже брудні».

Таблиця 1 - Значення середньорічних та максимальних (найгірших) показників вмісту азоту нітратного у воді р. Дніпро з ДВС-1, ДВС-2 та ОВС ПАТ «Запоріжсталь» за 2015-2019 рр.

Об'єкти відбору проб води	Значення вмісту азоту нітратного по роках (мгN/дм^3)									
	2015		2016		2017		2018		2019	
	Середньорічні	Максимальні	Середньорічні	Максимальні	Середньорічні	Максимальні	Середньорічні	Максимальні	Середньорічні	Максимальні
ДВС-1	0,865	1,34	1,368	1,82	1,863	2,14	2,02	2,51	2,08	2,55
ДВС-2	1,26	2,77	1,61	3,54	1,408	2,79	1,55	2,35	1,83	2,51
ОВС ПАТ «Запоріжсталь»	1,211	1,90	1,508	1,82	2,26	2,48	2,13	2,51	2,17	2,63

Дослідження проб води р. Дніпро з ДВС-2 показали, що за вмістом азоту нітратного за середньорічними величинами, всі п'ять дослідних років, були практично на одному рівні. Найменший вміст - 1,26 мгN/дм^3 був визначений у 2015 році, а найбільший - 1,83 мгN/дм^3 у 2019 р., що відповідає IV класу та 6-тій категорії якості води і характеризуються за станом як «погані», за ступенем їх чистоти - «брудні». За максимальними (найгіршими) величинами вмісту азоту нітратного визначено, що у 2015 році, вони відповідали V класу якості та 7-тій категорії якості води. У 2018 році спостерігалося незначне покращення якості дослідної води (IV клас та 6-та категорія якості). Але у 2019 році цей показник знову погіршився і відповідав V класу та 7-мій категорії якості (за станом - «дуже погані», за ступенем їх чистоти - «дуже брудні»).

За середньорічними величинами вмісту азоту нітратного виявлена стабільно незадовільна якість дослідної води р. Дніпро з ОВС ПАТ «Запоріжсталь». На протязі всіх п'яті років досліджень визначений IV клас і 6 категорії якості води. За максимальними (найгіршими) величинами виявлена негативна динаміка. У 2015 - 2018 рр. цей показник відповідав IV класу і 6 категорії якості, але у 2019 році ситуація ще більше загострилася і вміст азоту

нітратного відповідав V класу і 7 категорії якості води (за станом - «дуже погані», за ступенем їх чистоти - «дуже брудні»).

Отже, показники вмісту азоту нітратного в дослідних пробах води р. Дніпро з ДВС-1, ДВС-2 та ОВС ПАТ «Запоріжсталь», як за середньорічними, так і за максимальними (найгіршими) величинами, на протязі п'ятирічного періоду досліджень (2015-2019 рр.), були аналогічними, що підтверджує погіршення екологічного стану нашої головної водної артерії. Проведений аналіз дозволяє констатувати, що за вмістом азоту нітратного спостерігається стійка тенденція зниження якості води р. Дніпро.

Таким чином, для забезпечення ефективного ведення аграрного виробництва і подолання негативного впливу змін клімату на ефективність аграрного сектору економіки важливо, на ряду з іншими цілеспрямованими важливими заходами, посилити контроль за вмістом нітратів з метою покращення екологічного стану водних ресурсів р. Дніпро. Україні слід використовувати світовий досвід ведення економічної діяльності з урахуванням екологічних вимог збереження довкілля. У цілому, вирішення проблеми вдосконалення агроекологічних умов функціонування аграрного виробництва в Україні дозволить задовольнити окремі економічні, соціальні та екологічні інтереси держави і суспільства: на національному рівні – забезпечити поліпшення стану природних ресурсів, залучених до сільськогосподарського виробництва, зростання експортного потенціалу за рахунок виробництва екологічно чистої продукції; на громадському – задовольнити потреби у чистому довкіллі та якісній продукції; на підприємницькому – забезпечити зростання дохідності та підвищення соціальної відповідальності аграрного бізнесу.

Література

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ : КНЕУ, 2015. 783 с.

2. Солованюк О., Гулай Л. Роль нітрогенвмісних сполук в оцінці екологічного стану поверхневих штучних водоймищ. Збірник наукових статей "III-го Всеукраїнського з'їзду екологів з міжнародною участю"(Екологія/Ecology–2011). 2011. С. 537-539.

3. Троїцька О. О., Ткаліч І. О., Бакарджиєв Р.О., Болтянська Н.І. Дослідження впливу виробництва сільськогосподарської продукції на екологічний стан водних ресурсів. Науковий вісник ТДАТУ ім. Д. Моторного [Електронний ресурс]. Мелітополь: ТДАТУ, 2020. Вип. 10, том 1. URL: http://oj.tsatu.edu.ua/index.php/visnik. DOI: 10.31388/2220-8674-2020-1.

Томчук О.В.
к.е.н., доцент
Донецький національний університет імені Василя Стуса

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ АГРОПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИЙ ЧИННИК

Здійснення ефективної економічної діяльності виступає основною для досягнення позитивної динаміки у формуванні високорозвинутого суспільства, в першу чергу завдяки оптимізації процесів залучення, розподілу та використання продуктивних сил і ресурсів. Розвиток проривних технологій, інтенсифікація та повсюдність їх використання, процеси глобалізації, обґрунтування потреби у забезпеченні збалансованого зростання, реструктуризація економіки та інші властивості, характерні сучасному постіндустріальному періоду розвитку, виступають у якості новітнього середовища функціонування соціально-економічних систем та обумовлюють необхідність перегляду підходів до здійснення управління економічним розвитком. Особливо актуальним цей перегляд є для регіонів та територій агропромислового спрямування, оскільки в умовах набуття економічними відносинами постіндустріального характеру у якості основної складової створення доданої вартості розглядається сфера послуг, тоді як доля високорозвинутого сільського господарства у її складі значно знижується. Процеси структурної перебудови економіки відбуваються досить повільно, що з огляду на інтенсифікацію змін у навколишньому середовищі вимагає пошуку напрямків їх пришвидшення за рахунок оптимізації використання наявних ресурсів, в першу чергу людських.

Соціально-економічний розвиток пов’язується з прогресивною зміною структури економіки, яка забезпечує формування таких секторів, що стають драйверами економічного зростання та соціального прогресу. Цей підхід вперше висвітлено в роботах Д. Тапскота [1], пізніше докладно обґрунтовано в дослідженнях Р. Хаусмана [2], Д. Родріка та ін., однак дотепер з огляду на притаманні постіндустріальній економіці суперечності, немає однозначного трактування найбільш точних вимог до її реалізації. Здебільшого у розвинених країнах основним показником реалізації постіндустріальної моделі виступає зростання рівня інноваційної продукції, оптимальне використання людського потенціалу, спроможного виступати двигуном креативності та інновацій, активний розвиток науки. Для українського суспільства подібні реалії є нажаль не такими оптимістичними, що досліджувалось у роботах Ю. Власенка, Л. Лебедєвої, Д. Лук’яненка, О. Мельника, Б. Стеценка та ін.

Отже, для стимулювання економічного розвитку країни або території відповідно до постіндустріальних вимог необхідно створити умови для формування і розвитку сучасних високотехнологічних галузей, які є конкурентоспроможними і формують попит на людський капітал. Згідно вимог постіндустріальної економіки в структурі ВВП близько 80% повинна займати

сфера послуг, а ще 20% ділять між собою розвинена переробна промисловість та високотехнологічне сільське господарство, що формує особливі вимоги до кількості та якості робочої сили (високий рівень освіти і професійної підготовки, інноваційності та креативності, наявність розвинутих підприємницьких здібностей, готовність до постійного розвитку та зростання). З огляду на це економіка такого типу характеризується формуванням якісно нових соціально-трудових відносин, які забезпечуватимуть не лише гарантований рівень заробітку, але й одночасно максимізуватимуть можливості реалізації людського потенціалу.

В структурі валової доданої вартості економіки України роль агропромислового сектору залишається високою, та продовжує нарощувати темпи економічного зростання. Згідно прогнозів на найближчі два роки доходи сільськогосподарського сектору зростатимуть щорічно на 12-13% [3], тоді як вже у 2020 році доля сільськогосподарської продукції в структурі експорту досягла 48%. Частково досягнення подібних результатів пов'язано із процесами відродження сільськогосподарських підприємств, впровадженням новітніх технологій у виробництво, наявності високого попиту на світових ринках. Однак, без чітко визначених стратегічних пріоритетів розвитку, зокрема подолання диспропорцій на рівні регіонів, у далекоглядній перспективі сфера сільського господарства стикнеться з новими проблемами та більш глибокими кризовими явищами.

Вінничина є одним із типових регіонів, в якому переважає аграрне спрямування, одночасно розвиненим є промисловий комплекс, транспортно-логістична галузь, сфера торгівлі. Однак, структура економіки регіону не відповідає сучасним тенденціям суспільної динаміки та не сприяє розвитку і нагромадженню людського потенціалу необхідної якості та кількості, оскільки характеризується суперечними процесами у соціально-трудовій сфері (зменшення чисельності населення, малокваліфікована та низькооплачувана зайнятість, застаріла структура економіки регіону тощо). Розподіл зайнятого населення віком 15-70 років за видами економічної діяльності має таку структуру: переважає сільське, лісове та рибне господарство (34% зайнятих), далі йде оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (19,2%), на третьому місці промисловість (10,7%) (рис. 1).

Знижується доля виробництв, що потребують працівників з високим рівнем освіти і креативності (з 38,4% у 2015 році до 35,4% у 2019 році). Це вказує на те, що в регіоні практично не відбувається розвитку знаннєвої та креативної економіки, що обумовлює зниження попиту на висококваліфіковану робочу силу, труднощі працевлаштування, які не сприяють розвитку і нагромадженню людського потенціалу регіону. Також в регіоні переважає неформальна зайнятість, оскільки кількість найманих працівників підприємств та приватних підприємців у 2019 році складала 280,2 тис. осіб – 42% усіх зайнятих [5].

Найбільш поширеною неформальна зайнятість є в сільському господарстві і торгівлі, переважає самозайнятість населення, поширеною є тіньова зайнятість, що не забезпечує гідних умов праці та дотримання трудового законодавства.

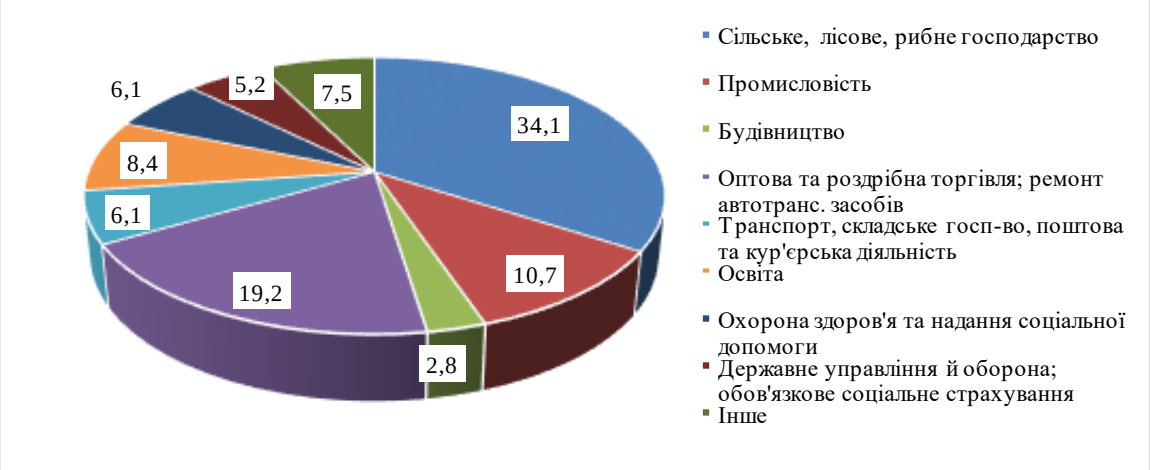


Рисунок 1 – Динаміка і структура зайнятості Вінницької області за видами економічної діяльності [4]

Заробітна плата за останні п’ять років зросла у 2,7 рази, а середньодушовий наявний дохід – у 2,3 рази, однак рівень цих показників є нижчим за середній по Україні. Окрім того, низький рівень урбанізації сільських територій позначається на якості та умовах життя населення, в тому числі інтелектуального і культурного, обумовлює гірші можливості зайнятості для людей з високою освітою і кваліфікацією та доступності до закладів соціальної і побутової інфраструктури. Це спонукає здебільшого молодих людей та осіб середнього віку виїздити в інші регіони і країни, обумовлює зниження народжуваності та старіння населення. За умови і подальшого ігнорування проблем соціально-трудової сфери і людського розвитку агропромислова галузь Вінницького регіону не отримає необхідного поштовху для здійснення технологічної модернізації, формування високого рівня конкурентоздатності, нарощення обсягів прибутковості.

У стимулюванні економічного розвитку регіону визначальну роль відіграє соціально-економічна політика регіонального управління, її націленість на вирішення проблем людського розвитку, формування бази для здійснення необхідних структурних і якісних перетворень. У 2020 р. було затверджено Стратегію збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року, однак аналіз її цілей і завдань не свідчить про наявність комплексного і системного підходу щодо вирішення питань соціально-трудової сфери, простежується недостатня спрямованість на забезпечення прогресивних структурних змін в економіці регіону та низька націленість на підвищення життєвого рівня населення, забезпечення гідної праці. На поточний момент Вінницька область має недостатнє інституційне забезпечення регіонального людського розвитку (відсутність програми зайнятості населення, недостатня ефективність стратегій розвитку малого та середнього підприємництва та програм розвитку міжнародного та транскордонного співробітництва, туризму).

В умовах суттєвих структурних трансформацій, обумовлених технологічними чинниками, керівництво міст або інших територіальних утворень має спрямовувати зусилля на формування таких сфер економічної

діяльності, які б стали полюсами зростання і акумуляції людського потенціалу та драйверами розвитку територій, що повинно бути забезпечено на основі послідовної реалізації наступних напрямків стратегічного управління: забезпечення зростання рівня зайнятості у високотехнологічних секторах економіки, зростання попиту на висококваліфіковану робочу силу, зростання, підвищення трудових доходів населення; стимулювання розвитку підприємницької діяльності, що охоплює усі верстви населення, базується на застосуванні принципів соціального підприємництва, забезпечує стійке зростання підприємницького доходу; зростання місцевих доходів та підвищення частки витрат на соціальний розвиток територій, зростання добробуту; усунення будь-яких проявів соціальної нерівності, розширення доступу до якісних освітніх, медичних, культурних послуг, комфортних побутових умов життєдіяльності; розширення можливостей для соціальної активності, соціальної самореалізації людини, соціальної згуртованості, сприяння розвитку та можливості креативної самореалізації.

Аналіз динаміки та структури економіки, а також основних соціально-трудових показників Вінницького регіону, свідчить про наявність несприятливого середовища для забезпечення стійкого економічного зростання, а саме збільшення потреби у працівниках з високим рівнем освіти, компетентності, креативності. Зазначене негативно позначається на формуванні людського потенціалу регіону, внаслідок чого спостерігається зниження мотивації до отримання вищої освіти, зростає рівень безробіття та міграції населення. З огляду на це першочерговим завданням сфери стратегічного управління регіону представляється перегляд цільових орієнтирів довготермінового планування, приділення уваги формуванню середовища зростання та зміцнення людського потенціалу і можливостей його застосування в економіці з урахуванням постіндустріальних вимог.

Література

1. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Тапскотт ; пер. с англ.– К. : INT Пресс ; М. : Рефл-бук, 1999. – 432 с.

2. Hausmann R., Klinger B. (2007). The structure of the product space and the evolution of comparative advantage. CID Working Paper, No. 146.

3. Анализ динамики структуры ВВП Украины. Прогноз на 2020-2022 гг. Capital Times. URL: https://www.capital-times.com/analysis-of-ukraines-gdp-dynamics

4. Зайняте населення за видами економічної діяльності та регіонами у 2015 і 2019 роках. Статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2019 році. Головне управління статистики Вінницької обл. https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/6487-2018-10-23-13-30-06.html

Третьяков Д. Е.
аспірант
Запорізький національний університет
Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет

ЛІДЕРСТВО У АГРОБІЗНЕСІ: ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ

Лідери присутні скрізь, але агробізнес - це, мабуть, найкраща сфера, де можна реалізувати свій власний потенціал. Не дивно, що багато керівників аграрних підприємств після досягнення певного ступеня успіху та накопичення значного багатства, можливо, варто зайнятися політикою, яка часто зустрічається з різними ступінь успішності.

Сільське господарство стикається з серйозними проблемами через прискорене зростання технологічних змін, економічний тиск і конкуренцію, соціальні проблеми (наприклад, зайнятість молоді), стійкість і інші екологічні проблеми. Для того, щоб впоратися з цими проблемами і забезпечити потреби суспільства (достатньою кількістю продуктів харчування та клітковини), фермери повинні брати активну участь в плануванні і реалізації програми розвитку сільського господарства.

Стійкий розвиток агробізнесу вимагає потужної спільноти фермерів для вирішення проблеми і розвитку їх фізичного, соціального і економічного благополуччя. Це можливе при наявності мотивації сільських лідерів, які підтримують імпульс. А успішний сільський лідер намагається розширити можливості інших і збільшує їх участь в різних проектах і заходах; а також він веде сільське господарство, агробізнес і некомерційні сільські організації (розширення, молодіжні клуби) до успіху.

В кінцевому підсумку відповідальність за виконання політика і програми, необхідні для сталого розвитку повинен брати на себе лідер. Важливо, щоб почали використовувати їх навички, знання та ідеї в поточні стратегії, а також розвивали їх потенціал лідерства у вирішенні завдань сталого розвитку. Здатність до інновацій, творчості і лідерство всюди, але лідерство і здатності розвиток мають пряме відношення до різноманітності і складність ситуацій, з якими стикаються фермери. Місцеві лідери, які взаємодіють щоденно з іншими фермерами можуть впливати на їх сприйняття, почуття і продуктивність, а також в кінцевому підсумку - на загальну здатність сільської громади.

Слід також підкреслити, що гендерний аспект у агробізнесі все ще залишається гострим. В ході кількох досліджень було виявлено, що жінки в діловому світі воліють узгоджувати робоче та сімейне життя, що в деяких випадках може затримати їх зростання як керівників підприємств. Дано цей профіль та гендерний розрив у традиційних компаніях, здається очевидним, що формула кооперативу краще підходить керівникам жінок. Крім того,

кооперативний рух краще узгоджується з цілями та стратегіями спільних дій зростання та боротьба із соціальною нерівністю.

Модель лідерства допомагає визначити архетипи, які могли б найбільш ефективно просувати бізнес. Кожен архетип лідера має переваги в певній галузі, такі як: функціонування, розвиток бізнесу або інтеграція злиття та поглинання. Суміш архетипів у лідерській моделі впливає на виділену поведінку і може мати вирішальне значення для успіху зусиль із трансформації. Компанія розробила модель лідерства, яка орієнтована на основні цінності, такі як доброчесність і чесність, колективна робота та корпоративний дух, і гордість за організацію та її роботу. Коли член команди може судити про свою власну ефективність та визначити сфери успіху та можливість, досягається максимальна вигода.

Лідер, який розвиває лідерів, є тим, хто може утримувати та розвивати людей, перспективи яких відрізняються від його особистих. Люди, яких просуває лідер, є показником здібностей (або їх відсутності) для створення різноманітності. Для того, щоб перемогти на багатьох фронтах у складному світі, керівникам потрібно розвивати в собі лідерство.

Реагувати на почуття своїх підлеглих - це якість справжнього керівника. Тому, якщо хтось схильний винуватити кожного за якісь помилки, вона або він повинен спробувати притягнути себе до відповідальності. Конфлікти в робочому середовищі відбуваються щодня. Керівник має завдання допомогти як посередник у вирішенні конфліктів, якщо він хоче бути лідером.

Власники малого та середнього агробізнесу з більшим досвідом управління мають власне бачення стратегії зростання на зовнішніх ринках, які можуть збільшити ймовірність їх експорту.

Таким чином, лідери представляють ключову особливість будь-якого бізнесу. Без них компанії, великі та малі, ніколи не досягнуть успіху.

Ефективність агробізнесу та організаційні результати взаємозамінні, оскільки всі вони означають одне і те ж. Це може бути пов’язано занадто великою довірою до використовуваних ними методів і моделей, при цьому важливість концептуалізації організаційної продуктивності ігнорується.

В багатьох дослідженнях, проведених в економічних традиціях, наголошувалось на важливості зовнішніх ринкових факторів при визначенні результатів діяльності організації, при цьому в інших спиралися на поведінку та соціологічну парадигму.

Загалом, внутрішні мотиваційні фактори підприємців мають значний вплив на зростання малого та середнього агробізнесу. Такі підприємці здатні контролювати результати, а їхні дії визначають досягнення винагороди.

Ефективне керування обумовлює оптимальність використання нявних ресурсів організації при вирішенні проблемних ситуацій і її здатністб своєчасно адаптуватися до вимог ринку та розрахувати майбутні досягнення. В кризових умовах результативність агробізнесу обумовлена наявним потенціалом лідерства. А його можливо розвивати використовуючи досвід США щодо програм розвитку лідерства.

Державні програми розвитку лідерства в США зазвичай набирають від двадцяти п'яти до тридцяти перспективних лідерів, і збирають цих лідерів на

вісім-дванадцять семінарів протягом вісімнадцять місяців або двох років. Крім державних семінарів, ці програми зазвичай включають освітні поїздки як до Вашингтона, округ Колумбія, так і за кордон.

Основна мета таких програм - відібрати молодих сільських або сільськогосподарських лідерів і розвивати свої знання, навички та мережі, щоб вони могли реалізувати свій потенціал як керівники регіональних і національних організацій.

Незалежно від національних пріоритетів, підтримуючи малий агробізнес, потенційних лідерів бізнесу слід підтримувати як у фінансовому плані, так і через різні курси, майстер-класи, програми тощо.

Література

1. Романовський О.Г., Михайличенко В.Є. Філософія досягнення успіху / О.Г. Романовський, В.Є. Михайличен(ко. — Харків: НТУ "ХПІ", 2003. — 691 с.

2. Рудська А.І. Психологічні особливості лідерства в умовах реалізації соціальних проектів: автореферат канд. дис. за спец. 19.00.05 — соціальна психологія. — КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2013.

Хацер М.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва,
менеджменту організацій та логістики
Запорізький національний університет

ПРОБЛЕМАТИКА ВЗАЄМОДІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ З ІНШИМИ СЕКТОРАМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У сучасних умовах розвитку економічної системи України саме аграрна галузь є однією з найбільших та таких, що швидко розвивається. Також необхідно відмітити ключове значення аграрного виробництва у забезпеченні національного експорту, залученні інвестицій, у тому числі закордонних, формуванні сприятливого соціального середовища в країні та зниженні рівня безробіття. З іншої сторони аграрний сектор не зміг у повній мірі стати драйвером української економіки та згенерувати достатній позитивний синергетичний ефект для інших галузей економічної системи країни. Аграрне виробництво формує значний попит на імпортні товари, у той же час досить слабо взаємодіє з національними виробниками. Можливо відмітити наявність значних проблем у взаємодії сільськогосподарських виробників та фінансового ринку і ринку фінансових послуг, а також сфери послуг, у тому числі відносно розробки інформаційних продуктів. На окрему увагу заслуговує низька соціальна активність більшості агропідприємств, що несе в собі проблеми розвитку сільських територій та сільських громад. Виробники сільськогосподарської продукції на змогли або не схотіли взяти на себе відповідальність відносно розвитку територій здійснення ними господарської діяльності, що критично негативно впливає на розвиток місцевого самоврядування та місцевих громад, у тому числі через роботу значної кількості агровиробників по «сірим» або «тіньовим» схемам.

Відзначаємо значний інтерес вітчизняних та закордонних науковців до розвитку аграрного сектору української економічної системи та його взаємодії з іншими секторами економіки країни. На особливу увагу заслуговують наукові напрацювання: Н.В. Волошанюк та А.К. Сьомки [1]; О.В. Анисенко та К.В. Вакар [2]; Ю.О. Луценко [3]; Я.І. Костецького [4]; М.В. Шашиної, О.В. Захарченко, О.В. Дарушина, З.М. Бурік, М.І. Шпінковської [5]; А. Дунай [6]; К. Цакі, Х. Крея, С. Зорі [7]; А. Кімхі, З. Лермана [8] та інших вчених. У той же час необхідно відмітити, що проблематика взаємодії аграрного сектору з іншими секторами економіки України потребує подальшого дослідження.

Розглядаючи проблеми взаємодії аграрного виробництва з іншими галузями української економічної системи необхідно відмітити такі ключові напрямки формування проблем: взаємодія сільськогосподарських підприємств з суб'єктами господарювання ринку фінансових послуг; взаємовідносини аграрних підприємств з промисловими підприємствами; взаємодія агровиробників з суб'єктами підприємницької діяльності зі сфери послуг.

Відносно взаємодії сільськогосподарських підприємств з суб'єктами господарювання ринку фінансових послуг то тут слід виділити такі ключові проблеми:

1. Обмеження доступу до фінансових послуг аграрних підприємств, особливо що стосується середніх та особливо малих (фермерських) суб'єктів підприємництва. Наведене викликане як недостатнім розвитком ринку фінансових послуг в Україні, так і проблемами в підготовці керівних кадрів на аграрних підприємствах.

2. Недостатній розвиток інфраструктури ринку фінансових послуг, що критично знижує попит на такі послуги зі сторони сільськогосподарських підприємств. Переважно підприємства ринку фінансових послуг знаходяться у великих містах, у той час як агровиробники здійснюють власну фінансово-господарську діяльність у сільській місцевості.

3. Відсутність маркетингу на ринку фінансових послуг, який орієнтований на сільськогосподарські підприємства, що призводить до не бажання агровиробників купувати фінансові продукти, які не адаптовані до їх специфіки у фінансовій та господарській діяльності.

4. Недостатній обсяг об'єктивної інформації, що породжує недовіри зі сторони аграрних суб'єктів господарювання до ринку фінансових послуг взагалі та його окремих представників.

Взаємовідносини аграрних підприємств з промисловими підприємствами породжують наступні ключові проблеми:

1. Низька ступінь взаємодії промислових виробників з агропідприємствами відносно врахування їх вимог щодо виготовлення продукції для сільського господарства, особливо, що стосується сільськогосподарської техніки та обладнання для малих фермерських господарств.

2. Недостатні можливості промислових підприємств відносно формування сприятливих для агровиробників фінансових умов купівлі промислової продукції, особливо відносно кредитування та відстрочки платежів.

3. Критично низький рівень гарантійного та сервісного супроводження вітчизняного сільськогосподарського обладнання і техніки зі сторони українських виробників.

Взаємовідносини агровиробників з суб'єктами підприємницької діяльності зі сфери послуг стикаються з такими головними проблемами:

1. Не достатня інформованість сільськогосподарських підприємств відносно особливостей споживання ряду послуг та їх впливу на фінансово-господарську діяльність агровиробників. Мова йде про консультативні, інформативні послуги, а також послуги з розробки інформаційних продуктів для аграрних суб'єктів підприємницької діяльності.

2. Складності у взаємодії з операторами ринку логістичних послуг та низька ефективність такої взаємодії, як зі сторони сільськогосподарських підприємств, так і зі сторони суб'єктів господарювання, що надають логістичні послуги.

3. Майже повна відсутність взаємодії з компаніями, що надають маркетингові послуги або акцент тільки на рекламу без проведення

маркетингових досліджень розвитку світового, міжнародних та національного аграрних ринків.

4. Не достатня підготовка керівників, особливо фермерських господарств, відносно оцінки використання аутсорсингових послуг, особливо в сфері безпеки та управління фінансами.

Підсумовуючи дослідження проблематики взаємодії аграрного виробництва з іншими галузями української економічної системи слід наголосити на важливості локалізації ключових проблем та розробки шляхів їх усунення з залученням всіх зацікавлених сторін, куди слід віднести: державні владні інститути, органи місцевого самоврядування, ЗМІ, представників аграрних підприємств та підприємств з інших галузей економіки країни. Особливу увагу при вирішенні проблем взаємодії аграрного сектору з іншими секторами економіки України слід звернути на імплементацію закордонного досвіду та адаптацію його до особливостей функціонування суб'єктів господарювання в країні.

Література

1. Волошанюк Н.В. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*: Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство Ужгород : Гельветика, 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 45–49.

2. . Анисенко О.В. Розвиток аграрного сектора економіки України в умовах інституційних змін. О.В. Анисенко, К.В. Вакар. *Агросвіт.* 2018. №. 9. С. 27-32.

3. Луценко Ю.О. Розвиток аграрного сектору економіки України: прогнози та перспективи. *Науковий вісник Мукачівського державного університету.* Сер.: Економіка. 2015. №. 2 (2). С. 30-34.

4. Костецький Я.І. Стратегія формування і розвитку аграрного сектору України: теорія та практика: монографія. Тернопіль : ТНЕУ. 2017. 356 с.

5. Shashyna M. V. et al. Agroindustrial complex in the Eastern European countries in the context of sustainable development. M.V. Shashyna, O.V. Zakharchenko, O.V. Darushyn, Z.M. Buryk, M.I. Shpinkovska. *The Journal of Social Sciences Research*. 2018. № 5. pp. 549-562: 5.

6. Dunay A. Challenges for the Agricultural Sector in Central and Eastern Europe. Budapest : Agroinform Publishing House, 2014. 264 p.

7. Csáki C. The agrarian economies of Central-Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States: An update on status and progress in 2005. C. Csáki, H. Kray, S. Zorya. - World Bank : ECSSD Working Paper. No 46, 2006. 175 p.

8. Kimhi A. Agricultural Transition in Post-Soviet Europe and Central Asia after 25 Years. Brussels: IAMO, 2015. 332 p.

Черемісін О. В.
д. і. н., професор
Херсонський державний аграрно-економічний університет

РИНКОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН НА ПІВДНІ УКРАЇНИ: ДОСВІД МІСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ XIX – ПОЧАТКУ XX ст.

Наприкінці XVIII ст. на міста Півдня України було розповсюджено цілком нове явище для всієї імперії – велике міське землеволодіння. Інші міста держави володіли не значними земельними ресурсами [1, с. 362-384]. Міське землеволодіння стало досить значним і структурованим явищем, але у муніципалітетів було відсутнє бажання брати участь у модерністичному розвитку земельних володінь. Сподівання уряду на те, що міста стануть за рахунок цього золотими мільйонерами, виявилися марними. Оскільки феодальні пережитки виявилися сильнішими, ніж модерні тенденції, і вилилися з одного боку, у грабунок міщанського стану, а з іншого – у некерований процес самозахоплення земель та перетворення їх на приватну власність і несплату орендної платні.

Міське положення 1870 р. внесло у розвиток муніципальної земельної політики певні зміни, пов'язані головним чином із процесом купівлі-продажу земельної власності [2, с. 820-839]. Так, нове положення надало права міському самоврядуванню від імені громадськості купувати та відчужувати нерухоме майно, укладати договори, виступати позивачем у суді та брати участь в якості відповідача у майнових суперечностях. Цим визначалося право власності муніципалітетів на земельні фонди, право встановлення цін за оренду або користування міськими земельними ресурсами, надання концесій на будівництво різних підприємств на міських землях, які входили до складу міст або виходили за їх межі.

Було визначено, що міські землі ставали об'єктом ринкових відносин. Контроль за діями міського самоврядування у сфері земельної політики посилився після Міської реформи 1892 р. Так, за новими положеннями муніципалітети повинні були на встановлення цін на земельні ресурси затверджувати у губернаторів, а Міністр внутрішніх справ повинен був затверджувати постанови міського самоврядування у питаннях відчуження нерухомої власності [3, с. 430-456]. Таким чином, контроль за проведенням муніципальної земельної політики був поділений між різними рівнями підпорядкування, що значно послабляло пристосування до ринкових умов діяльності.

В усіх бюджетах міст південноукраїнського регіону виділялася спеціальна частка, які міста отримували за рахунок господарського використання міських земель та угідь. Л. Цибуленко досить слушно вважає, що серйозно до проблеми розвитку земельної власності почало ставитися херсонське самоврядування, постійно працюючи над удосконаленням її продуктивності. Щоб впорядкувати

земельне господарство, муніципалітет розділив орну міську землю на 5 категорій залежно від вартості. Це призвело мінімізацію спекуляцій, пов'язаних із земельним господарством. Демографічне зростання населення супроводжувалося подрібненням господарств орендарів. Херсонське самоврядування спиралось у своїх діях на досвід Великобританії, Німеччини та США, а тому постійно піклувалося про систематичне угноєння ґрунтів, розвиток азот-поглинаючих бактерій, змішану плодозміну та використання вдосконалених механізмів. На рубежі XIX – XX ст. муніципалітет вирішив, що отримувати орендну платню за користування земельним міським господарством не достатньо, натомість – потрібно негайно розробити програми оптимального землекористування, які полягали в розвитку зрошування, обробки полів, розумної сівозміни [4, с. 32-40].

Одеський муніципалітет творчо й раціонально підходив до проблем користування земельними ресурсами з метою збільшення прибуткових надходжень до бюджету, пошуку альтернативних варіантів розвитку господарства й широкого задоволення попиту міського населення на землю. Але, не дивлячись на значні зусилля одеського самоврядування, після 1912 р. помічається різке падіння надходжень до бюджету за цією статтею, що пов'язувалося із великими неврожаями. Тому, довелося покладати великі зусилля для запобігання розоренню орендарів міської землі. Проблема була в тому, що міські орендарі були слабко забезпечені технічними засобами для обробки землі, що вплинуло на зниження продуктивності праці та збільшилась орендна платня. З наведеного можна зробити висновок про низький рівень агрокультури на міських землях. За умови зростання попиту на землі управа запроваджувала торги з високими цінами. Планувалося, що цей захід збільшить надходження до бюджету, але у 1914 р. вдалося зібрати лише 73 тис. руб., що склало 1,6%.

У досліджуваний період загальноприйнятим явищем у розвитку міської земельної політики була здача землі в оренду з торгів. Миколаївський муніципалітет відмовився від цієї практики. У Миколаєві було скорочено термін оренди до 1 року. У 1903 р. управа порушила питання про підвищення продуктивності праці на міській землі. Частково зазначену проблему намагалися вирішити за рахунок зрошування. З цією метою орендарям під час укладання договору оренди обов'язково приписувалося налагодити систему поливних коліс. Подібні заходи призвели збільшення вартості землі, навіть не дивлячись на те, що у 1896 р. до міської власності потрапило 4 тис. дес. Загалом бюджетні надходження із земельного господарства були достатньо активними, не дивлячись на постійні недобори, складали вагому частку прибутків і становили у 1913 р. 223 209 руб., тобто 20,1% [4, с. 32-40].

У власних висновках Л. Цибуленко зауважувала, що міське землеволодіння мало певні законодавчі обмеження, але продовжувало свій розвиток. Було сформовано механізми схем оренди різних категорій земель, створювалася система заохочень щодо використання досягнень агротехніки, а у разі потреби запроваджувалася система пільг для хуторян. Збільшення цін за орендну платню призводило збільшення надходжень до міських бюджетів. Господарська

діяльність відрізнялася не лише наполегливістю, а й творчим пошуком – використанням наукового потенціалу, напрацювань Новоросійського університету [4, с. 32-40].

У результаті виходило, що тільки три міста (Херсон, Одеса та Миколаїв) Херсонської губернії намагалися певним чином поліпшити й модернізувати землекористування на міських землях і збільшити прибутковість до кошторисів. В інших містах губернії муніципалітети цілком задовольнялися стягненням орендної платні й на цьому ставили крапку власної діяльності. У заштатних містах навіть спроби не помічалося модернізувати земельну політику, залишившись у ментальності ще дореформених часів. На самоврядні громадські інститути заштатних і більшості повітових міст жодним чином не вплинули ні зміни законодавства, ні модернізаційні приклади адміністративних центрів губернії.

Таким чином, розвиток модернізаційних процесів на Півдні України виявився в значних і швидших темпах. Завдяки існуванню великого міського землеволодіння самоврядування отримало у розпорядження значно вищі прибутки до міських бюджетів, які можна було використовувати на неприбуткові заходи. В землекористуванні муніципалітети виявилися менш мобільними у досліджувані часи і значно менша кількість міст намагалася провести модернізацію в міському аграрному секторі. В свою чергу, модернізація міського простору життя за рахунок використання величезного земельного потенціалу давала можливість самоврядуванню наповнювати бюджети та перерозподіляти кошти на благоустрій, освіту та медичну сфери та інженерно-технічну модернізацію комплексу життя.

Швидкі темпи модернізації виявилися у формуванні великого міського землеволодіння, прибутки від експлуатації якого, використовувались самоврядуванням як на неприбуткові заходи (благоустрій, освіту та медицину), так і на прибуткові заходи – модернізацію інженерно-технічного спектру міського життя (водогони, каналізацію, електрофікацію). В основі модернізаційних процесів Півдня були аналоги західноєвропейських прикладів, тому розповсюджувалося бажання діяти по-модерному (по-європейськи).

Література

1. Жалованная грамота на права и выгоды городам Российской империи. *Полное собрание законов Российской империи*. СПб.: Тип. 2 отд. Е. И. В. Канцелярии, 1843. Собр. 1. Т. XXII. С. 362 – 384.

2. Городовое положение 16 июня 1870 г. *Полное собрание законов Российской империи.* СПб.: Тип. 2 отд. Е. И. В. Канцелярии, 1873. Собр. 2. Т. XXXXV. Отд. 1. С. 820 – 839.

3. Городовое положение 11 июня 1892 г. *Полное собрание законов Российской империи.* Собр. 3. СПб.: Тип. 2 отд. Е. И. В. Канцелярии, 1893. Т. XII. С. 430 – 456.

4. Цибуленко Л. О. *Діяльність органів самоврядування Одеси, Миколаєва, Херсона щодо формування і розвитку муніципальної земельної і виробничої власності в XIX – на початку XX століть.* Дис… канд. іст. наук: 07.00.01. Дніпропетровськ, 2001. С. 32 – 40.

Шишкин В.А.
к.э.н., доцент
Запорожский национальный университет

АНАЛИЗ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

Уже много лет агропромышленный комплекс является одним из главных бюджетообразующих, наиболее прибыльных и наиболее привлекательных для инвестирования секторов экономики Украины.

Сегодня экспорт продукции национального агропромышленного комплекса оценивается в $ 18 600 000 000, что составляет 39,4% от общего экспорта, а производство сельскохозяйственной продукции составляет 10,1% от национального ВВП. Украина является лидером по экспорту на мировой рынок подсолнечного масла и шрота. Также страна поднялась с третьей на вторую позицию по реализации рапса на внешнем рынке и вошла в тройку лидеров по экспорту грецких орехов. За последние четыре года Украина увеличила на 16% внешние поставки рапса и на 18% сои. Из продуктов переработки лидерство по-прежнему удерживает подсолнечное масло, экспорт которого за последние 4 года вырос на 16%. Также наше государство занимает 8 место в мире по производству зерновых культур и входит в пятерку стран-лидеров, которые экспортируют сельскохозяйственную продукцию странам Европейского Союза. При этом, Украина занимает первое место по темпам роста импорта сельскохозяйственной продукции из стран ЕС [1].

Уже несколько лет подряд главными национальными зернотрейдерами в Украине являются компании-экспортеры – ООО СП «Нибулон» (13,7% от общего объема экспорта), «Кернел» (9,9%), «Louis Dreyfus Company», «Glencore», корпорации «Cargill», Государственная продовольственно-зерновая корпорация Украины, и «Cofco» (доля которых составляет 71% от общего объема экспорта зерна).

Небольшое количество украинских компаний-экспортеров зерновых связана с высокой капиталоемкостью вида бизнеса. Ведь только для фрахта одного судна для отправки 50 тыс. тонн груза необходимо потратить $ 15 млн. В 2019 году значительную часть мирового производства зерновых, в частности пшеницы, обеспечили страны-экспортеры зерна с Причерноморья. Так, Украина, Россия и Казахстан обеспечили 40% мирового спроса на зерно. Согласно прогнозам продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций, в 2020 году продажи пшеницы на внешние рынки с Причерноморского региона увеличатся на 4% и достигнут 61 млн тонн. Странами-лидерами по изготовлению зерновых по показателям прошлого года является Китай, США, страны ЕС, Индия, Бразилия, Россия, Аргентина, Украина, Канада и Индонезия [2, с. 12].

Украина имеет огромный экспортный потенциал по производству зерна. Так из общего экспорта продукции украинского АПК за 2018/19 маркетинговый год на зерновые культуры пришлось 38,4% объема. Наиболее популярные

зерновые – кукуруза и пшеница. Так урожай зерновых культур в 2018/19 маркетинговом году, достиг 70 100 000 тонн при средней урожайности 47,4 ц/га, стал рекордным для нашей страны за всю историю независимой Украины. Прошлый рекорд был зафиксирован в 2016 году (66 100 000 тонн). Основными странами-экспортерами украинских зерновых в 2018/19 маркетинговом году были страны Азии, Европы и Африки. Наибольшие объемы зерна из Украины уже более 10 лет экспортирует Египет. В 2018/19 маркетинговом году страна закупила 9,2% от общего объема экспорта зерновых. На втором месте второй год подряд – Испания, которая закупила зерновых на $ 643 млн., что составляет 8,9% от общего объема. Третье место у Нидерландов, которые экспортировали зерновых на $ 556 млн. [3]. В десятку крупнейших импортеров украинского зерна также входят Китай, Саудовская Аравия, Индонезия, Италия, Филиппины, Марокко, Тунис.

Среди перерабатывающих отраслей в Украине по-прежнему лидирует масложировая промышленность, развивающаяся за счет экспортных поставок продукции. Ежегодно в стране производится более 6 млн тонн подсолнечного масла. За последние 10 лет страна нарастила экспорт этой продукции почти в три раза, до 5 800 000 тонн, и удерживает более половины мирового экспорта подсолнечного масла. Некоторым отраслям АПК удается увеличивать поставки продукции на внешние рынки. В частности, экспорт мяса и субпродуктов птицы последние 4 года растет в среднем на 13% в год и за последние 10 лет поставки птицы на внешние рынки в денежном выражении выросли в 12 раз. В целом наблюдается положительная динамика производства мяса на 1,6% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, однако объемы производства молока уменьшились на 2,1%, а яиц увеличились на 4,1%.

Если охарактеризовать структуру экспорта продукции животноводства, то стоит отметить, что наибольшую долю произведенной продукции составляет птица, свинина, говядина и телятина. Главными странами-импортерами украинской птицы являются Нидерланды (49 тыс. тонн), Ирак (36,5 тыс. тонн) и Саудовская Аравия (32 тис. тонн), а говядины – Беларусь (18,7 тыс. тонн), Азербайджан (6,9 тыс. тонн) и Казахстан (6,7 тыс. тонн) [4].

Мировой рынок сельскохозяйственной продукции продолжает оставаться ведущим международным направлением торговли для производителей национального АПК, а его тренды и тенденции определяют вектор развития экспорта из Украины, а также изменяя ценовую ситуацию, влияют на национальный зерновой сектор в долгосрочной перспективе. По прогнозам экспертов Украина может обеспечить продуктами питания от 600 млн до 1 млрд человек. И в ближайшие 10 лет страна может в три раза нарастить производство агропродукции при условии обновления законодательной базы, модернизации технологий производства, создание благоприятного инвестиционного климата.

Однако, несмотря на высокие показатели АПК Украины существует ряд препятствий, которые блокируют максимальное раскрытие экспортного потенциала страны.

Любое современное сельскохозяйственное предприятие представляет собой сложную систему, состоящую из взаимосвязанных звеньев (логистика,

контроль посевов, складирования, хранения и поставки продукции и сырья), неэффективная работа каждой из которых способна навредить при достижении результата или даже свести все усилия на нет. Такое понятие, как «системный менеджмент» является неотъемлемым от ключевых факторов успеха в агробизнесе.

Системный подход предусматривает взаимосвязанное и взаимозависимое воздействие в рамках сложной системы, которая будет успешно функционировать за счёт инструментария и комплексного, системного подхода к управлению. На стратегическом уровне системный менеджмент в агробизнесе должен основываться на стратегических целях государства, определении проблемных зон, являющимися препятствиями раскрытия потенциала агросектора, и разработке мер по ликвидации барьеров развития национального АПК. Стратегический уровень системного агроменеджмента должен, прежде всего, решать стратегические задачи развития аграрного сектора экономики Украины [5].

Кроме того, уже много лет слабым местом остается недостаточный уровень развития агрологистики и аграрной инфраструктуры, неэффективная аграрная политика государственной власти, несбалансированность законодательной базы, что в свою очередь является барьерами реализации потенциала украинского АПК.

Уже много лет внутренняя логистика остается «узким горлышком» для украинского аграрного сектора. Несмотря на то, что в стране уже решен вопрос с парком зерновозов (более 50% парка находится у частников), остаются вопросы с железнодорожными путями и автодорогами. Также при достаточно мощной портовой инфраструктуре в стране не восстанавливается и не развивается речная логистика. Речной транспорт может взять на себя 25% экспортных поставок агропродукции [2, с. 40].

Отдельной актуальной проблемой украинского АПК является расширение экспорта за счет выхода на новые внешние рынки.

Сегодня Украина стоит перед вызовом: и дальше конкурировать на внешних рынках валом и ценой, или же искать новые возможности и более выгодные рынки сбыта. Поставщики отечественной агропродукции могут не только найти более маржинальные ниши на внешних рынках, но и усилить свои позиции за рубежом. С каждым годом участники рынка стремятся работать более эффективно. Так в 2018 году рентабельность производства сельхозпродукции была 13%, тогда как на предприятиях других отраслей этот показатель составляет в среднем 4,5% [6].

Объемы прямых инвестиций, которые привлекает аграрный сектор, последние три года немного сократились. Такая ситуация является следствием того, что за этот период не появились предпосылки для улучшения инвестиционного климата в Украине.

Также одной из важнейших проблем является тот факт, что Украина заняла последнее место в Европе по уровню государственной поддержки АПК. Так в 2018/19 маркетинговом году в Украине объем средств по государственным программам поддержки развития агропромышленного сектора составил 4

евро/га, в то время как в Греции объем средств государственной поддержки национального АПК составляет 945 евро/га, в Словении – 738 евро/га, Нидерландах – 715 евро/га [3]. При том, что Украина вынуждена конкурировать с этими странами на мировых рынках.

В Украине 71% земли (42 700 000 га) являются территориями сельскохозяйственного назначения (25% из них являются собственностью государства). 1 января 2020 в Украине завершилась действие моратория на продажу сельскохозяйственных земель, что, в свою очередь, создало ряд рисков и возможностей для украинских производителей сельскохозяйственной продукции. Вопрос об открытии рынка земли вызвал возмущение в обществе и среди сельскохозяйственных производителей. По результатам социальных опросов большинство граждан Украины выступают против отмены моратория на куплю-продажу сельскохозяйственных угодий. Так, 60,9% городских жителей и 68,9% сельских проголосовали бы за продление моратория. Почти 70% опрошенных считают референдум по вопросам открытия рынка земли и снятия моратория на ее продажу необходимой мерой [7].

Среди возможных рисков и негативных последствий открытия продажи земли в Украине могут быть:

усиление конкуренции со стороны иностранных компаний;

угроза сосредоточения украинских земель у небольшого количества частных компаний;

риск падения производства и экспорта продукции АПК,

потеря рабочих мест через выкуп земель у украинских инвесторов крупными транснациональными корпорациями;

возможность безответственного и нецелевого использования земли из-за несовершенства законодательной базы;

отсутствие гарантии, что отмена моратория будет способствовать выходу из кризиса, ведь выходу из кризиса способствует изменение структуры капитала, например открытие новых предприятий, развитие или модернизация новых сфер хозяйствования и новых рынков.

Таким образом, неграмотное, а возможно и сознательно не эффективное управление агропромышленным комплексом Украины, отсутствие реальной поддержки со стороны государства ведёт к деградации АПК, отсутствию возможности украинским агроекспортерам закрепить свои позиции на международной арене, невероятным финансовым потерям и валютной выручки государства, дискредитации Украины как экспортера на мировых рынках.

Литература

1. Онлайн-платформа «Аграрне інформаційне агентство Agravery.com» / Публікації / Україна увійшла до ТОП-5 найбільших експортерів продукції АПК в ЄС. URL: https://agravery.com (дата звернення: 20.12.2020).

2. Інфографічний довідник 2018/19 МР. Виробництво основних зернових культур у світі. URL: https://agribusinessinukraine.com/get_file/id/the-infographics-report-ukrainian-agribusiness-2019.pdf. (дата звернення: 20.12.2020).

3. Портал новин України «Delo.ua». Украина экспортировала рекордные 40 млн тонн зерновых. URL: https://delo.ua/business/ukraina-eksportirovala-rekordnye-

40-mln-tonn-zer-360106/ (дата звернення: 20.12.2020).

4. Зовнішньоторговельний обіг продукції АПК / [І. М. Демчак, О. О. Митченок, Г. В. Трофімова та ін.]. К. : НДІ «Украгропромпродуктивність», 2018. 50 с. URL: http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/zovnishnotorgovelniy_obig_produkciyi_apk_za_2018r.pdf. (дата звернення: 20.12.2020).

5. Кривобок В. Ю. Удосконалення системи менеджменту в агропромисловому комплексі України / *Проблеми зооінженерії та ветеринарної медицини :* зб. наук. пр. / Харків. держ. зоовет. акад. Харків, 2017. Вип. 33, ч. 1 С. 312-319 (дата звернення: 22.12.2020).

6. Інформаційна платформа про агробізнес «Latifundist.com». Агробизнес цифрах: анализ и прогнозы. URL: https://latifundist.com/blog/read/2498-agrobiznes-v-tsifrah-analiz-i-prognozy. (дата звернення: 24.12.2020).

7. Офіційний сайт порталу новин України «Delo.ua. Мораторий сняли наполовину: какие шансы у Украины закончить земельную реформу. URL: https://delo.ua/business/moratorij-snjali-napolovinu-kakie-shansy-u-ukrai-360516/ (дата звернення: 26.12.2020).

Юшкевич О.О.
к.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»

СКЛАДОВІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Підприємство, будучи елементом структурної взаємодії з навколишнім середовищем, формує економічний потенціал людини, споживає основну масу природних ресурсів, створює відходи незалежно від типу і характеру виробництва, негативно впливає на елементи навколишнього середовища. Це є свідченням того, що цілі розвитку підприємства повинні мати екологічну орієнтацію, тобто професійна діяльність вимагає екологічних знань, застосування регуляторів, що враховують екологічні фактори впливу та забезпечення екологічно безпечних умов праці.

Тому, виникає потреба розгляду підприємства не тільки, як складової економічного кругообігу, але й як частини природного. В центр уваги переносяться, окрім процесів створення вартості, й викликані ними екологічні процеси нанесення збитку. В результаті такого підходу, важливими цілями досягнення розвитку підприємства в процесі економіко-екологічного регулювання повинні стати: (табл.1.)

Таблиця 1

Цілі розвитку підприємства як об'єкта економіко-екологічного регулювання

Ціль розвитку	Основний зміст
Захист ресурсів	Отримання на вході в підприємство екологічно перевірених ресурсів та їх ощадне витрачання
Екологізація підготовки кадрів	Навчання методам економії ресурсів, скороченню шкідливих викидів у навколишнє середовище
Скорочення відходів	Зменшення кількості відходів, їх переробка та повторне використання
Обмеження викидів та зниження ризиків	Зменшення шкідливих викидів, потенційних небезпек на виході з системи-підприємство
Виробництво екологічно чистої продукції	Впровадження екологічних стандартів якості продукції, модернізація продукту, екологізація умов зберігання.

Джерело: авторська розробка

Сутність розвитку підприємства, як об'єкта економіко-екологічного регулювання в такому контексті, визначається наявними ресурсами, межами їх використання та циклом розвитку підприємства. Тому, ціллю економіко-екологічного регулювання для досягнення вищого рівня розвитку є залучення нових ідей функціонування та додаткових джерел енергії, інформації, що дають можливість оптимально розподіляти результати виробництва в ринкових умовах, а функції регулювання повинні бути спрямованими на створення мало- та безвідходних технологій (рис.1.).

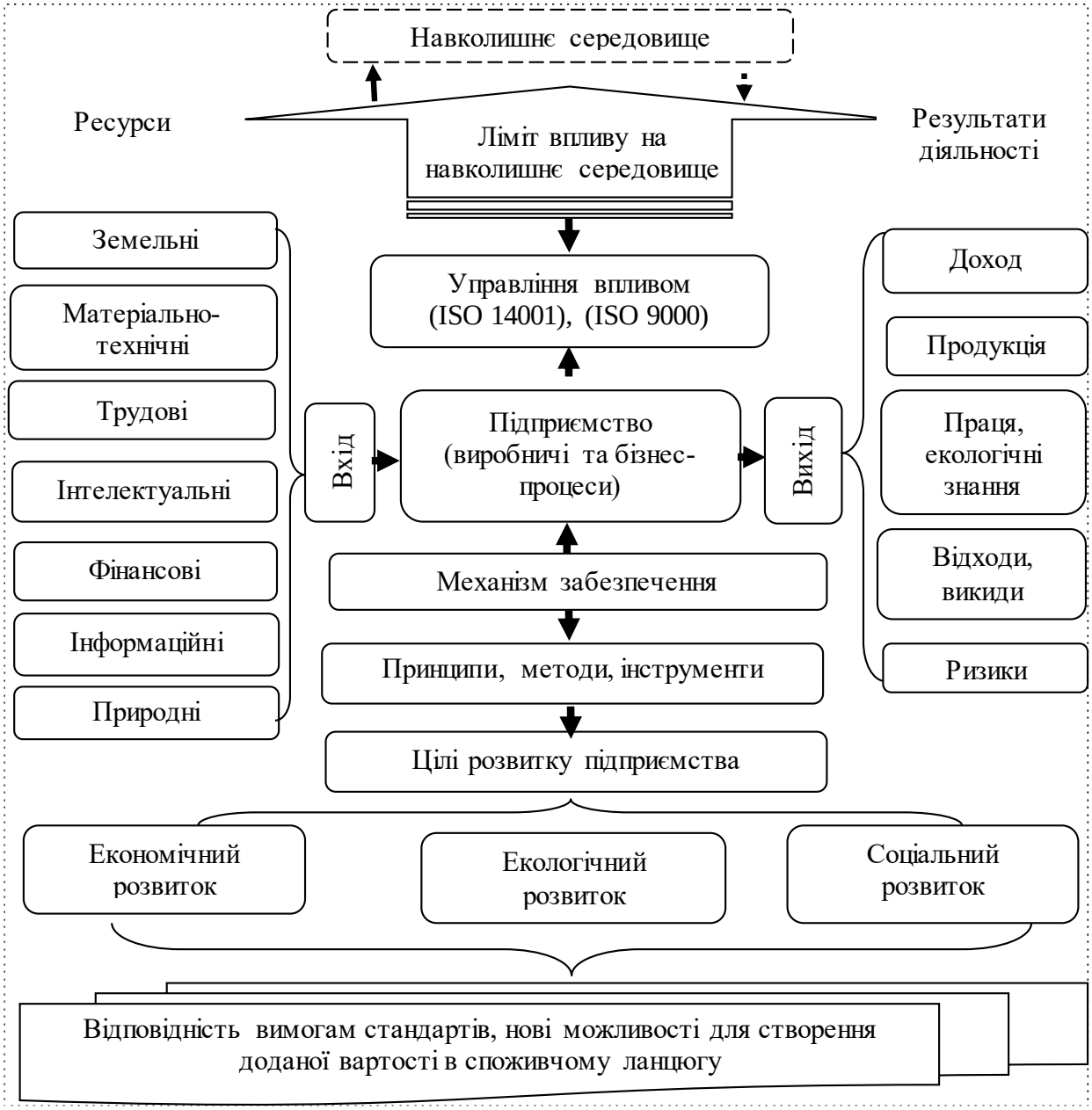


Рис. 1. Складові розвитку сільськогосподарського підприємства як об’єкта економіко-екологічного регулювання

Джерело: авторська розробка

Саме, екологія надає товару додаткову споживчу вартість. Турбота про чистоту повітря, збереження земельних ресурсів, сільських ландшафтів, річок має характер споживчих цінностей з якими повинні рахуватися сільськогосподарські підприємства. Це визначає нові умови функціонування та розвитку підприємств, що пов'язані з самообмеженням та підвищеною увагою до попередження забруднення навколишнього середовища.

Впровадження серії міжнародних стандартів систем екологічного менеджменту ISO 14000 на сільськогосподарських підприємствах є однією з найбільш значущих ініціатив. Система стандартів ISO 14000 орієнтована не на кількісні параметри (обсяг викидів, концентрації речовин тощо) і не на технології (вимога використовувати або не використовувати певні технології,

вимога використовувати найкращу доступну технологію). Основним предметом ISO 14000 є система екологічного менеджменту. Типові положення цих стандартів полягають в тому, що підприємство повинно впровадити і дотримуватися чітко визначеної процедурної частини, мати відповідний документообіг, повинні бути призначені відповідальні особи за певні сфери екологічно важливої діяльності, які розрізняють за наступними об'єктами регулювання: виробництво (регулювання відходів), сільськогосподарська продукція (екологізація продукту, логістики та маркетингу), персонал (екологічні знання, відповідальність та мотивація) та інформація (комунікації, партнерство). Замкнутий, постійний цикл сільськогосподарського виробництва є генеральною ідеєю «петлі якості», що поєднує економічну та екологічну підсистеми.

Об'єктивною реальністю стало питання зменшення кількості відходів, повторне використання сировини та переробка відходів. Це є нормою виробництва та його сучасний екологічний імператив.

Підприємство зможе нормально функціонувати та розвиватися лише за умови, якщо всі її складові діятимуть з визначеною для кожної з них віддачею, з вивільненням при цьому закладеного в них потенціалу, що й забезпечуватиме в результаті таку віддачу (синергію). Слід зауважити, що сільськогосподарське підприємство як складна система, з одного боку, використовує природні ресурси (земля, вода, повітря) для вирішення більшості виробничих завдань, з іншого – в процесі використання цих ресурсів виділяються (накопичуються) продукти життєдіяльності, одні з яких сприятливо впливають на навколишнє середовище, інші - забруднюють його.

На нашу думку, розвиток підприємства, як в статиці, так і динаміці - це впорядкованість, узгодженість, взаємодія більш або менш диференційованих, чи автономних частин цілого зубумовлені його будовою, з метою досягнення кращого поєднання елементів структури, що посилює, підвищує вихідні показники системи порівняно з показниками попереднього етапу її функціонування, тобто сприяє вилученню потенційної енергії в новому стані [1, с. 182].

Розглядаючи підприємство, як об'єкт економіко-екологічного регулювання, слід звернути увагу на необхідність представлення діяльності підприємства з точки зору сукупності та балансу соціальної, екологічної, економічної та інституціональної складових його розвитку, що відповідає концепції сталого розвитку. Це передбачає необхідність узгодження взаємовідносин підприємства з вищими інституційними рівнями, що слугує базою для їх розвитку – села, області, регіону, держави.

Література

1. Юшкевич О.О Систематизація поглядів до теорії розвитку підприємства як відкритої системи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* Економічні науки. Житомир: ЖДТУ. 2011. № 2 (56). Ч.2. С. 179 - 183.

Churikanova O.Y.
Dr. Phd. (Econ.)
Dnipro University of Technology
Lysenko M.O.
Dr. Phd. (Econ.)
Zaporizhzhia National University

INVESTMENT MANAGEMENT FOR COAL MINES BASED ON NEURAL NETWORK MODEL

An analysis of literary sources on the issue of identifying factors (Pavlenko, 2017; Maidukova, 2010; Amosha et al., 1999; Vorontsovsky, 2016; Purayev, 2015; Damodaran, 2016; Bryntsev, 2017; Stanislavchik, 2017; Stanislavchik, 2017; Sally et al., 2002; Trifonova et al., 2005) that have an impact on investment activity has revealed many indicators, proposed as priority, and which refer to specific directions.

Data on investment activity in mines for 13 of their associations was collected, each of which consists of 3 to 7 privately owned mines, for the period of 2003 - 2011. The total amount of the data in the table is 132 lines and 12 columns, so it will not be posted here.

To verify the influence of the selected factors, a correlation analysis was performed on the collected data. Correlation coefficients are presented in the form of a triangular matrix in table 1.

Symbols in the table: X_1 - Income; X_2 - Profit; X_3 - Average wholesale price; X_4 - Coal production volume; X_5 - Mine winders; X_6 - Fan units; X_7 - Compressor units; X_8 - pump stations; X_9 - Transport installations; X_{10} - Decontamination plants; X_{11} - Thermal power units; X_{12} - Mine surface plant; X_{13} - Electrical installations; X_{14} - Other capital investments; X_{15} - Investments in the financial portfolio; X_{16} - Intangible investments.

As can be seen from the table, factors such as average wholesale price, coal production volume, investment in the financial portfolio and intangible investments almost do not affect profit. Therefore, these factors were excluded from the general data array when creating coal mine investment models.

In addition to the financial indicators, production parameters were added to the input factors, such as: residual reserves in million tonnes, average geological thickness of the coal seams, maximum operating depth in meters, length of mine workings in km, incident angle of the coal seams, production (designed) capacity in million tonnes per year. As well as physical and mechanical parameters of coal produced at these mines: average ash content%, average moisture content%, average sulfur content%.

At the stage of making a decision on the appropriateness of an investment project, there are two main questions:

1) what volume of investments will be optimal for a particular investment project in the given parameters of the enterprise - profit, production volumes, geological factors;

2) what will be the economic effect of a certain amount of investment, that is, the level of profit.

Table 1

Correlation matrix

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
X_1	1,0															
X_2	0,4	1,0														
X_3	0,1	0,0	1,0													
X_4	1,0	0,4	0,1	1,0												
X_5	0,3	0,7	0,1	0,2	1,0											
X_6	0,3	0,8	0,0	0,3	0,5	1,0										
X_7	0,2	0,8	0,0	0,3	0,4	0,9	1,0									
X_8	0,3	0,8	0,1	0,3	0,5	0,9	0,8	1,0								
X_9	0,3	0,6	0,1	0,3	0,6	0,7	0,7	0,5	1,0							
X_{10}	0,3	0,8	0,1	0,3	0,5	0,9	0,8	0,9	0,6	1,0						
X_{11}	0,3	0,9	0,1	0,3	0,6	0,7	0,6	0,7	0,4	0,6	1,0					
X_{12}	0,3	0,8	0,0	0,4	0,3	0,8	0,8	0,8	0,5	0,8	0,6	1,0				
X_{13}	0,3	0,9	0,1	0,4	0,6	0,7	0,6	0,7	0,4	0,7	0,9	0,6	1,0			
X_{14}	0,3	0,9	0,0	0,3	0,6	0,7	0,6	0,7	0,4	0,7	0,9	0,6	0,9	1,0		
X_{15}	0,4	0,3	0,2	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3	0,2	1,0	
X_{16}	0,3	0,4	0,1	0,4	0,3	0,3	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,6	1,0

To answer the above questions, building a model by means of neural networks is required.

The most acceptable in this case is the choice of a two-layer perceptron and an algorithm for the reverse error propagation.

This type of neural networks is well-researched and described in the scientific literature. A similar network can simulate functions of almost any degree of complexity, and the number of layers and the number of elements in each layer determine the complexity of the function.

As a function of activation, the sigmoid was chosen, which is very commonly used for multilayer perceptrons and in other networks with continuous signals:

$$OUT = sigm(NET) = \frac{1}{1+e^{-NET}}. \quad (1)$$

where:

OUT - network output

NET - the weighted average amount obtained in the first stage of calculating the output value of the neuron.

Sigmoid function is often used for multilayer perceptrons and other networks with continuous signals, because it has such positive qualities as:

– smoothness;
– continuity of function;
– the continuity of the first derivative, which allows to train the network.

In order to increase the adequacy of the model before the training of the perceptron, the input and output data were centered and normalized according to the following rule:

– updated standardization of input data:

$$x = \frac{X - m_X}{8\sigma_X} + \frac{1}{2}, \qquad (2)$$

where:

m_X – average value X;

σ_X – mean square deviation X.

The obtained value belonged range of -4 to 4 with a probability of 0.99. In order to obtain data in the range from 0 to 1, assuming that the distribution law for the factors X and Y is normal, the following formulas have been made:

– updated standardization of input data:

$$y = \frac{Y - m_Y}{8\sigma_Y} + \frac{1}{2}, \qquad (3)$$

where:

m_Y – average value Y;

σ_Y – mean square deviation Y.

The training error was calculated using the formula of the cumulative quadratic deviation between the desired (y) and the actual output at the network (OUT) signals for all sets of the training set:

$$E = \frac{1}{2}\sum_{k=1}^{P}(y_k - OUT_k)^2, \qquad (4)$$

where:

E – total squared error (training criterion),

P – number of examples in the training set,

y_k – desired output value,

OUT – really got the output of the network,

k – example number.

Since all calculations of weighting factors were made in the integral system for complex statistical analysis and processing in the Windows environment - Neuro Excel, all further explanations for the calculations are given in the terminology of this particular application.

References

1. Pavlenko, I.I. (2007), Management of investment processes in the coal industry of Ukraine, National Mining University, Dnipro, Ukraine.

Акимова К.О.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ З МЕТОЮ ПОШУКУ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В основі функціонування підприємств у ринковій економіці лежить ідея задоволення потреб. Потреби є передумовою купівлі, купівля дає змогу відшкодувати витрати на виробництво проданого товару та отримати певний прибуток для продовження виробництва, а отже, для існування підприємства.

Маркетингова діяльність підприємства це, в першу чергу, творча діяльність ,яка допомагає вирішувати питання щодо розвитку ринку товарів, послуг та робочої сили. При цьому оцінює потреби споживачів та формує практичні заходи щодо задоволення цих потреб. Такою, за допомогою маркетингової діяльності визначається спосіб, за яким підприємство зможе продати свою послугу чи товар кінцевому споживачеві. Об'єктивні умови розвитку ринку, який з часом втрачає деяку хаотичність, та де особлива роль відводиться споживачу відображають зміст маркетингової діяльності. Споживач створює передумови для розподілу ринку між споживачами. Він висуває свої вимови щодо продукту чи послуги, їх характеристик, кількістю, термінами поставки, тощо. Зростаюча конкуренція за споживача змушує торговельні підприємства приділяти велику увагу вивченню потенційних споживачів і вимогам ринку, на якому існують високі вимоги щодо якості продукції та її конкурентоспроможності.

Товаровиробники мусять ретельно і постійно вивчати своїх клієнтів (споживачів продукції, послуг) для того, щоб відстежувати кон'юнктуру ринку та оперативно реагувати на її зміни.

При цьому варто зазначити, що такий моніторинг має здійснюватися на різних клієнтурних ринках:

- споживчому (товари і послуги для особистого споживання);
- виробників (продукція виробничо-технічного призначення);
- проміжних продавців (товари для перепродажу з метою одержання певного зиску);
- державних та різних комерційних структур (оптові та дрібнооптових покупців);
- світовому, що охоплює усі раніше перелічені типи клієнтури ринків.

В умовах насиченості ринку важливо цілеспрямовано докладати зусилля для того, щоб знайти і зберегти свого споживача [2].

Проблемою впливу споживачів на розвиток підприємства є те, що рівень зацікавленості споживачів є недостатньо зацікавленим. Фірми наче мають

якісний товар, широкий асортимент, проте зацікавленість споживача дуже низька, а, отже, і попит на товар відповідно.

Тому багато фірм, особливо малих чи середніх, відшукують все нові і нові способи звернути на себе увагу потенційних клієнтів, зробити свої послуги чи товари привабливішими для них. Тут і різноманітні акції, і гнучкі системи знижок, і гарантійне післяпродажне обслуговування і багато чого іншого.

Велике значення для підприємств має стабільність попиту. Тому досліджуються характеристики попиту в часі. Розрізняють попит короткостроковий, з досить швидкими коливаннями (наприклад, сезонний) та довгостроковий. Вивчення останнього найчастіше пов'язано з використанням моделі життєвого циклу товару. Попит формується під впливом змін у стилі життя, технічного прогресу, екологічних змін тощо. Інформація, отримана в процесі аналізу, дає змогу прогнозувати тенденції попиту, що, в свою чергу, є основою для розробки стратегії [3].

Поліпшення попиту може бути представлений сукупністю таких факторів:

- кількість і концентрація споживачів (сукупність соціально-демографічних показників і стиль поведінки);
- характер попиту на продукцію, що випускається галуззю (постійний, сезонний, розвинений та ін.);
- еластичність попиту за ціною;
- рівень доходів цільових груп споживачів та його зміни (купівельна спроможність), наявність багатих споживачів і їхня роль у галузі;
- готовність споживачів до використання продукції;
- «ціни споживання», тобто вигідність і зручність продукції для споживачів, що впливають на норму прибутковості;
- ступінь стандартизації (рівень диференціації) продукції, що споживається;
- характер споживання та «витрати конверсії» у споживачів при переході на іншу продукцію;
- рівень впливу продукції, що виробляється, на рівень якості споживання чи виробництва у споживачів;
- рівень зворотної інтеграції споживачів з виробниками (особливо продукції виробничого призначення);
- оцінка якості обслуговування з боку споживачів;
- мотивація придбання;
- прихильність споживачів;
- оцінка надійності й потужності каналів розподілу, доступність товарів для споживачів, реакція на рекламу [4].

Кожне підприємство стикається з дилемою: урізноманітнювати своє виробництво чи продовжувати спеціалізуватись у тій сфері діяльності, яка є звичною? Вирішення цього питання передбачає, зокрема, розробку окремих стратегій роботи з клієнтами: орієнтуватися на нових клієнтів та їхні потреби (це може означати відмову або втрату старої клієнтури) чи продовжувати співпрацю з існуючими споживачами (це може означати відмову від перспектив розвитку).

Для обґрунтування вибору підприємство має складати списки своїх споживачів у порядку зменшення обсягу виконаних договорів, аналізувати стан цих споживачів (чи їхніх груп) і прогнозувати перспективи укладання нових договорів. Водночас треба виявляти великих потенційних клієнтів (і групи споживачів) згідно з оцінками можливих обсягів продажу [1].

Порівняння реальних обсягів продажу існуючих споживачів і можливих обсягів у потенційних клієнтів дає змогу обрати відповідну стратегію та визначити шляхи істотного зростання обсягів продажу. Подальший поглиблений аналіз обсягів споживання в розрізі окремих асортиментних груп дає змогу розробити більш детальні заходи щодо збільшення обсягів виробництва одних продуктів і скорочення — інших.

Вивчення потреб найвимогливіших (так званих «важких») покупців (наприклад, електронної техніки), або споживачів (наприклад, консалтингових послуг), як показує практика, дає змогу виявити нові продуктивні ідеї.

Дослідивши попит та споживачів як носіїв попиту, можна оцінити їх «силу впливу» на підприємства галузі.

Споживачі відіграють подвійну роль у впливі на стан галузі. З одного боку, вони визначають необхідність існування галузі, а з іншого — задають «конкурентні показники» для підприємств: рівень цін та якості продукції. При цьому спостерігається різна спрямованість «конкурентних показників» — рівень цін має, з погляду споживачів, знижуватись, а якість — зростати (хоча загальновідомо — якість коштує дорого). Необхідність задоволення цих вимог призводить до зіткнення інтересів і можливостей окремих підприємств галузі в їхній боротьбі за споживача, яка призводить, як правило, до втрати прибутковості.

Література

1. Гільберг Т. Г., Часникова О. В. Основи споживчих знань: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2010. 52 с.

2. Горошко М. Ф., Кулішов В. В. Мікроекономіка: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2016. 43 с.

3. Мезенцева Н.І. Оцінка продовольчої доступності у регіонах України : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2018. URL : http://papers.univ.kiev.ua/geografija/articles/An_estimate_of_the_food_availability_in_the%20_Ukrainian_regions_13583.pdf (дата звернення 21.11.2010)

4. Скибінський С. В., Басій Н. Ф., Орел Л. М. Поведінка споживачів : навч. посіб. Львів : центр. спілка спожив. т-в України, 2014. 103 с.

Батенко Л. П.
професор кафедри менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»
Нотевський Є. В.
магістрант факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ВАЖЛИВИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ІНСТРУМЕНТ У ДІЯЛЬНОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Україна на разі перебуває в активній фазі впровадження реформи децентралізації, а нові державно-управлінські стандарти характеризуються конкретними термінами та окреслюють чітко визначені цілі. Серед підходів, що спрямовані на ефективне досягнення мети реформи, вагоме місце займає проєктний менеджмент. Ефективність, продуктивність та контрольованість процесів, – усе це сьогодні виступає чинниками щодо необхідності застосування проєктного підходу на різних щаблях влади.

Метою дослідження є визначення перспектив використання підходів проєктного менеджменту в об'єднаних територіальних громадах.

Концепція проєктного менеджменту пронизує майже всі сфери нашого життя, не винятком є і державне управління. Але, на жаль, управлінці органів влади не вміють широко використовувати інструменти проєктного менеджменту. Переважна більшість очільників ОТГ, керівників департаментів, управлінь надають перевагу традиційності в управлінні, тобто застосовують командно-адміністративні методи чи деякі підходи функціонального управління.

Нерідко держслужбовців неправильно трактують «проєкт», стверджуючи, що це значна кількість рутинних справ, що не мають жодного системного характеру та виконуються згідно з планами розвитку. До того ж такі плани розвитку різних сфер життя складаються та реалізуються незалежно одне від одного, від загальної стратегії розвитку громади (якщо і вона звичайно присутня). А подібні плани необхідно розроблювати саме відповідно до утвердженої стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади, де проєктами будуть заходи, що сприятимуть досягненню задекларованих раніше цілям.

Зазначимо, що методи проєктного менеджменту дозволяють проаналізувати проблематику, надати обґрунтування проєкту, сформувати набори документів; підрахувати необхідні ресурси та фінансові витрати; структурувати проєкт та розробити графік реалізації; налагодити роботу менеджера і команди проєкту; відібрати підрядників, заключити з ними договори; забезпечити ефективну реалізацію проєкту із дотриманням строків та бюджету. На додаток до цього, керівництво об'єднаної територіальної громади, використовуючи методи управління проєктами, зможе якісно оцінювати суспільну корисність проєктів; здійснювати управління фінансуванням специфічних проєктів; моніторити й оцінювати релевантність проєктів згідно зі стратегічними цілями соціально-економічного розвитку; залучати громадськість

до вирішення завдань щодо розробки та реалізації проєктів [1]. Ці переваги використання проєктного менеджменту зумовлюють наявність відповідних відділів та фахівців – професіоналів з управління проєктами в органах місцевого самоврядування в багатьох розвинених країнах світу.

Під час розробки проєктів керівництво ОТГ має дослухатися до інтересів самої громади – споживача результатів проєктів. Тому необхідним є систематичне проведення зустріч, громадських слухань, соціологічних опитувань, акнкетувань. Таким чином, і підвищиться рівень довіри громади до представників влади, і буде створено позитивну громадську думку стосовно пакету проєктів, спрямованих на реалізацію стратегії розвитку ОТГ. Також необхідним є долучення до розробки проєктів представників громадських організацій, що в подальшому зможуть здійснювати і контроль зі сторони громади [2].

Відмінною рисою проєктів, що розроблятимуться органом місцевого самоврядування ОТГ, у порівнянні із комерційними бізнес-структурами, є те, що вони повинні мати набагато жорсткіші часові та фінансові обмеження. Така умова пов'язана передусім із наявними особливостями формування місцевих бюджетів та політичними ризиками. Звідси випливає вимога щодо високої компетентності як проєктної команди, так і депутатського корпусу відповідної ради ОТГ. Адже здатність до розуміння та швидкого реагування на ризики й невизначеності можлива лише за умови ефективної співпраці між даними групами стейкхолдерів.

Застосування інструментів проєктного менеджменту надасть змогу:

1) впровадити бюджетну й фінансову дисципліни;

2) ефективно розподіляти бюджетні ресурси;

3) ефективно використовувати бюджетні ресурси за рахунок постійного моніторингу проєктних показників [3].

Впровадження методів проєктного менеджменту в управлінні об'єднаними територіальними громадами сприятиме створенню повноцінного соціально-економічного вектору розвитку, наданню якісних та доступних публічних послуг, задоволенню інтересів громадян.

Література

1. Копитько О. Проектний менеджмент як ефективний інструмент соціально-економічного розвитку територій в Україні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dums/2009-02/ Kopytko.pdf. (Дата звернення: 27.12.2020).

2. Мінаєва Г. М. «Управління проектною діяльністю органами місцевого самоврядування для зміцнення інфраструктури території» Теорія та практика державного управління. 2011. №3. С. 373-379

3. Дурман О.Л. Використання проєктного менеджменту в діяльності органів місцевого самоврядування. URL: http://journals.kntu.net.ua/index.php/visnyk/article/view/546/695. (Дата звернення: 27.12.2020).

Бєлік Д.С.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Розвиток роздрібної торгівлі є одним із головних макроекономічних чинників, що безпосередньо впливають на динаміку національної економіки. У цьому зв'язку важливо розглянути макроекономічні тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні. У сучасних умовах у розвинених країнах динаміка роздрібної торгівлі пов'язана із домінуючим середнім класом і можливостями вільного ринкового вибору з розмаїття товарної пропозиції. В умовах нестабільної економіки України ситуація інша. Багаті, середні й бідні верстви населення мають різні можливості щодо розв'язання своїх споживчих проблем у сфері роздрібної торгівлі.

Основним макроекономічним показником, що характеризує результати діяльності і динаміку роздрібної торгівлі, є роздрібний товарооборот. Він включає весь обсяг реалізації споживчих товарів у грошовому вираженні і характеризує заключний етап руху цих товарів зі сфери обігу у сферу споживання, фіксуючи ринкове визнання вартості та споживної вартості товарів. Роздрібний товарооборот відображає макроекономічні пропорції між виробництвом і споживанням, сукупним попитом і сукупною пропозицією.

Товарооборот роздрібної торгівлі відображається в Україні за допомогою двох статистичних показників: обороту роздрібної торгівлі та роздрібного товарообороту підприємств.

До обороту роздрібної торгівлі включено роздрібний товарооборот підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібної торгівлі, а також розрахункові обсяги продажу споживчих товарів через торговельну мережу, що належить фізичним особам-підприємцям, та на ринках. Для цього використовують дані суцільного одноразового обстеження та адміністративні дані щодо мережі роздрібної торгівлі, що належить фізичним особам-підприємцям. Роздрібний товарооборот підприємств визначають як обсяг продажу споживчих товарів населенню через роздрібну торговельну мережу і мережу ресторанного господарства всіма діючими підприємствами, а також промисловими, транспортними та іншими неторговими підприємствами безпосередньо населенню через касу підприємства [1].

За обстеженням структури витрат населення України, середнього обсягу витрат на одне домогосподарство та їхньої загальної кількості, сукупні витрати на придбання товарів часто є вищими, ніж офіційно зареєстрований роздрібний товарооборот. Порівняння витрат населення на придбання товарів з обсягами роздрібної торгівлі цими товарами (метод «витрати населення – роздрібна

торгівля») є широко поширеним методом визначення рівня тінізації економіки. Використання цього методу передбачає виявлення перевищення споживчих грошових витрат населення на придбання товарів над загальним обсягом продажу населенню товарів усіма суб'єктами господарювання в легальному секторі економіки. Рівень тіньового обороту, який обчислений за методом «витрати населення - роздрібний товарооборот» становить в Україні за офіційними даними 40,0%.

Несприятливою є ситуація у роздрібній торгівлі споживчими товарами у сільській місцевості. На селі зменшується кількість об'єктів роздрібної торговельної мережі, особливо у віддалених та малодоступних районах. Якщо у 1998 р. (на кінець року) у сільській місцевості працювало 48,2 тис. магазинів, то вже у 2000 р. – 29,8 тис. магазинів, у 2010 р. – 13,4 тис., а у 2014 р. – лише 8,8 тис. магазинів. Частка обороту сільського роздрібного ринку в Україні не перевищує 30,0%, а розрив товарообороту у розрахунку на одного сільського і міського жителя є п'ятикратним і майже не зменшується.

Спостерігається тенденція до нерівномірного розміщення торговельних об'єктів у містах. Закриття існуючих та відкриття нових торговельних об'єктів відбувається стихійно без урахування планування населених пунктів та норм забезпечення населення торговельною площею. Актуальними залишаються проблеми, пов'язані з функціонуванням роздрібних ринків, на яких реалізується здебільшого низькоякісна та контрафактна продукція.

Неврегульованість питання щодо провадження торговельної діяльності на ринках є причиною неефективного здійснення контролю за якістю товарів, що на них реалізуються, а також наявності дискримінаційних умов для малих підприємців [1].

Через війну й фінансово-економічні негаразди, насамперед, майже стовідсоткову девальвацію гривні, у 2014 р. більшість українців стрімко збідніли та істотно скоротили роздрібні покупки. Недоліки й недосконаліть діяльності вітчизняної роздрібної торгівлі особливо проявилися в умовах гострої політичної нестабільності першої половини 2014 р. Швидка і глибока девальвація гривні та інфляція призвели до виникнення невиправданої споживчої паніки щодо недефіцитних продуктів повсякденного попиту. Використовуючи цей ажіотаж роздрібний бізнес, насамперед, роздрібні мережі в невиправданих масштабах підвищили ціни на продовольчі товари, ігноруючи об'єктивні інтереси споживачів [2].

У 2015 р. падіння роздрібного продажу продовжилося і навіть прискорилося. Якщо в січні–травні 2015 р. роздріб іще демонстрував низькі відсотки зменшення, то до кінця року падіння досягло ще більших масштабів.

Отже, криза, що охопила українську економіку 2014–2015 рр. зумовила суттєве зменшення роздрібного товарообороту. Зменшення обсягів роздрібного товарообороту обумовлено зниженням рівня життя населення і посиленням соціального напруження на тлі загроз, зумовлених збройним протистоянням на Сході України. Така негативна динаміка внутрішньої торгівлі поглиблює диспропорції у цій сфері національної економіки.

Процес роздрібної реалізації товарів вимагає постійної наявності на підприємствах торгівлі їх запасів. Формування певних обсягів товарних запасів дозволяє роздрібній торгівлі забезпечувати сталість асортименту товарів, здійснювати ефективну цінову політику, підвищувати рівень задоволення попиту покупців. Усе це вимагає підтримання оптимального рівня і достатньої широти асортиментних позицій товарних запасів.

Внутрішня торгівля відіграє важливу макроекономічну роль не тільки на рівні країни в цілому, а й на рівні кожного регіону. Роздрібна торгівля зосереджується переважно у великих містах. Так, в Україні оборот роздрібної торгівлі в Києві є найбільшим щодо загальноукраїнського обороту. Частка в м. Києві у загальноукраїнському обороті становить близько 13,0%–14,0% (у 2010–2014 рр.). Купівельна спроможність жителів столиці України у 2–3 рази вище середньоукраїнської.

Постійне підвищення вимог до рівня торговельного обслуговування стимулює розвиток системи послуг, яка сьогодні має першорядне значення в галузі торгівлі. У ході своєї основної діяльності роздрібні торговельні підприємства забезпечують безперебійну реалізацію товарів, їм не уникнути проблеми організації і постійного вдосконалення системи послуг, необхідної для спрощення процесу роздрібної реалізації і збільшення обсягу товарообігу. Таким чином, торгівля в Україні і надалі розвиватиметься високими темпами, а отже, і сфера послуг роздрібної торговельної мережі. Навіть негативні тенденції в українській і світовій економіках можуть вплинути лише на плани розширення діяльності, а не на зростання сфери.

У цілому, проведений аналіз тенденцій розвитку роздрібної торгівлі дозволяє стверджувати, що в Україні є можливості і необхідність у підвищенні темпів зростання роздрібного товарообороту. Важливо, щоб зростання обсягів роздрібного товарообороту відбулося не за рахунок підвищення цін, а внаслідок збільшення реалізації споживчих товарів у фізичному обсязі. Стабільності цін на споживчі товари при одночасному забезпеченні сучасної якості торговельного обслуговування сприятиме ефективне конкурентне середовище в сфері внутрішньої торгівлі. Прогресивною тенденцією має стати суттєве зменшення питомої ваги продовольчих товарів у загальному обсязі товарообороту.

Література

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія [Азарян О. М., Антонюк Я. М., Апопій В. В. та ін.] ; за заг. наук. ред. : О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Донецьк : ДонНУЕТ ; Львів : [б. в.], 2007. 253 С.

2. Герасименко А.Г. Мікроекономічний аналіз диференціації товарів як джерела ринкової влади. *Економіка України. 2013.* 421 С.

Борщевська Ю.О.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

ОСОБИСТІ ЯКОСТІ ТА ГОЛОВНІ НАВИЧКИ КЕРІВНИКА ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

На сьогодні майбутнє організації в більшості залежить саме від особистих якостей керівника, адже від його професійних компетентностей залежить подальший успіх організації.

Загалом робота керівника несе в собі вміння планувати, відтворювати та впливати на поведінку та дії людей, спрямовуючи й мотивуючи їх. Саме так, своїм виразом: «Плануй – роби – дивись – впливай» основоположник наукової організації праці та менеджменту Фредерік Тейлор описав сутність роботи лідера організації.

Від якостей керівника залежить подальша його управлінська діяльність. Особисті якості залежать від характеру, спрямованості, навичок, хисту особистості.

Керівник має бути наділений такими особистими рисами, як: цілеспрямованість, підприємливість, серйозність, самостійність, упертість, спроможність до домінування, прагнення до перемоги, впевненість у собі, емоційна стабільність. Цей перелік не вичерпує усього різноманіття характеристик керівників.

Але ж недостатньо мати гарних особистих рис для успішної управлінської діяльності. Для підвищення професіоналізму керівникові потрібні правильні інструменти та можливість створити приємне та комфортне робоче середовище. Наявність правильних навичок та якостей може кардинально поліпшити їх продуктивність і, зрештою, ефективність організації. Дієвий підприємець мусить постійно працювати над удосконаленням та отриманням нових навичок для досягнення управлінської ефективності. Вважаємо доречним охарактеризувати головні з них, до яких віднесемо:

1. Підвищення самосвідомості.

Передусім, щоб бути хорошим підприємцем, ви маєте знати свої сильні та слабкі сторони. Ви маєте знати свої цілі та план, як їх досягти. Ви маєте створити команду, яка розділяє вашу прихильність до досягнення цих цілей, і повинні допомогти кожній людині з вашої команди досягти найкращих результатів та показників, завдяки чому ви зможете досягти спільної цілі.

2. Комунікабельність.

Підприємець повинен мати справу з людьми. Не має значення, в якому бізнесі працює підприємець, тому що в будь-якому випадку він працює з людьми. І для цього, в першу чергу, підприємець повинен бути стійким до стресу, впевненим у собі, врівноваженим та головне – товариським і надійним.

3. Лідерські навички.

Лідерство виникає там, де є потреба в ініціативних діях. Люди прямують за лідером в першу чергу тому, що він здатний запропонувати їм засоби для утамування їхніх найважливіших потреб, вказати правильний напрям для дій. Влада керівництва будується на доброму знанні підлеглих, аналізі ситуації, визначенні найближчих і віддалених наслідків його дій, здатності викликати довіру підлеглих.

В сучасному світі підприємці виділяються своєю здатністю успішно керувати командою, а не технічними знаннями, як це було раніше. Вміння кидати виклики, допомагати, надихати, моделювати й заохочувати розглядається як очевидна риса лідерства. Коли лідери стикаються з проблемою, вони вважають її цікавою, тому що мають можливість вплинути на результат та виділити себе.

4. Вміння встановлювати чітко визначені цілі.

Встановлення чітких цілей з визначеними термінами допомагає командам зосередитися, направляючи їх зусилля. Відкрито спілкуйтесь з кожним зі своїх членів про цілі компанії та працюйте з ними для встановлення індивідуальних цілей, які напряму пов'язані з вашою бізнес-місією. Створіть в організації сприятливі умови для того, щоб персонал розумів свій шлях розвитку в компанії.

5. Здатність приймати правильні рішення.

Вважаємо, що це одна з головних навичок підприємця, якщо він хоче досягти успіху. Активний та ефективний підприємець повинен дисциплінувати себе та вміти приймати обґрунтовані рішення. Підприємець має рухатись швидко та отримувати від своїх дій вигідний зворотний зв'язок. Швидко виправляти помилки та змінювати себе в кращий бік. Щоб зберегти підтримку своєї команди, керівник мусить бути впевненим, що прийняті ним рішення є правильними. Час від часу підприємства зазнають невдачі, але в будь-якій ситуації підприємці повинні зберігати впевненість.

6. Вміння керувати своїми підлеглими.

Будь-який керівник в першу чергу працює з людьми та зобов'язаний знати всі тонкощі «людської інженерії». Індивідуальний підхід до людини дозволяє підприємству досягти найліпших результатів. Талановитий керівник завжди виступає в ролі прикладу для наслідування серед підлеглих, колег, рівних посаді, і навіть для вищих керівників.

Мудрий лідер розуміє, що головне, чим він володіє – це його підлеглі. Він їм і віддає перевагу перед іншими людьми.

Керівник досягає чогось лише завдяки своїм підлеглим. І тому одне з головних завдань керівника – вміння розбиратись в людях, їх знаннях, особливостях характеру.

Керівник має працювати віч-на-віч з проблемними співробітниками, щоб змінити їхню поведінку та здолати недоліки. Низька продуктивність не завжди пов'язана з відсутністю навичок у співробітника, можливо він просто неорганізований або неохайний. Ці звички зазвичай можна виправити за допомогою належного керівництва. Дуже важливо зберігати позитивний настрій та не забувати, наскільки важливим може бути внесок навіть одного співробітника в компанію.

Велике значення в контексті розвитку управлінських якостей має організаційна культура, яку можна визначити як сукупність цінностей, які є спільними в організації, що відображає діяльність компанії. Організаційна культура має п'ять складових, що включає її практику, бачення, цінність, людей, місце та історію. Кожна організаційна культура є унікальною і відрізняється від будь-якої іншої компанії, тому будь-яке рішення, прийняте компанією щодо різноманітності робочих місць, ґрунтується на переконаннях та нормах компанії, і, отже, має відображати цю компанію [1].

Як зазначають вітчизняні дослідники організаційної культури І.Г. Шавкун та Я.С Дибчинська, за структурою організаційна культура – це багатошаровий соціокультурний феномен. Якщо на рівні певної організації внутрішні характеристики організаційної культури можна ототожнювати з корпоративною культурою, наступним рівнем є поєднання корпоративних культур організацій галузі. Нарешті, організаційну культуру також можна трактувати як ідеологію бізнесу загалом, яка базується на капіталістичному мисленні та конкретних цінностях. Якщо перші два рівні організаційної культури спрямовані на вирішення конкретних соціально-економічних цілей, то на рівні ділової ідеології вона здатна проникати в різні культурні форми та сфери життя та впливати на них. Носіями організаційної культури є персонал організації (фірма, компанія, галузь), який завдяки спільній системі цінностей та відчуттю належності до колективу самоідентифікується як член професійної спільноти. Тому організаційна культура стає важливою субкультурою в культурі суспільства [2, С.31].

Таким чином, зважаючи на всі наведені компоненти управлінської діяльності, можна дійти висновку, що управління, певною мірою, є мистецтвом. Керівник мусить бути видатною особою, яка майстерно володіє мистецтвом спілкування, переконання, діалогу, мати гострий, неординарний розум та вміти оперувати інструментарієм організаційної культури на підприємстві.

Людський потенціал та вміння ним керувати, здатність керівника правильно встановити ціль та ефективно розпоряджатися ресурсами являють собою головний фактор успіху організації.

Література

1. Coleman J. Six Components of a Great Corporate Culture. *Harvard business review*. 2013. URL: https://hbr.org/2013/05/six-components-of-culture (дата звернення: 23.01.2021).

2. Шавкун І.Г., Дибчинська Я.С. Managing cultural diversity as challenge of organizational culture in multinational business environment. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 1(03). С. 29-37. URL: https://management-journal.org.ua/index.php/journal/article/view/7 (дата звернення: 23.01.2021).

Бухаріна Л.М.
д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організації та логістики
Запорізький національний університет
Бірюков Т.Р.
асистент
Запорізький національний університет

ПЕРЕВАГИ МОДЕЛІ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗЕРНОВИХ «НИТКОЮ ГРАФІКА»

Зернова галузь національного АПК, яка забезпечує левову частку від аграрного експорту, залежить від ефективного та стабільного функціонування залізниці. Адже близько 65% всього зерна з регіонів перевозиться для подальшого експорту через морські порти саме залізничним транспортом [1]. Тому розвиток зернової галузі й експорт цілком залежать від швидкого, надійного та вчасного транспортування агропродукції до морських портів залізницею.

Проте постійні логістичні колапси, що приносили збитки національним агротрейдерам через недостатню кількість зерновозів інвентарного парку АТ «Укрзалізниця» та недосконалими графіками вантажних перевезень призвели до прийняття радикальних інноваційних управлінських рішень – акценту на на пріоритеті маршрутних перевезень, так званою «ниткою графіку». Тобто в постачанні вагонів перевага надається тим елеваторам, які за добу здатні погрузити 54 вагона.

Такі рішення АТ «Укрзалізниця» змусили агровиробників переглянути критерії оцінки успішності елеваторних потужностей своєї логістичної системи з метою адаптації до нових правил на ринку залізничних перевезень. Саме тому сьогодні пріоритетною характеристикою сучасного елеватору є не потужності зберігання, а можливості залізничних відправлень [2].

Ефективне функціонування маршрутних елеваторів залежить від таких факторів:

1) наявність залізничних колій;
2) пропускна здатність залізничних колій;
3) наявність відповідної кількості зернових у виробника;
4) експедиторські послуги;
5) ефективна комунікація між учасниками логістичного ланцюга.

З понад тисячі українських зерносховищ, маршрутні відвантаження здатні здійснювати тільки 54 крупних агровиробники. Після запуску АТ «Укрзалізниця» сумісно із «Кернел Group» в 2019 році двох агрологістичних проекти – ступінчасті маршрути та «нитки графіку», великі агрохолдинги отримали перспективу всіх наступних років у розкритті експортно потенціалу зернових завдяки раціональній моделі розташування елементів виробничої та логістичної інфраструктури.

Запровадження послуги перевезень зернових на особливих умовах – за розкладом руху маршрутних потягів (РРМП) відповідає практиці транспортування зернових вантажів провідних країн світу, які є конкурентами на світовому ринку української агропродукції. Відсутність інноваційної моделі перевезень для українських аграріїв загрожує конкурентоспроможності та економічній безпеці національної сільськогосподарської галузі на світовому ринку. Перевезення вантажів за РРМП принесли АТ «Укрзалізниця» близько 207 млн грн доходу за 2019 рік, окрім того перевезення зерна є найбільш прибутковим напрямом вантажних перевезень АТ «Укрзалізниця», – займаючи всього 10% обсягу вантажних перевезень, транспортування зерна забезпечує 20% від усього доходу вантажних перевезень. Інноваційна модель перевезень РРМП, яка реалізується за умови місячного планування розкладу руху поїздів, часу та станцій навантаження, значно підвищує прогнозованість використання локомотивів та вагонів, зменшує їх дефіцит для перевезення заданих обсягів, підвищує пропускну спроможність залізничної мережі

Зараз в Україні діє 164 маршрутні станції та нараховується 7% лінійних елеваторів, адаптованих під транспортування зернових «ниткою графіка». Курсування зерновозів за чітким графіком дозволяє національним агровиробниам мінімізувати логістичні витрати та поліпшити оборотність завдяки таким чинникам:

1. Скорочення періоду оборотності (зерновози не стоять в очікувані локомотиву, не проходять додаткових операцій формування/розформування, що дозволяє одному вагону транспортувати вдвічі більше).

2. Експлуатаційна вигода (графік дозволяє прогнозувати час і дату прибуття порожніх та завантажених составів, що сприяє ефективному плануванню роботи із флотом і забезпечення терміналу вантажем).

3. Стратегічна вигода (збалансування усієї системи перевезень АТ «Укрзалізниці» та мінімізація навантаження на мережу в цілому, завдяки скороченню надмірної роботи локомотивів на шляху проходження, в умовах значного дефіциту останніх).

Вузьким місцем агрологістики залізничних перевезень за РРМП є застарілі технологічні потужності зі зберігання, низькі пропускні здатності припортових станцій та залізниці. Припортові станції здатні переробити лише 200 тисяч тон зерна в день а залізниця може перевезти лише 110 - 120 тисяч тон зерна в день. Не зважаючи на загальну потужність одночасного зберігання зерна усіх елеваторів України, яка складає 50 мільйонів тон, 62% потужностей – застарілі елеватори із підлоговими складами та бетонними силосами. Вони мають низьку швидкість завантаження та відвантаження зерна. У той же час об’єми вирощування зернових та олійних культур в України постійно збільшуються [3].

Тому з метою розвитку моделі залізничної агрологістики за розкладом руху маршрутних потягів необхідні такі заходи з боку української влади та національних агротрейдерів:

1) кооперація фермерських господарств між собою та державно-приватне партнерство для зведення кооперативних маршрутних елеваторів з метою доступу до інфраструктури;

2) підвищення тягових потужностей компанії-перевізника;

3) запровадження збірних маршрутів або укладання договорів з іншими експедиторами, які працюють на одному зерносховищі, за умови, якщо вони везуть свій товар в один порт.

4) переорієнтація елеваторів, розрахованих на довготривале зберігання, на потужну перевалку;

5) розташування потужностей зі зберігання поблизу залізничних станцій;

6) використання послуг логістичного аутсорсингу звичайними фермерами, експортерами та власниками звичайних терміналів;

7) розширення потужностей припортових станцій інвесторами, які будують зернові термінали;

8) розподіл навантаження в пікові сезони на весь МР;

9) відновлення Договору про перевезення вантажів на особливих умовах – за розкладом руху маршрутних поїздів від 26.09.2019 з 31.07.2020 року [4].

Отже тільки завдяки консолідації зусиль національних агротрейдерів та державній підтримці формату залізничних перевезень сільськогосподарської продукції за розкладом руху маршрутних потягів можливо імплементувати транспортування зернових «ниткою графіка» в агрологістику вітчизняних холдингів.

Література

1. Офіційна сторінка асоціації виробників, переробників та експортерів зерна. Новини/УЗА просить зберегти «графікові маршрути» для аграрної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uga.ua/news/uza-prosit-zberegti-grafikovi-marshruti-dlya-agrarnoyi-produktsiyi/

2. Онлайн платформа «Elevatorist.com». Спецпроети/Маршрутная ориентация [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://elevatorist.com/spetsproekt/85-marshrutnaya-orientatsiya

3. Інформаційна платформа «Агробізнес Україна». Елеватори і «Укрзалізниця»: як голочка з ниточкою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://agrobusiness.com.ua/elevatory-i-ukrzaliznytsia-yak-holochka-z-nytochkoiu

4. Інформаційно-аналітичне видання «Railinsider.com». УЗА просить зберегти «графікові маршрути» для аграрної продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.railinsider.com.ua/uza-prosyt-zberegty-grafikovi-marshruty-dlya-agrarnoyi-produkcziyi/

Воробьев К С.
аспирант
Запорожский национальный университет

МЕХАНИЗМ ДОСТИЖЕНИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОФЕЙНОЙ ПРОДУКЦИИ

В условиях современной бизнес-среды все большего значения для компаний приобретает операционный менеджмент, который обеспечивает результативность их повседневной деятельности, что в свою очередь, позволяет успешно реализовать общекорпоративные цели и миссии. Хорошо упорядоченная операционная деятельность является важнейшей предпосылкой обеспечения гибкости производственной компании к изменчивости условий хозяйствования на рынке и ее жизнеспособности в конкурентной среде.

Именно поэтому, разработка инструкций по совершенствованию операционного потока создания ценности клиенту, с целью сокращения: времени выполнения заказа, издержек производства, времени на обработку, цикла поставок и доставок готовой продукции клиенту, увеличение и контроль качества произведенной продукции является важным условием развития современной производственной компании и повышения ее конкурентоспособности. Все это и обусловливает актуальность проблемы поиска путей обеспечения операционного совершенства производственной компании. В качестве объекта исследования выбрана компания по производству свежего обжаренного кофе ISLA (ТОВ «Альта Плюс»). Исследование предполагает использование концепция бережливого производства (Lean) с практическим применение инструментов 5S и Kaizen при построении картирования потока создания ценности для клиента (VSM)

На основе концепций, для компании, разрабатываются разнообразные стратегии, которые направлены на повышение конкурентоспособности ее бренда и продукта на рынке. Операционная стратегия предполагает разработку общекорпоративно политики, установки приоритетов, разработке планов и мероприятия, с целью эффективного использования материальных и нематериальных ресурсов компании для производства конкурентоспособных продуктов и услуг [1, с.398].

Согласно доминирующих целей компании, операционные стратегии классифицируют на 4 основные группы: затраты; гибкость; качество; время или скорость [2, с. 194 -199; 3, с. 251-252], а именно:

1. Затраты (снижение затрат);

2. Гибкость (оперативность в обновлении ассортимента продуктов и изменения объема выпуска) – использование стратегии направлено на развитие способности компании свободно манипулировать ассортиментом, объемами производства, а также на развития скорости освоения новых видов продукции/услуг; Успешность ее применения определяется по: скорости реагирования компании на требуемые изменения; ее способности быстро

перестраивать действующие операционные процессы; разработке и внедрению новой продукции/услуг;

3. Качество (улучшение продуктов и процессов) - реализация данной стратегии нацелена не только на контроль качества конечной продукции/услуг, но и качество используемых ресурсов, процессов и операций на всех этапах производства; появление менеджмента качества обусловлено увеличением уровня влияния качества продукции на ее конкурентоспособность; потребитель определяет требуемы уровень качества продукции/услуги, однако, высокое качество и цена может отпугнуть часть покупателей; качество обеспечивается компанией и функционированием операционной системы, ее подсистем и влияет на их содержание;

4. Время, скорость (сокращение времени на производство и обслуживание) - реализация данной стратегии направлена на сокращение длительности цикла выполнения операций и бизнес-процессов компании; сокращение циклов оборачиваемости - значительное конкурентное преимущество для компании. Поскольку две последние группы операционных стратегий относят к современному операционному менеджменту целесообразно использовать стратегию «Время» так как она нацелена сразу на все составляющие предыдущих стратегий «Гибкость», «Качество» и «Затраты» [4].

Для реализации стратегии «Время» используем инструмент бережливого производства (Lean), картирования потока создания ценности клиенту. Картирование позволяет увидеть весь поток создания ценности, определить, где именно происходят потери, а именно построить модель текущего состояния и будущего. Данный инструмент целесообразно использовать для построения модели текущего состояния (AS-IS) и будущего состояния (TO-BE) производственной компании. Полученные данные картирования свидетельствуют о том, что после проведенных изменений, потери в процессе создания ценности будущего потока составят 20,6 % (4 дня, 1 час и 4 минуты), по сравнению с прошлым состоянием в 37,6 % (7 дней и 55 минут), а неэффективное время сокращено на 45 % (с 50 дней 16 часов и 39 минут до 26 дней 19 часов). Исходя из полученных результатов используя инструменты «создания ценностей» помогли выявить узкие места и организовать мероприятия по непрерывному совершенствованию производственных процессов компании.

Литература

1. Джейкоб Д. Новая цель. Как объединить бережливое производство, шесть сигм и теорию ограничений. Д. Джейкоб, С. Бергланд, Д. Кокс. Москва : МИФ, 2017. 400 с.

2. Ильдеменов А С. Операционный менеджмент, учебник. Москва : Инфра, 2007. 200 с.

3. Вумек Д., Джонс Д. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. Москва : «Альпина Бизнес Букс», 2017. 472 с.

4. Ротер М., Шук Д. Учитесь видеть бизнес-процессы: Построение карт потоков создания ценности. Москва : Альпина Паблишер, 2015. 111 с.

Галак І.І.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри транспортного права та логістики,
Національний транспортний університет

ЗАМКНЕНИЙ ЛАНЦЮГ ПОСТАЧАНЬ: ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Концепція сталого розвитку (sustainable development) - одна з найбільш часто обговорюваних тем в контексті управління підприємством і ланцюгом постачань. Протягом багатьох років робляться спроби визначити оптимальне поєднання корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку бізнесу. Відповідно до більшості концепцій, стійкий ланцюг постачань повинен враховувати і зворотній напрям матеріального потоку (таб.1), в якому переробка та утилізація реалізуються в так званому «замкнутому циклі», включно з операціями в традиційному (forward supply chain) та реверсивному (reverse supply chain) ланцюгах постачань [1].

Таблиця 1 – Характеристика реверсивних потоків

Вид реверсивного потоку	Характеристика	Тривалість циклу	Характер обробки
Повернення в результаті закінчення дати споживання (*End-of-use returns*)	Товари, повернені в результаті втрати ними споживчих властивостей	Довготривалий	Відновлення, вторинна переробка
Комерційні повернення (*Commercial returns*)	Невикористані товари, повернені для отримання матеріального відшкодування	Коротко- або довго-тривалий	Вторинне використання, відновлення, вторинна переробка, утилізація
Гарантійні повернення (*Warranty returns*)	Дефектні або пошкоджені товари	Середньо-тривалий	Ремонт, утилізація
Металобрухт та відходи виробництва (*Production scrap and By-products*)	Металобрухт та відходи виробництва	Дуже коротко-тривалий	Вторинна переробка, реконструкція
Упаковка (*Packaging*)	Пакувальні матеріали та транспортні одиниці для перевезення вантажів	Коротко-тривалий	Вторинне використання, вторинна переробка

Реверсивна логістика - це процес планування, здійснення і контролю процесів руху сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, а також обслуговуючі їх інформаційні потоки від точки споживання назад до точки походження з метою подальшого використання корисних властивостей і матеріальних ресурсів [2]. І саме завдяки процесам реверсивної логістики стає можливим перетворення лінійної економіки в замкнуту форму, в той час як зеленим ланцюгам постачань (green supply chain) не завжди притаманний

замкнутий і циклічний вид. Але разом з тим реверсивна логістика не завжди носить екологічний характер (рис. 1).



Рисунок 1 – Взаємозв'язок між реверсивною та зеленою логістикою

Зелену логістику можна розглядати з двох сторін:

-виробництво «зелених» продуктів, зокрема, використовуваних в системах поновлюваних джерел енергії і обладнання для всіх видів екологічно чистих технологій;

- скорочення забруднення і відходів шляхом зведення до мінімуму використання природних ресурсів, рециркуляції і повторного використання відходів.

Потрібно відмітити, що існує три основні шляхи використання поверненого товару[3]:

- використання після повернення (reuse) - передбачає організацію максимального використання повернених товарів шляхом продажу їх на вторинні ринки за зниженою ціною;

- переробка (recycle) - екологічно найвигідніший шлях використання повернених товарів або їх компонентів шляхом їх переробки та подальшого використання;

- утилізація (reduce) – дослідження виробником попиту на повернення та зменшення на відповідну величину обсягів продукції, що виробляється.

Отже, «закриття» ресурсів в ланцюзі постачань відбувається за рахунок переробки продукту, що не підлягає повторному використанню і відновленню, який трактуються в лінійному потоці як відходи. У підсумку, в рамках взаємодії реверсивної та зеленої логістики, створюється замкнений ланцюг постачань, як

невід'ємний елемент циркулярної економіки та сталого розвитку. Це одночасно сприяє оптимізації використання енергетичних і сировинних ресурсів, мінімізації відходів і викидів забруднюючих речовин протягом всього життєвого циклу продукту.

Будь-який продукт проходить три етапи життєвого циклу[4]: виробництво, використання, закінчення використання, але в залежності від пріоритетів виробника, кожен етап має різний вплив на показники ефективності в ланцюзі постачань, на взаємини зі споживачами і постачальниками, а також на суспільство в цілому і навколишнє середовище. В таблиці 2 представлені основні етапи, з урахуванням прийняття принципів циркулярної економіки, життєвого циклу продукту, в кінці якого замість поховання він використовується повторно або утилізується.

Таблиця 2 – Характеристики замкненого життєвого циклу продукту

1 етап - виробництво	2 етап - використання	3 етап – замикання ланцюга постачань та утилізація
Екологічний дизайн продукту	Використання продукту	Повернення продукту в кінці використання
Вибір постачальника	Технічне обслуговування, ремонт продукту	Демонтаж і перевірка якості, Відновлення компонентів
Виробничий процес	Вторинний ринок	Утилізація, отримання вторинної сировини або енергії

Замкнений ланцюг постачань (closed - loop supply chain) враховує причини і наслідки діяльності, що має екологічний, соціальний і економічний характер, в той час як традиційне управління ланцюгом постачань зазвичай фокусується виключно на економічній ефективності [5]. Управління замкненими ланцюгами постачань можна назвати відповідальним управлінням (ВУЛП), ціллю якого є створення, захист і зростання довгострокової екологічної, економічної і соціальної цінності для всіх груп впливу, залучених у донесення товарів і послуг до ринку споживання.

Якщо розкривати тему дослідження з точки зору вітчизняних компаній, то проблематика замкненого ланцюга постачань передбачає два підходи: перший з них – це позиція замовника, другий – підхід постачальника. Ускладнення та підвищення ефективності ланцюгів постачання українських компаній є таким самим свідченням зрілості бізнесу, як і розвиток соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) [6]. При розгляді та аналізу ризиків у власній мережі постачальників, у замовника виникатимуть дещо інші питання, ніж у постачальника. Протягом останніх десяти років поняття соціальної відповідальності бізнесу набуло поширення в Україні – компанії розробляють власні стратегії соціальної відповідальності, впроваджують програми та проекти.

У ланцюгах постачань цінність товарів і послуг збільшується на кожному наступному етапі, від підрядників до постачальників, і, врешті решт, споживачів. Додана вартість, створена вздовж ланцюга, розподіляється між цими учасниками і їхніми працівниками. В результаті невиправданого збільшення вартості в одній

ланці ланцюга постачання та відсутності державного контролю можуть створюватись значні дисбаланси в отриманні маржі кожним з постачальників і навіть призводити до конфліктів між ними. Жорстка цінова конкуренція між виробниками на ринках призводить до постійного посилення тиску на постачальників до зменшення вартості їхньої продукції – створює мотивацію до розбалансування розподілу доданої вартості створеної вздовж ланцюга постачання товару[6].

Розбудовуючи відповідальну систему управління ланцюгами постачання, підприємства мають оцінювати не лише короткострокові фінансові вигоди, які вони самі зможуть отримати, а й будувати такі взаємовідносини з постачальниками, які допоможуть створити довгострокову цінність для всього ланцюга. А це вимагає інтегрування принципів сталого розвитку, тому перехід до замкненого ланцюга постачань сприятиме мінімізації витрат від екологічного, соціального та економічного впливу, а саме зменшиться вартість матеріалів, сировини, енергії, доставки та зросте продуктивність праці. Також, це дозволить захистити репутацію компанії та цінність бренду і підвищити ефективність ланцюга постачань в цілому.

Література

1. Kates, R.W., Parris, T.M., Leiserowitz, A.A. (2005). What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice. Environment: Science and Policy for Sustainable Development, 47(3): 8–21.

2. Stock, J. (1998). Development and implementation of reverse logistics programs. Oak Brook: Council of Logistics Management.

3. Галак І.І., Бабина Д.А. Перспективи використання реверсивної логістики в агропромисловому комплексі: екологічний аспект. Вісник Національного транспортного університету. Сер. Економічні науки. 2020. Вип. 2(47). С. 59-69

4. Ветрова М. Устойчивая возвратная логистика: зарубежный опыт и российские перспективы// Инновационное развитие экономики, Научно-практический и теоретический журнал. № 4 (34), 2016, С. 26-39.

5. N. Raj Kumar, R.M. Satheesh Kumar. Closed Loop Supply Chain Management and Reverse Logistics -A Literature Review, International Journal of Engineering Research and Technology. ISSN 0974-3154 Volume 6, Number 4 (2013), pp. 455-468

6. United Nations Global Compact: Supply Chain Sustainability Resources and Practices
https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Responsible_Supply_Chain__UA_.pdf

Гільдібрант К.Є.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Кожна компанія складається з організації людей, які повинні мати навички кваліфікованих, ефективно працюючих, грамотних і здатних керувати виробничим процесом управлінців для успішного функціонування будь-якого виробництва товарів або послуг.

Однак, треба не тільки сформувати колектив зі справжніх професіоналів, а і не забувати, що персонал потрібно постійно мотивувати. Саме мотивація співробітників є основою в ефективному управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосереднім чинником їхньої поведінки.

Головним та дуже важливим завданням керівництва є напрямок та орієнтація працівників на досягнення цілей організації. Створення умов, при яких працівники бачать зацікавленість керівництва в їх професійному розвитку, веде до формування продуктивності та ефективності.

Як зазначають дослідники проблем мотивації персоналу, а саме Перевозчикова Н. О. [1], проблеми недостатнього стимулювання та мотивації дуже актуальні на даний момент, тому що в сучасних організаціях не приділяють цьому достатньо уваги. Мотивація завжди виникала у процесі зародження та формування менеджменту як науки, отже вивчення цього питання є необхідним та актуальним.

Мотивування персоналу відбувалося завжди, але в залежності від певних факторів, економічного становища підприємства та країни в цілому, воно змінювалось.

Слід зазначити, що мотивація працівників базується не тільки на індивідуальних характеристиках кожної особи, а і на менталітеті народу. Тому будь-який чинник мотивації перед введенням в дію потрібно видозмінювати відповідно до особливостей колективу, в результаті чого, у кожній організації складаються свій, стиль керівництва, умови роботи тощо.

Однак причини, які змушують людину віддавати роботі максимум зусиль, визначити важко, бо вони досить складні та різноманітні. Різні дії викликають у кожної людини далеко не однакову реакцію. Одні люди виконують легку роботу і залишаються незадоволені, а інші роблять важку і отримують задоволення. Тому, щоб надати людині вирішення того чи іншого завдання, треба знати і розуміти, що рухає людиною, що спонукає її до дій та до чого вона прагне, виконуючи певну роботу.

Найбільш ефективних методів мотивації членів колективу до праці було створено за кордоном. Одним з них, звісно, є фінансовий аспект, адже тільки поодинокі ентузіасти працюють за ідею. Людина повинна отримувати свідому

заробітну плату, відповідно обсягу роботи та ступеня відповідальності. Тим не менш, необхідно розуміти, що збільшення рівня заробітньої плати працівнику не завжди є добрим стимулом, який буде мотивувати його, частіше, зацікавленість людини буде триматися близько 2-3 місяців.

Таким чином, відмінна риса іноземних підприємств полягає в мінімізації матеріальних винагород і збільшенні нематеріальних стимулів, а також зростання авторитету і участі співробітника у функціонуванні всього підприємства.

Відсутність належних стимулів до праці, нереалізовані мрії про підвищення рівня життя та неможливість досягнути поставлених цілей зумовлюють виникнення незадоволення людини своєю роботою та своїм становищем у суспільстві [1].

Для того, щоб уникнути відчуття несправедливості, система мотивації співробітників має бути прозорою. Кожен працівник повинен знати, що за виконання роботи з високим рівнем якості, за виявлену ініціативу, за творчий підхід до рішення завдань, він отримає відповідну винагороду у вигляді премії, посадової надбавки, додаткового дня до відпустки, а також визнання з боку керівника і колег, повагу особистості, щирість в похвалі, реалістичність цілей та зворотний зв'язок.

Можна сказати, що чим більше розрив між тим, що працівник віддає суспільству, і тим, що він одержує в обмін – тим менше для нього мають значення такі мотиви, як обов'язок перед людьми, суспільством в цілому, бажання приносити людям користь.

Проблема мотивації вже була не раз досліджена, але багато вчених виділили свої власні теорії з приводу цього питання, яких досить багато. Наприклад, увага прихильників процесуальних теорій сконцентрована на вивченні розумових процесів, що впливають на поведінку людини, тобто якими способами працівники прагнуть до винагороди.

Мотивація ґрунтується на двох категоріях: винагороди – те, що людина вважає цінним для себе та потреби – відчуття фізіологічної або психологічної нестачі чого-небудь. Потреби породжують у свідомості людини інтерес, а він – мотиви.

У період економічного спаду поведінка багатьох підприємств і організацій, нажаль, визначає мотивацію з негативним зворотним зв'язком (через зниження виробничих результатів не тільки знижуються можливості задоволення потреб, а й постійно скорочується їх обсяг). Але активність і енергія керівника, створення і підтримання бойового духу команди в період кризи є найважливішими умовами для здійснення успішного антикризового управління.

Чи встануть люди поруч зі своїми лідерами, чи проявлять лояльність і відданість бізнесу, чи збережуть вони віру в успіх — залежить від того, який стиль управління буде обраний керуючою командою. Тому власники і менеджери підприємств, щоб не схилитися перед кризою, змушені переглянути систему мотивації на основі встановлення динамічних позитивних зворотніх зв'язків.

Отже, справжній керівник повинен враховувати всі фактори, щоб забезпечити успішну роботу підприємства.

Сучасний світ стрімкого розвитку інформаційних технологій змінює не лише багато галузей економіки, але і багато процесів роботи і функціонування організації. Цей вплив, як вбачається, є неоднозначним.

З одного боку, більш вільний і швидкий обмін інформацією між працівниками організації безумовно сприяє кращому розумінню ними завдань один одного та взаємозалежності між ними. Проте, з іншого боку, розвиток ІТ створює деякі загрози та перешкоди процесу мотивації. Відсутність безпосереднього особистого контакту та спільного робочого простору суттєво зменшує відчуття належності до колективу, якщо працівники однієї і тієї самої організації працюють в різних куточках землі над спільними завданнями. Відтак, послаблюється емоційний зв'язок з організацією, що обертається потребою посилення матеріальної складової мотивації та винагороди.

Отже, як підсумок, визначаються певні пріоритети ефективної та якісної праці:

- вміння враховувати інтереси всіх працівників підприємства;
- акцентування уваги на конкретних та вагомих проблемах кожного працівника та колективу в цілому;
- вислуховування бажання та потреби співробітників;
- створювання єдиної, цілісної команди згуртованого та задоволеного колективу.

Як зазначає дослідник важливості проблеми мотивації на підприємстві Віятик І., запровадження та розробка ефективних мотиваційних моделей сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності і, в кінцевому результаті, прибутковості підприємства. Також, це дозволяє вийти підприємству на економічно новий рівень розвитку і відкриває можливості реалізувати свій потенціал на світовому рівні. Та найголовніше, це те, що використання ефективної мотиваційної моделі на підприємстві свідчить про дбайливе і уважне ставлення керівництва до власних працівників, а, отже, і про піклування матеріального і соціального становища. Імідж будь-якої організації чи підприємства визначається насамперед належним відношенням до всіх членів колективу, а успіх підприємству гарантовано, якщо є зацікавленість його працівників у підвищенні продуктивності праці та в повній реалізації свого творчого потенціалу [2].

Література

1. Перевозчикова Н. О., Котова Ю. І. Особливості мотивації персоналу на сучасних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1961 (дата звернення: 04.12.2020)

2. Віятик І. Важливість проблеми мотивації праці на підприємстві. Матеріали VII Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання», м. Тернопіль, 23-24 квітня 2015 р. Тернопіль : ТНТУ, 2015. Том 2. С. 18-19.

Горбань Я. Ю.
студент
Запорізький національний університет
Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Підприємництво — провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує ринок товарами та послугами. Воно почало формуватися досить давно, коли відбулися перероставання особистих господарств в товарні, почали розвиватися товарно-грошові відносини, і ось до наших часів підприємства продовжують розвиватися та вдосконалюватися. Підприємництво — є однією із основних передумов розвитку народного господарства будь-якої країни. Крім цього, розвиток підприємництва країни є своєрідним індикатором характеру змін у зовнішньому середовищі.

Умовами підприємництва є:

1. володіння капіталом;
2. орієнтація на отримання прибутку;
3. включеність у ринок;
4. економічна свобода і самостійність;
5. знання правового поля;
6. ініціативність та творчість;
7. здатність подолати спротив конкурентів [1] .

Слід пам'ятати, що позитивні зміни у зовнішньому середовищі, зокрема, в економіці країни є неможливими без розвитку підприємництва. Особливо це стосується малого підприємництва як найбільш гнучкої за відношенням споживчого попиту ланки.

Що стосується України**,** на даний час підприємницька діяльність не в самому кращому стані, вона значно відстає від європейського рівня. Існують досить вагомі фактори, які впливають на економіку країни, яка, в свою чергу, відображається на роботі підприємств, і взагалі, ставить під сумнів перспективи розвитку підприємництва в Україні.

Деякі українські підприємства обмежені в сировинних матеріалах, мають проблеми с реалізацією своєї продукції, не мають фінансового забезпечення, і це все призводить до закриття підприємств (закрито яких було не мало).

Особливо загрозливими є такі фактори:

1. військові дії, що ведуться на території нашої держави;
2. недосконала державна регуляторна політика щодо суб’єктів підприємництва;
3. високі ставки оподаткування, які останнім часом тільки зростають;
4. обмеження або відсутність фінансової підтримки малого підприємництва;

5. низький рівень підготовки та кваліфікації кадрів, недосконалість консультаційного та інформаційного забезпечення;

6. недостатня кількість кваліфікованого персоналу;

різке зниження інвестиційної привабливості української економіки

7. пандемія короновірусу на даний час [2].

Вирішення цих проблем забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора та зменшення тіньового сектору.

У таких складних умовах сьогодення здається неможливим перехід України до Європейських стандартів ведення бізнесу. Втім, слід зазначити, що багатьом країнам, які на цей момент є повноправними членами Європейського Союзу, це з успіхом вдалось здійснити у дуже складні періоди свого розвитку і становлення [3].

Але, незважаючи на проблеми, наша країна прагне вийти на достатній рівень, і держава прагне відкривати більше нових, рентабельних та конкурентоздатних підприємств.

Що стосується малих та середніх підприємств, то вони мають великі резерви і перспективи, адже нема іншого способу становлення і зміцнення держави, окрім розвитку ринкової економіки, яка починається з приватних бізнесів та особистої ініціативи.

Головні завдання для розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:

1. спрощення дозвільних процедур та процедур здійснення державного контролю, отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів підприємництва та скорочення строку проведення таких процедур;

2. удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності, зниження податкового тиску на економіку та забезпечення його рівномірності.

3. зменшення тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів, протидія рейдерству та корупції;

4. вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва;

5. впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва;

6. створення сприятливих фінансових передумов для започаткування та здійснення підприємницької діяльності, доступності фінансових ресурсів для суб'єктів підприємницької діяльності;

7. забезпечення державної підтримки суб'єктів підприємництва, що працюють у сфері інвестиційної, інноваційної і науково-технічної діяльності, впровадження зарубіжного досвіду з питань започаткування нових інноваційних технологій в господарській діяльності;

8. посилення уваги до інформаційного забезпечення, навчання і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів підприємництва;

9. підтримка нових методів співробітництва органів виконавчої влади та громадськості [4].

Якщо і на далі все буде змінюватися в гарному для нас напрямку, то наші підприємства будуть більш розвинутими і конкурентоздатними.

Загалом, перспективи для розвитку підприємництва в Україні дуже великі. В нас добра геолокація, родюча земля, працьовиті люди, і, завдяки цьому, в нас є всі шанси для створення підприємств наших мрій.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

1. територіальне розповсюдження підприємництва, зростання кількості індивідуальних підприємців та юридичних осіб;

2. зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців;

3. інтенсивний розвиток комерційного підприємництва при незначному розвитку виробничого підприємництва;

4. розширення сфери послуг (транспортні, туристичні, готельні та ін.

Отже, в Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва. І цей важкий для України час може затягнутися років на 15 чи більше. Вирішення існуючих проблем забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Сьогодні немає чітких прогнозних розрахунків щодо можливих позитивних і негативних наслідків для економіки України, але перспективи є очевидними. Правильна державна підтримка та бажання самих підприємців вже за невеликий проміжок часу зможуть перетворити Україну в потужний бізнес центр. Важливо, що в умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян [3] .

Література

1. Підприємництво в Україні URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Pidpryiemnytstvo_Ukr. (дата звернення: 08.12.2020)

2. Підприємництво в Україні URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Підприємництво_в_Україні#Проблеми_та_перспективи_розвитку підприємництва в Україні. (дата звернення: 08.12.2020)

3. ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2015/24.pdf.

4. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні URL: https://pidru4niki.com/1652020552798/ekonomika/problemi_perspektivi_rozvitku_pidpriyemnitstva_ukrayini. (дата звернення: 08.12.2020)

Гудима О.В.
к. е. н., доцент
Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Українські вчені вносили свої внески у становлення понятійного апарату, уточнення сутності та ролі контролінгу в прийнятті управлінських рішень та координацію діяльності системи управління підприємством. На цьому етапі контролінг розглядався як механізм саморегулювання, який включає планування, координацію і управління, спрямовані на досягнення мети і забезпечують зворотний зв'язок в системі менеджменту; роль контролінгу полягала в координації різних процесів в управлінні підприємством для досягнення мети [2, с. 205] та ін.

Контролінг персоналу – це технологія управління, спрямована на розроблення рекомендацій і підтримання рішень у сфері кадрового менеджменту. Контролінг персоналу забезпечує досягнення цілей організації на засадах підвищення гнучкості й адаптивності системи управління персоналом й удосконалення підходів до планування, моніторингу, інформаційно-аналітичного забезпечення й контролю окремих процесів управління персоналом [1, с. 370].

Контролінг персоналу включає: аналіз соціальної й економічної ефективності застосування різних методів управління в організації; координацію планування персоналу з перспективами розвитку підприємства; вивчення впливу розподілу працівників за робочими місцями на результати роботи.

Запровадження обґрунтованих (необхідних і достатніх) планових значень показників за всіма елементами управління персоналом виступає основною ідеєю контролінгу персоналу [6, с. 8]. На сучасному етапі він є однією з головних складових системи контролінгу діяльності підприємства, яка спрямована на забезпечення ефективності процесів управління персоналом (ефективності й оптимальності витрат на персонал, продуктивності праці, досягнення цілей) та стратегічної спрямованості діяльності, а отже, є важливим для успішної й тривалої діяльності підприємства на ринку; контролінг персоналу забезпечує використання організацією соціально орієнтованої концепції контролінгу через збалансоване управління на основі фінансових і не фінансових показників; контролінг персоналу за своєю сутністю є процес-орієнтованим контролінгом, спрямованим на супровідні процеси у сфері управління персоналом.

Особливу значущість контролінг персоналу набуває в аграрному секторі, який відрізняється не тільки високою трудомісткістю і сезонністю сільськогосподарського виробництва, а й слабким рівнем ключових компетенцій співробітників, невисоким рівнем мотивації працівників, низьким рівнем оплати праці, «перекосами» у віковій структурі зайнятого персоналу і ін.

Сільськогосподарські підприємства України працюють в різних агрокліматичних умовах, які істотно розрізняється по регіонах за фінансової та

іншої підтримки. Саме аграрний сектор в Україні переживає період корінних змін в техніко-технологічному забезпеченні та організації логістичних ланцюжків поставок. Все це вимагає від керівників сільськогосподарських підприємств вміння бачити перспективи, приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

В умовах наростаючої конкуренції на товарних та сировинних ринках, ключового значення набуває ефективний розвиток системи контролінгу персоналу в питаннях зміцнення ринкових позицій вітчизняних товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринку сільськогосподарських товарів та продовольства. Стабільність функціонування і системне вирішення проблем забезпечує впровадження та ефективний розвиток системи контролінгу персоналу аграрного сектору.

Вищезазначені причини підкреслюють актуальність розвитку теоретико-методологічних положень і практики застосування системи контролінгу персоналу аграрного сектору. Зараз вимагає окремого розгляду те, що впровадження системи контролінгу персоналу аграрного сектору існує низка проблем об'єктивного і суб'єктивного характеру, має свої особливості, вирішення яких неможливо без застосування системного підходу до проведення перетворень, а також готовності всіх співробітників до змін як в структурі підприємства в цілому, так і в мотивації.

Об’єктом контролінгу персоналу є вхідні, внутрішні, зовнішні та вихідні інформаційні потоки, що опосередковують HR-процеси на підприємстві [5, с. 172]. Суб’єктом управління – працівники служби контролінгу (за наявності) або служби управління персоналом. Завданнями контролінгу персоналу є:

1) підвищення ефективності використання персоналу;

2) підготовка альтернативних варіантів кадрових рішень;

3) формування інформаційно-аналітичного забезпечення контролінгу персоналу;

4) управління інформаційними потоками, що опосередковують HR-процеси на підприємстві;

5) планування трудових показників та контролі за виконанням планових завдань;

6) виконання функцій контролю та бюджетування витрат на персонал на підприємстві [7, с. 270].

Ключова ідея зводиться до того, що персонал являє собою головну цінність організації, головний стратегічний ресурс, спрямований на одержання кінцевих фінансових результатів. Саме тому особливу роль та значення на підприємствах аграрного сектору може відігравати нова система управління трудовим потенціалом – контролінг персоналу. Запровадженню контролінгу персоналу передбачені наступні етапи:

- формування цілей системи управління трудовим потенціалом;

- оцінка організаційної структури і діагностики соціально-психологічного клімату на підприємстві;

- розробка організаційних основ впровадження моделі контролінгу трудового потенціалу підприємства;

- аналіз внутрішньої ефективності системи управління персоналом;
- моніторинг і аналіз результатів;
- порівняльний аналіз інтегральних результатів і вироблення рекомендацій;
- оцінка інтегральної ефективності управління трудовим потенціалом та прийняття управлінських рішень.

В процесі організаційної підготовки та формуванні моделі контролінгу персоналу на підприємстві виникають такі проблеми:
- опір окремих працівників підрозділів підприємств інноваційним ідеям;
- відсутність єдиного інформаційного поля для моніторингу та аналізу інформації;
- розпиленість джерел інформації контролінгових даних по структурним підрозділам підприємства;
- невисокий рівень інженерно-технічної підготовки персоналу;
- дискретний характер зайнятості частини персоналу;
- практично повна відсутність інвестицій в підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів [4, с. 197].

Від вирішення цих проблем в великій мірі залежить ефективність впровадження нових систем управління трудовим потенціалом на підприємствах аграрного бізнесу.

В системі контролінгу персоналу є концептуальні засади застосування логістичного підходу, а саме:

1) спрямованість контролінгу персоналу на встановлення взаємодії інформаційних потоків з кадровими і фінансовими;

2) оптимізація та опрацювання інформаційних потоків в системі контролінгу персоналу;

3) побудова оптимальної траєкторії переміщення внутрішніх інформаційних потоків на підприємстві;

4) створення можливості для конструктивної між функціональної взаємодії кадрових потоків на різних рівнях управління;

5) організація руху інформаційних потоків, що опосередковують HR-процеси;

6) вибір і застосування оптимальних логістичних інструментів управління різними видами інформаційних потоків[3, с. 305].

Таким чином, системі контролінгу персоналу в аграрному секторі властивий ряд відмінних рис: недостатній рівень відповідальності і мотивації персоналу, його орієнтації на зниження рівня витрат і підвищення ефективності діяльності персоналу; слабкий облік витрат на персонал.

В сучасних умовах управління витратами на персонал має розглядатися не стільки як скорочення числа працюючих на підприємстві, скільки як вдосконалення структури персоналу, підвищення його адаптивності до мінливих умов і т.п.

Запропоновані напрямки вдосконалення контролінгу персоналу в аграрному секторі дозволять успішно вирішувати проблеми не тільки в системі

управління персоналом на конкретному підприємстві, а й у загальній системі управління, а саме:

- слугуватиме дієвим інструментом підвищення відповідальності керівників і мотивації персоналу за результативність їх діяльності, реалізацію в установлені планом терміни намічених завдань;
- контролінг забезпечить систематичний і кваліфікований контроль за функціонуванням всіх ланок організації в їх взаємодії і взаємозалежності, щодо реалізації заходів, намічених планом, дозволить викривати недоліки практики планування, оптимізувати їх за допомогою своєчасного внесення необхідних коректівів.

Література

1. Гасило О. О. Контролінг управління персоналом підприємств. *Торгівля і ринок України* : Тем. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громадського харчування. Вип. 25. Донецьк : ДонНУЕТ, 2018. Т. 1. С. 369-374.

2. Контроллинг как инструмент управления предприятием [Текст] / Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др.; Под ред. Н.Г. Данилочкиной. Москва : Аудит, ЮНИТИ, 2019. 279 с.

3. Лиходєдова О. В. Контролінг персоналу: сутність та особливості на сучасному етапі. *Економічний аналіз.* 2010. Вип. 7. С. 304 – 306.

4. Олицька Т. А. Методологічні особливості контролінгу персоналу в організації / Т. А. Олицька, Н. П. Базалійська. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова.* 2013. Т. 18. Вип. 4/2. – С. 196 – 199.

5. Панченко Г. С. Контролінг формування та використання людських ресурсів: дис. канд. екон. наук : 08.00.07 / Г. С. Панченко. Донецьк : Б. в., 2018. 214 с.

6. Смирнова Л. Д. Механізм гнучкого контролінгу в управлінні виробничо-господарськими системами : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економіки». Л. Д. Смирнова. Донецьк : Б. в., 2003. 16 с.

7. Ценклер Н. І. Методичні підходи до формування моделі кадрового контролінгу. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2015. Вип. 1 (45). Т. 2. С. 269 – 272.

Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет
Горбань Я. Ю.
студент
Запорізький національний університет

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ 2020

Вперше за всю свою історію український бізнес зіткнувся із необхідністю улагодити роботу в ситуації, коли робітники не можуть прийти в офіс, клієнти — в салони краси та ресторани, покупці — в магазин, студенти — в аудиторію учбових закладів.

Сьогодні, в силу стрімкого поширення пандемії, бізнес може зіткнутись з безпрецедентним темпом зростання кількості банкрутств. За умов втрати ліквідності та відсутності оборотних активів для погашення поточних зобов'язань – загроза неплатоспроможності стає все більш реальною.

Звісно, повністю уникнути збитків у більшості підприємств не вийде. Є й такі, хто в цей карантин та локдаун озолотиться, — служби доставки, супермаркети, апетки, інтернет-магазини, онлайн-курси. Одначе для більшості компаній різні форми дистанційного режиму роботи — це тільки спосіб знизити свої збитки [1] .

Було проведено спеціальне опитування торгово-промисловою палатою Америки серед 105 представників 95 бізнес-організацій країни на тему: «Економічний вплив COVID-19 на Україну». За результатами цього дослідження близько 66% фірм не зможуть досягти своїх річних цілей через пандемію. Майже 47% українських організацій мають в планах зберегти кількість своїх робітників і тільки четверть - скоротити кількість свого персоналу. Це опитування також виявило, що більше 25% опитаних компаній не мають можливості перевести більшу частину працівників на дистанційну роботу [1] .

Перевести увесь робочий персонал на віддалений режим роботи можуть тільки 20% підприємств, у більшості з яких не більш ніж 250 чоловік. Крім того, компанії, які не можуть організувати для своїх працівників дистанційний режим роботи, серед ключових перешкод для ефективного функціонування в умовах карантину та даного локдауну виділяють проблеми, які пов’язані з громадським транспортом і забезпеченістю засобами медичного захисту робітників. Більшість опитаних бояться, що закінчення взаємодії з Міжнародним валютним фондом і припустимий дефолт країни стануть ще більшим навантаженням на бізнес, тому організації очікують від держави забезпечення оптимального, стабільного функціонування банківської системи та продовження співробітництва з Міжнародним валютним фондом .

Більшість компанії, змушені зараз організовувати дистанційну роботу. Ці фірми можна розділити на дві великі групи. Перша - це заклади, що обслуговують клієнтів, або займаються виробництвом, або роздрібною торгівлею. Їм найскладніше, адже вони змушені повністю припини свою діяльність за прямим розпорядженням державних органів. А прилавка, звичайно, додому не віднесеш, і в такому випадку краще мати інтернет-магазин.

Інша група - компанії, головну роботу яких зосереджено в офісах. Їм якраз найпростіше перейти на дистанційну роботу. Але «простіше» - не мається на увазі «безпроблемно».

Серед найголовніших переваг маркетингової діяльності підприємств в Україні під час світової пандемії 2020 варто відзначити: є час на більш детальне вивчення середовища, ринку та тенденції; можливість переосмислення цілей та стратегій підприємствата переформатувати просування товару; перехід на онлайн торгівлю (якщо це можливо); оптимізувати сервіс, а саме організовувати доставку товарів до дверей клієнтів; плинність кадрів в ритейлі серед продавців зараз, навпаки, стабілізувалася. Всім потрібні гроші, тому всі хочуть працювати і більше дорожать роботою; більше часу на розробку нових товарів; можливість для покращення позицій на ринку національних виробників, оскільки відбулось зменшення імпортованої продукції.

Дистанційна робота для деяких підприємств це перевага, для деяких це може слугувати недоліком, так як це перевірка злагодженості команд.

Будь-який віддалений режим роботи будується на самодисципліні й розмежуванні робочого та особистого часу і простору. Проте вони завжди намагаються перемішатися. Експерти зазначають, що дистанційний режим збільшує робочий день майже на 2 години, тобто плюс ще 40 годин роботи на місяць. І виходить так, що люди працюють із дому практично без вихідних (але багато працівників витрачали стільки ж часу на проїзд до роботи й назад). Так може починатися професійне вигоряння та нервові зриви, які, звичайно, нікому не потрібні.

Налагодити оптимальний процесс може лише жорсткий розклад, який починається з відмови від постійного носіння піжами і відволікання. Краще зробити окреме робоче місце та певний робочий дрес-код. Також бажано скласти список задач на день, причому не обов'язково лише для віддаленого працівника та тільки по роботі.

Також, слабке місце дистанційної роботи полягає в тому, що багато комунікацій і емоційних процесів відбуваються приховано від інших, і може бути важко побачити повну картинку того, що відбувається. Щоб згладити ці моменти, керівництву компанії слід проводити регулярні онлайн зустрічі, наприклад, командні та індивідуальні. Адже, проінформованість і прозорість - запорука успіху.

Не всі можуть швидко ввійти в дистанційний режим роботи, де це не було започатковано, але після карантину, можливо, переглянуть цій аспект і деякі працівники залишаться на дистанційній роботі.

Серед найголовніших недоліків маркетингової діяльності підприємств в Україні під час світової пандемії 2020 варто відзначити:

1. припинення діяльності підприємства;
2. простой підприємства;
3. врегулювання питання з орендою приміщень і обладнання;
4. зрив термінів постачання сировини;
5. погашення кредитних зобов'язань перед банками;
6. скорочення чисельності або штату працівників;
7. оплата праці під час простою;
8. сплата податків;
9. можливе розірвання відносин з орендодавцями, постачальниками і клієнтами;
10. затримка з експортом з України, у зв'язку із чергами на митниці через перевірку стану здоров'я людей, які перетинають кордон;
11. великі втрати запасів продуктів харчування, які повинні були реалізовуватися на ринках;
12. ті підприємства, які залашилися прцювати несуть додаткові збитки на індивідуальні засоби захисту працівників, антисептики та службовий транспорт.

У цей час, навіть часткова робота ліпше, ніж цілковитий простій. Та й потім, після карантину, не доведеться запускати бізнес заново.

Отже, розберемо шляхи підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств в Україні. Для ефективної роботи бізнесу в умовах кризи вкрай важливо працювати з ризиками, їх оцінкою та формуванням довгострокових стратегій розвитку та диверсифікації бізнес моделей.

А також доцільним є: детальне вивчення середовища, ринку та тенденції; перехід на онлайн торгівлю (якщо це можливо) та створення интернет-сайту; організовування доставки товарів; зміцнення та налагодження відносин з потенційними покупцями; проводення лекцій, майстер-класів та ін. у інтернеті

На сьогодні бізнес та суспільство стали заручниками ситуації, яка диктує свої правила. Разом із тим, сподіваємося, що запроваджені механізми уряду, які спрямовані на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій, будуть ефективними та дієвими [2].

Слід пам'ятати, що будь-яка криза все одно закінчується. Для того щоб її подолати, потрібно сконцентрувати зусилля на досягненні позитивного результату як на загальнодержавному рівні, так і на рівні приватного бізнесу.

Література

1. Як зберегти свою справу, коли весь світ на карантині, а економіка валиться URL: https://zn.ua/ukr/business/viddalitisya-schob-ne-vidaliti-biznes-343161_.html (дата звернення 20.01.2020 р.)
2. Трудові відносини під час короновірусу URL: https://pravo.ua/trudovi-vidnosini-pid-chas-koronavirusu/ (дата звернення 20.01.2020 р.)

Давидавичене В.
д.э.н., проф.
Вильнюский технический университет им. Гидеминеса
Лисенко М.О.
к.е.н.
Запорізький національний університет

ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ МОНОПОЛІЇ

Конкуренція - це певне змагання між учасниками-підприємствами задля кращих умови створення, купівлі і продажу товарів та продукції. Розрізняють досконалу і недосконалу конкуренцію.

Досконала конкуренція - це змагання численних виробників, створюють приблизно однакові обсяги ідентичною (абсолютно замінної) продукції.

Недосконала конкуренція відрізняється від досконалої обмеженим впливом монополій і держави. На рис. 1 зображено види конкуренції.



Рис. 1 Види конкуренції.

Всі підприємства працюють в конкурентних умовах. Конкуренція - основа механізму товарного виробництва і ринкового господарства.

Монополія - це ринкова структура, що характеризується єдиним продавцем, який продає на ринку унікальний товар. На монопольному ринку продавець не стикається з конкуренцією, оскільки він є єдиним продавцем товару, який не може замінити його. [1 с.40-46]

Монополії, як правило, вважаються поганою річчю в сучасній економіці, оскільки вони можуть закрутити ринок. Це означає, що бізнес, який володіє монополією, може по суті брати все, що вони хочуть, за свої товари чи послуги, оскільки вони знають, що люди змушені платити цю ціну, щоб отримати те, що їм потрібно. Однак у певних ситуаціях монополія може також мати конкретні переваги, які також допомагають споживачеві.

Ринок монополії існує тоді, коли є величезна кількість покупців, але невелика або дуже обмежена кількість продавців на ринку. Як і будь-яка інша структура ринку, монопольний ринок має свої переваги та недоліки як для покупця, так і для продавця.

До переваг монополії можна віднести

- Стабільність цін. На монопольному ринку ціни більшу частину часу стабільні. Це трапляється тому, що на ринку задіяна лише одна фірма, яка встановлює ціни, якщо і коли це хочеться. В інших типах ринкових структур ціни не є стабільними і, як правило, є еластичними внаслідок існуючої конкуренції, але на монопольному ринку це не так, оскільки конкуренція є незначною або взагалі відсутня. Джерело доходу для уряду: уряд отримує дохід у формі оподаткування від монопольних фірм.
- Великі прибутки: через відсутність конкурентів, що призводить до великої кількості продажів, монопольні фірми, як правило, отримують надприбутки від своєї діяльності. Отриманий величезний прибуток може бути використаний у таких сферах, як випуск інших продуктів, проведення досліджень та розробок, серед іншого, що може бути корисним для фірми. Фірми-монополісти пропонують деякі послуги ефективно і ефективно. [1 с.40-46]

Основні недоліки слідуючі:

- Експлуатація споживачів. Монопольний ринок найбільш відомий своєю експлуатацією. Насправді немає конкуруючих товарів, і як результат, споживач отримує необроблену угоду за кількістю, якістю та цінами. За бажанням фірмі буде легко виробляти товари нижчої чи неякісної якості, оскільки в кінці кінців вони добре знають, що товари будуть придбані, оскільки на вже наявному ринку немає конкуруючих товарів.
- Незадоволені споживачі. Споживачі отримують продукт з монопольного ринку як правило не якісний. Тому не дивно бачити дуже незадоволених споживачів, які часто скаржаться на товари фірми.
- Більш високі ціни. Відсутність конкуренції на ринку означає відсутність таких речей, як цінові війни, які могли б принести користь споживачеві, і в результаті цієї монополії фірми, як правило, встановлюють вищі ціни на товари та послуги, що створює незручності для покупця.
- Цінова дискримінація. Фірми-монополісти також іноді відомі практикою цінової дискримінації, коли вони встановлюють різні ціни на один і той же товар для різних споживачів.
- Слабкі товари та послуги: Конкуренція є мінімальною або повністю відсутня, і як така, фірма-монополіст може охоче виробляти нижчі товари та

послуги, оскільки, врешті-решт, вони знають, що товари не зможуть продати. [1 с.40-46] З самого витоку своєї суверенності, однією з ключових цілей України було зниження впливу монополій на економіку країни і формування результативної ринкової економіки. Українські монополісти хоч і ніяк не порушують законодавство, проте дуже часто зловживають власним становищем. Але першість монополіста на ринку робить його найбільш функціональним в інноваційному плані. Він також має вищі зарплати і ще потенціал з метою інвестування, ніж в умовах конкурентної боротьби. [1 с.40-46]

В Україні примітним зразком природних монополій вважається комунальні обслуговування - поставки вода, газу і електрики. Подібні комунальні підприємства сформовані з метою задовольнити потреби жителів, проте їх робота безприбуткова, також в даний час вони переживають занепад, подолати яку можливо тільки з підтримкою нових законів про місцеве самоврядування та результативне використання їх в практиці. [2 с. 20-25]

У кореспонденції з Законом України "Про природні монополії", природна монополія - це стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на ринку є

результативним за умови відсутності конкурентної боротьби через науково-технічних відмінних рис виготовлення (в зв'язку з істотним скороченням витрат на виготовлення в міру збільшення обсягів виробництва), а продукти, які виробляються суб'єктами природних монополій ніяк не зможуть бути заміщені іншими продуктами. В зв'язку з цим, потреба на наданому товарному ринку менше залежить від зміни вартості на ці продукти або послуги, ніж потреба на інші продукти або послуги. [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]

"Укрзалізниця" – один з найбільш помітних прикладів природних монополій у Україні. УЗ - монополіст в далеких перевезеннях пасажирів. Це надає шанс фірмі регулярно збільшувати вартості на квитки. Так як "Укрзалізниця" - це природна монополія, їй ніяк не загрожує конкурентна боротьба. Це пов'язано з тим, що доступ в цю область має дуже високу вартість,

щоб трейдерів привернув такий проект. Вкладати ресурси в новітні рейки – дуже не дешево. Подібне повторення нерентабельно також для спільноти у цілому. Наприклад, будь-яке містечко має трубопровід. Для того, щоб створити ще один трубопровід необхідні величезні ресурси, а вигода з нього мінімальна.

Невеликими суперниками залізничного транспорту в Україні є авто і авіаційна сфери. Візьмемо в якості зразка дистанцію зі Львова в столицю. Подолати її літаком вийде в 9 разів дорожче, ніж у плацкартному вагоні залізничного транспорту, також в 6 разів дорожче, ніж у купейному вагоні. Автобусом подолати цю дистанцію вдасться приблизно в 3 рази дорожче ніж у плацкарті, або в 2 рази дорожче, ніж в купе. [2 с. 20-25]

Шляхом реструктуризації Укрзалізниці можливо сформувати на ринку залізничних перевезень безперешкодну конкурентну боротьбу і притягнути інвестиції. Але в даному випадку є загроза некерованого збільшення тарифів в транспортуванні. У статусі монополії УЗ не припиняє діяти не тільки тому, що це рентабельно їй самій, але також в силу власних безумовно позитивних якостей. Таким чином, в умовах трансформаційної економіки в Україні вона в

значній мірі виконувала і продовжує виконувати функції урядового органу в області реалізації своєрідних послуг для економіки держави, але також надання та доступності послуг для жителів. [2 с. 20-25]

Але, добре знайомі і труднощі, пов'язані з функціонуванням "Укрзалізниці" в якості монополії. Її урядове положення передбачає врегулювання характеру діяльності та матеріально-технічного забезпечення. Тим самим пригнічується фінансова незалежність і пропадають стимули до найбільш результативної діяльність. Крім цього, монополія має можливість вдосконалити власне економічне становище за рахунок решти економіки шляхом зрівнювання динаміки їх цін.

У травні 2018 року "Укрзалізниця" не змогла реалізувати платежі заосновною сумою з певними кредитними угодами. Це призвело до перехресного невиконання обов'язків згідно з іншим кредитам, в тому числі позики на суму $ 500 млн, зі ставкою 9,5% і терміном погашення в 2019 році. [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]

Зараз "Укрзалізниця" збирається обговорити з кредиторами реструктуризацію боргів на суму 32 мільярди гривень. Все це свідчить про дефолт. Першопричиною цього стали суттєві зменшення обсягів вантажообігу, що вважається результатом тяжкої ситуації в державі. Війна стала прикриттям для держслужбовців, які відвертають погляд на істотні труднощі в роботі залізниці, такі як непрозорість ведення господарської діяльності, коли за зростання тарифів, якість послуг залишається колишньою. У 2017 р ціна на транспортування пасажирів виросли на 21%. Наступного року тільки в 1 півріччі ціна квитків збільшилася на ті ж 21%. [2 с. 20-25]

Спрямованість до збільшення ціни пасажирських перевезень безперервна. Те ж відноситься і до фрахтових транспортувань. З 2016 року ціна вантажних перевезень збільшилася в 82,9%. Фактором дефолту стали різноманітні умови, як, наприклад, втрата контролювання над Донецькою залізницею, на яку доводилося ½ всієї завантаження "Укрзалізниці", а ще занепад ліквідності і стагнація економіки, так як більш 2/3 боргу компанії номіновані в $. Не так давно Міністерство показало стревоженість важкою обстановкою, дефолтом УЗ. Вони переконані, що "Укрзалізниця" проведе реструктуризацію свого боргу. В судження експертів, технічна неплатоспроможність здатна негативним способом вплинути на переговори згідно реструктуризації внутрішнього боргу. Втрата контролю над Донецькою залізницею ще більш ускладнює обстановку. Можливо допустити також наступну присутність негативних ситуацій, пов'язаних із заборгованістю залізниці.

Література

1. Рудич О. Вплив антимонопольної політики держави на розвиток національної економіки. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ. 2014. № 3. С. 40-46.

2. Супрун В. Проблеми державного регулювання природних монополій в Україні: розвиток та перспективи. *Актуальні проблеми економіки.* 2015. № 12. С. 20-25.

Демченко А.О.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Однією з найголовніших та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах вітчизняних ринкових реалій є оптимальне і раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що буде сприяти виготовленню конкурентоспроможної продукції, поліпшенню економічної діяльності і зростанню прибутків працівників. Реалізація цих завдань неможлива без підвищення продуктивності та ефективності праці. З огляду на це виникає потреба у дослідженні продуктивності праці, як чинника зростання ефективності діяльності підприємства.Суб'єктами торговельного підприємництва є магазини, речові та продовольчі ринки, біржі, виставки-продажі, аукціони, торговельні доми, ярмарки, торговельні бази, інші заклади торгівлі, у тому числі комерційні (торговельні) кіоски та намети.

Торговельне підприємство – первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб’єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг в цілях задоволення потреб ринку та отримання прибутку. Основні ознаки підприємства:

- організаційна єдність;
- відокремлене майно;
- майнова відповідальність;
- власне ім’я.

З організаційно-економічної точки зору підприємство – це сукупність матеріальних, трудових та фінансових засобів [1].

Керування продуктивністю є складовою частиною промислового виробництва. На наукову основу воно було вперше поставлене Ф.У. Тейлором, що "завзято наполягав на необхідності й можливості точнішого визначення тієї межі швидкості, при якому робота може в нормальних умовах не сповільнюватися цілими днями протягом всього життя й при цьому не заподіювати робітникові ніякої шкоди, залишаючись, однак, ощадливої в змісті часу". Продуктивність як невід'ємний атрибут та вихідний принцип ринкової господарської системи формує відповідні соціально-економічні вимоги до людських ресурсів, які стосуються, насамперед, результативності праці, її відповідності суспільним потребам і трудовим настановам та орієнтаціям самого населення.

За умов продуктивного використання людських ресурсів забезпечується створення національного продукту, достатнього для повного задоволення матеріальних і духовних потреб членів суспільства, а відтак реалізуються передумови, необхідні для соціально-економічного прогресу у країні [1].

Вагомий внесок у розвиток науки управління та підвищення продуктивності праці зробив також Г. Емерсон. У своїй праці «Дванадцять принципів продуктивності» (1911 р.) він був першим, хто надав визначення терміну «продуктивність», у тому розумінні, яке воно є зараз, ототожнивши його з «ефективністю». За його визначенням, «ефективність» (продуктивність) 10 означає максимально вигідне співвідношення між сукупними затратами та економічними результатами. «Істинна продуктивність завжди дає максимальні результати при мінімальних умовах; напруження ж, навпаки, дає достатньо високі результати лише при ненормально складних умовах» .

Найпоширеніші дванадцять принципів продуктивності:

1) Точно поставлені цілі.
2) Здоровий глузд.
3) Компетентна консультація.
4) Дисципліна.
5) Справедливе відношення до персоналу.
6) Швидкий, надійний , повний, точний і постійний облік.
7) Диспетчерська організація.
8) Норми й розклади.
9) Нормалізація умов.
10) Нормування операцій.
11) Стандартні інструкції.
12) Винагорода за продуктивність.

Таким чином, можна зробити висновок, що сенс поняття «продуктивність» постійно змінювався в силу появи нових інструментів, методик та технологій. Яскравим прикладом цього є методика підвищення продуктивності праці Ф. Тейлора. Так, Ф. Тейлор називав свою методику «аналіз задач» або «наукове управління задачами». Через двадцять років ця методика отримала назву – «наукова організація праці» або «менеджмент».

Упродовж наступних двадцяти років, після Першої світової війни, менеджмент у США, Великобританії, Японії почав називатися «науковим менеджментом», а в Німеччині – «раціоналізація виробництва». Ідеї аналізу задач і наукової організації всього процесу фізичної праці Ф. Тейлора були покладені в основу принципу конвеєра Г. Форда; використовувалися в японських «гуртках якості»; в системі безперервного вдосконалення «кайзен»; в організації поставок «точно в час». Навіть «всезагальний контроль якості» Е. Демінга повністю базується на принципах Тейлора: він, як і Тейлор, проаналізував і організував виробничий процес, додав до цієї методики контроль якості, що базувався на статистичній теорії, яка з'явилася лише через 10 років після смерті Ф. Тейлора. У 70-х рр. Е. Демінг замінив секундомір та фотографію робочого процесу телебаченням і комп'ютерним моделюванням [2].

Теоретичне узагальнення еволюції категорії «продуктивність праці», трансформації змісту праці фахівців у сучасних умовах та проведення порівняльної характеристики фізичної та інтелектуальної праці дозволили запропонувати визначення продуктивності праці фахівців як результуючого показника сумарної ефективності цілеспрямованого використання всіх наявних здібностей та властивостей працівників, праця яких включає інтелектуальну, креативну, інформаційно-комунікативну та соціальну складові.

Констатовано, що фактори, показники та методи вимірювання продуктивності праці фахівців повинні істотно відрізнятися від показників та методів у сфері фізичної праці. Систематизовано фактори, які впливають на продуктивність праці фахівців за низкою класифікаційних ознак (внутрішні та зовнішні; прямого та опосередкованого впливу; економічні, соціальні, виробничі, технологічні, інноваційні, інституційні та ін.). У залежності від можливостей впливу підприємства на їх рівень, виокремлено фактори державного, локального, корпоративного та індивідуального рівнів. Проаналізовано показники рівнів продуктивності праці регіонів України та факторів, що впливають на рівні продуктивності праці та розвиток регіонів за інноваційною моделлю.

За результатами аналізу визначено напрями подолання диспропорцій регіонального розвитку та підвищення продуктивності праці фахівців. Визначено, що конкретні заходи та важелі впливу на підвищення продуктивності праці фахівців для регіонів повинні бути різними, в залежності від існуючого стану та впливу на даний показник тих чи інших факторів. Так, на регіони з високим рівнем продуктивності праці мають вагомий вплив фактори інноваційного розвитку та майже не впливає рівень заробітної плати; на регіони з достатнім рівнем продуктивності праці у більшій мірі впливає рівень заробітної плати та незначний вплив має інноваційний розвиток; на регіони з невисоким рівнем продуктивності праці майже рівнозначний вплив чинять рівень заробітної плати та інші фактори, однак майже не впливає інноваційний розвиток; на регіони з низьким рівнем продуктивності праці найбільший вплив чинить рівень заробітної плати тощо.

Отже, на продуктивність праці фахівців впливає час, відпрацьований на підприємстві, оскільки, відповідно до відпрацьованого часу, працівник знаходиться на певному етапі життєвого циклу на підприємстві. В залежності від фази життєвого циклу, на якому перебуває фахівець, підприємство може по-різному впливати на продуктивність його праці.

Література

1. Богиня Д. П., О. А. Грішнова. Основи економіки праці : навч. посібник, Київ : Знання-Прес, 2002. 387 с.

2. Економіка праці і соціально трудові відносини : навч. посібник / М. Г. Акулов, А. В. Драбаніч, Т. В. Євась та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

Дем'яненко Б.С.
аспірантка кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка
ДВНЗ Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В АГРОБІЗНЕСІ

В сучасних умовах ведення підприємницької діяльності значну роль відіграє функція маркетингу на етапі створення нового бізнесу або для виведення нового товару чи послуги на ринок. Конкуренція на більшості ринків настільки висока, що маркетингові служби вдаються до різних методів просування своїх товарів та послуг. Проте щоб вивести новий, навіть інноваційний, продукт на ринок, привернути увагу споживача стало більш складно, ніж це було, скажімо, в 2000-х роках. Умови глобальної пандемії, закриття або призупинення локальних підприємств та брак робочих місць і, відповідно, коштів у населення, не можуть пройти повз маркетингових стратегій більшості підприємств. Саме тому попередні маркетингові дослідження ринку в розрізі споживачів, категорій, ніш, а також викликів, що стоять перед ринками, є найбільш впливовим фактором при прийнятті управлінських рішень.

Процес маркетингових досліджень може бути специфічним відносно галузі, тому для прийняття управлінських рішень важливо зібрати інформацію не тільки про ринок в цілому, а й довести правильність припущень та гіпотез, які виходять з висновків цих досліджень.

Розглянемо декілька ключових факторів, що впливають на рішення підприємців при виведенні продуктів на ринок в агросекторі:

1. Кон'юнктура ринку

Показники попиту: обсяг, структура і динаміка; сегментація і диференціація; функціональні можливості; еластичність попиту від маркетингових збудників.

Показники пропозиції: абсолютні галузеві показники виробництва; відносні показники; виробничий потенціал; сировинний потенціал; динаміка завантаження виробничих потужностей; обсяг інвестицій; динаміка експорту та імпорту товарів; розподіл ринку; концентрація виробників на ринку.

Цінові показники: рівень цін; варіація; однорідність; типовість; стійкість; дисперсія; абсолютні та відносні показники товарообігу. [1]

Показники тенденцій розвитку ринку, його стійкості та циклічності або сезонності в агросекторі також грають ключову роль, але саме сезонність варто віднести до зовнішніх факторів.

2. Зовнішні фактори, що не стосуються ринку та конкуренції

Державне регулювання, політична та економічна ситуація в цілому та багато інших важливих для прийняття рішень елементів маркетингових досліджень формують розуміння менеджерів про ризики та можливості ззовні. Також важливим елементом при оцінюванні зовнішніх факторів є сезонність, ґрунтово-кліматичні умови та інші важливі умови, що впливають на виробництво як продукції рослинництва, так і тваринництва.

Крім вище згаданих факторів зовнішнього характеру, варто детальніше зупинитись на споживацькому досвіді.

3. Досвід споживачів

Показники попиту ми згадували в першому пункті, але вважаємо доцільним виділити саме досвід споживачів як окремий важіль впливу.

Такий фактор як споживацький досвід грає ключову роль при прийнятті рішень щодо запуску нових продуктів на ринок. В сучасних висококонкурентних умовах агробізнесу України фокус на споживачів впливає на зростання продажів прямо пропорційно. Навіть в консервативних B2B сферах як АПК програми лояльності, спеціальні пропозиції та індивідуальний підхід створюють зв'язки між клієнтом і продавцем, що дозволяє вести підприємницьку діяльність у форматі «Win-win» – англ. – безпрограшна ситуація чи результат, що є вигідним для всіх, хто бере участь [2].

Також варто згадати про WOMM (word-of-mouth marketing – англ. – маркетинг «з уст в уста») в контексті споживацького досвіду [3], [5]. Згідно досліджень Nielsen [4] 92% споживачів вірять рекомендаціям друзів та сім'ї щодо всіх видів реклами, 64% керівників маркетингових відділів вказали, що усне спілкування є найбільш ефективною формою маркетингу. В агросекторі України більшість продажів здійснюється особисто, тому при виведенні нового продукту на агроринок варто спочатку здійснити аналіз відділу продажів – чи варто його розширювати, спланувати навчання про новий продукт і т.д.

Попередній аналіз інфлюенсерів (тих, хто впливають на споживачів) та лідерів думок ринку є важливим елементом при здійсненні стратегії виведення нового продукту на ринок, що вже сформувався. Останнім часом в таких соціальних мережах як YouTube кількість агроблогерів сягає понад 100 з сумарною кількістю фоловерів понад 1 млн осіб (джерело – власне дослідження автора). Це означає, що колаборація з блогерами має ключове значення в сучасній маркетинговій стратегії.

4. Кулхантинг. Маркетингові дослідження нових трендів

Кулхантинг – новітній напрям маркетингових досліджень і, зважаючи на це, недостатньо вивчений. Найбільшого поширення кулхантинг здобув у США і західноєвропейських країнах, тоді як в Україні цей напрям лише починає впроваджуватись. На початку 2009 р. в Україні засновано перше спеціалізоване трендвотчингове агентство на базі відповідного відділу маркетингової агенції «IRS».

Кулхантинг – молода маркетингова течія, і тому маловідома. Але з кожним роком кількість кулхантингових агенцій і відділів у великих компаніях зростає. Адже володіючи інформацією про те, що буде завтра, які продукти стануть більш затребуваними і яка культура стане лідером молодіжних тенденцій, можна заздалегідь до цього підготуватися. А попередня підготовка, як відомо, дає найбільші конкурентні переваги. Оскільки кулхантинг відповідає на запитання – що зараз круто, то і результатом його застосування є створення ресурсу, котрий дозволяє збагатити бренд, продукт, рекламу, зробити їх надзвичайними. «Крутість» марки в інформаційно насиченому й економічно нестабільному світі є одним з основних «якорів», що прив'язує споживача до бренда і визначає його вибір за

інших рівних цінових пропозицій. Атрибут «cool» може стосуватись різних об'єктів і у першу чергу людей, але також і явищ, процесів, речей, брендів. «Крутий бренд» – це не тільки марка, що дозволяє клієнту підкреслити власну індивідуальність і оригінальність, виділитися з натовпу. У широкому сенсі «cool» – це те, що дозволяє зробити навколишній світ і людину кращою, іноді всупереч очікуванням мейнстрима. Кулхантинг часто асоціюється з фешн індустрією, проте він має потужний потенціал для масових ринків і в інших категоріях, таких як телекомунікації, транспорт, FMCG, мас медіа, там, де присутні активні споживачі. Причому результати кулхантингу виявляються корисними як для транснаціональних корпорацій, так і для локальних компаній. Відповідно у ході маркетингової розробки кулхантингу на перше місце виходить інтерес до так званого cool консюмеризму. [6, с. 57-59]

В агробізнесі на перший погляд існує консерватизм та споживачі є не такими активними, як в FMCG, існують тренди та інноваційні рішення, які стають популярними завдяки підприємцям, які їх купують або реалізують. Наприклад, на ринках насіння польових культур та засобів захисту рослин у 2015 році почав з'являтися тренд на використання дронів для аналізу стану посівів та грунту. За допомогою спеціального обладнання можна аналізувати стан рослин і приймати управлінські рішення щодо пересіву або внесення добрив тощо. У 2021 році великі господарства та агрохолдинги масово використовують дрони не тільки для аналізу, а й для внесення засобів захисту рослин, добрив та регуляторів росту, а також для сівби насіння (джерело: сайт компанії https://smartfarming.ua/). Відповідно, міжнародні компанії-постачальники насіння та засобів захисту, надаючи додаткові послуги своїм клієнтам, створили тренд на масове використання дронів, цим самим створивши можливості для розвитку нової ніші на ринку.

Маркетингові дослідження впливають на підприємства, створюючи нові можливості для виведення нових продуктів, утворюючі нові ніші на ринках та оптимізують і розвивають їх в цілому. Використання нестандартних методів аналізу ринку як кулхантинг, дослідження досвіду споживачів, глибинне дослідження кон'юнктури ринку та зовнішніх факторів, дають можливість менеджменту підприємств приймати як стратегічні, так і оперативні рішення для покращення своєї діяльності.

Не дивлячись на консервативність B2B ринків, застосування таких методів досліджень позитивно впливають на прийняття рішень управлінцями, оскільки дають альтернативне бачення ситуації в цілому. Тому можна зробити висновок, що стандартні «кабінетні» дослідження ринків і споживачів потрібно доповнювати новими методами – аналіз лідерів думок та колаборація з ними, створення сильної WOMM-стратегії, відслідковування трендів та тестування гіпотез, які виникають при розробці як довгострокових, так і короткострокових маркетингових та продуктових стратегій.

Література

1. Кон'юнктура міжнародних фінансових ринків// Електронний ресурс. URL: http://bookss.co.ua/book_konyunktura-mizhnarodnih-finansovih-rinkiv_817/3_tema-2.-osnovi-konyunkturnih-doslidzhen

2. Cambridge University Press 2021/Кембриджський університет, Преса 2021// Електронний ресурс. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/win-win
3. Cambridge University Press 2021/Кембриджський університет, Преса 2021// Електронний ресурс. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/word-of-mouth
4. Nielsen (Nielsen Holdings Plc, «Нільсен») – провідна міжнародна публічна маркетингова компанія, що представлена у понад 100 країнах// Електронний ресурс. URL: https://www.nielsen.com/us/en/insights/
5. Why Word Of Mouth Marketing Is The Most Important Social Media/Чому маркетинг «з уст в уста» є найфажливішою соціальною мережею// Електронний ресурс. URL: https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2014/07/17/why-word-of-mouth-marketing-is-the-most-important-social-media/?sh=1899c2c854a8
6. Кулхантинг: маркетингові дослідження нових трендів – С. Ковальчук, І. Слободян: стаття. Маркетинг в Україні, Київ, 2010. С 57-59

Завадських Г.М.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності ТДАТУ ім. Дмитра Моторного
Тебенко В.М.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності ТДАТУ ім. Дмитра Моторного

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

У світі зростає визнання соціального підприємництва як інноваційної бізнес-моделі, що може підтримати економічне зростання, зменшити соціальну напругу і допомогти розв'язати суспільні проблеми. Соціальне підприємництво – це прибутковий бізнес, який має соціальні цілі, і прибутки якого спрямовуються головним чином на розвиток цього бізнесу або на громадські справи. Соціальне підприємництво вже не є новинкою для багатьох країн світу. Цей механізм успішно інтегрувався в економіки США, Великобританії, країн Північної та Західної Європи. Провідні країни світу вже запровадили таку форму підприємництва в соціально-економічну сферу життя та використовують його як інструмент державного регулювання економіки і формування громадянського суспільства. Досвід економічно розвинутих країн світу показав ефективність даної концепції, а також можливість її існування у різних формах, в залежності від характерних особливостей національних економічних систем.

В Україні про соціальне підприємництво заговорили ще на початку 2000-х але, нажаль, для більшості українців термін «соціальне підприємництво» є новим і незрозумілим. Помилково, люди часто плутають соціальне підприємництво з соціальною відповідальністю бізнесу. Є суттєва відмінність між цими двома економічними категоріями, оскільки метою діяльності комерційного підприємства є отримання прибутку для розвитку і масштабування бізнесу, а метою соціального підприємства (СП) є отримання прибутку для спрямування його на вирішення соціальних проблем [2, с.178]. Завжди були підприємства, які намагалися вирішувати соціальні проблеми. І це нормально. Соціальне підприємництво не є чимось новим. Ще 1991 року , коли Україна стала незалежною, був прийнятий Закон «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», де чітко вказувалося, що громадські організації людей із інвалідністю можуть створювати господарські підприємства і заробляти на цьому гроші. Їх можна вважати прототипом соціальних підприємств.

Дослідженню проблематики соціального підприємництва присвячені наукові праці закордонних фахівців серед яких С. Алворд, Г. Діз, Дж. Дефорні, М. Дейч, Б. Дрейтон, В. Кульков, С. Осберг, А. Передо, Ж. Сей. Серед вітчизняних науковців, які вивчають проблеми розвитку соціального підприємництва в Україні можна виділити З. Галушку, В. Жохову, О. Кіреєва, А. Корнецького, Ж. Крисько, І. Мазур, А. Мокій, В. Назарука, ВМ. Наумова, І. Салій, З. Свереду, В. Сизоненка.

За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як бізнес, покликаний розв'язувати соціальні та/або екологічні проблеми у громадах, причому в їхньому фокусі – досягнення і економічного, і соціального ефекту [1,с.13].

Оскільки в українському законодавстві поняття «соціальне підприємництво» не існує, те, що ми говоримо, що підприємство є соціальним, є суто умовним. Для того, щоб вважатися соціальним, підприємство повинно відповідати хоча б одному з наступних критеріїв:

- працевлаштування вразливих груп населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін);
- частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності ГО, БО чи БФ;
- частина чи весь прибуток виділяється на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення / підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів.

Основними принципами, що покладено у діяльність соціального підприємства, доцільно вважати: принцип соціального партнерства і прозорості взаємин держави і бізнесу; принцип добровільності та непримусовості, ініціативності з боку суб'єкта господарювання; принцип системності державної політики, розділення політичних, економічних і господарських функцій; принцип раціональності та ефективності інституціонального забезпечення.

Наразі в науковій спільноті, яка досліджує проблеми соціальних підприємств, відсутня єдність у визначенні характерних рис таких суб'єктів господарювання. Однак можна виділити наступні характерні риси цього виду підприємницької діяльності:

- пріоритетність соціальної мети;
- реінвестування частини прибутку у розвиток СП;
- впровадження інновацій;
- прозорість діяльності та публічна звітність;
- фінансова самостійність;
- колективне управління;
- масштабованість діяльності.

Основна відмінність пов'язана з метою або з тим, що підприємство намагається примножити. Для бізнес-підприємців головним пунктом плану є примноження прибутку чи багатства акціонерів. Для соціальних підприємців найголовніша мета – соціальні зміни (здебільшого – завдяки вирішенню нагальної проблеми, яку було недооцінено чи проігноровано іншими інституціями (державними установами, бізнес-структурами тощо)) [5, с.11.] Тому соціальний підприємець – це перш за все соціальний інноватор.

Соціальне підприємництво в Україні стрімко розвивається, про що свідчить збільшення кількості соціальних підприємств. Однак, ця специфічна галузь підприємництва не може в повній мірі розвиватися через низку неврегульованих правових та економічних питань [3, с.233]. З 2015 року в Україні почала діяти Програма соціального інвестування в Western NIS Enterprise Fund, яка успішно надає доступні кредити (5-10% річних) за Програмою

соціального інвестування. З метою зібрати і систематизувати інформацію щодо соціальних підприємств України, у 2014 році було видано «Каталог соціальних підприємств України 2013 року», до якого увійшла інформація про 41 соціальне підприємство різних галузей та організаційно-правових форм з різних регіонів України. Укладання першого каталог було першою спробою зрозуміти, хто себе вважає соціальним підприємством, чим вони займаються, які саме проблеми вирішують та якими бізнесовими моделями користуються. Пізніше, в 2017 році побачив світ другий Каталог соціальних підприємств України, виданий в рамках проекту «Соціальні підприємства в Україні», у якому зібрано, систематизовано інформацію вже про 150 соціальних підприємств України. Експерти в цьому питанні наголошують, що реальна кількість соціальних підприємств в Україні значно більша і може сягати 1000 підприємств.

Дослідження територіального розподілу соціальних підприємств вказує про те, що найбільша їх кількість припадає на Київську, Львівську, Донецьку, Чернівецьку і Полтавську області. Оскільки в Україні поки що немає законодавчо закріпленого визначення поняття соціального підприємництва, отож вони можуть набувати різних організаційно-правових форм діяльності. Найбільш поширеними організаційно-правовими формами соціальних підприємств в Україні є ГО, ФОП і ПП. За кількістю працюючих переважно – це малі підприємства до 5 осіб (56%)%, 6-10 осіб (19%), 11-50 осіб (16%), понад 50 осіб (9%). Згідно з Каталогом соціальних підприємств, у 2017 році найбільш поширеними за галузевою належністю сферами діяльності в Україні були: реабілітація вразливих категорій населення, сільськогосподарське виробництво та збут, продаж товарів (благодійні крамниці, он-лайн продажі, хенд-мейд), харчова промисловість та заклади громадського харчування, швейне виробництво, освітні послуги, екологія, охорона здоров'я, туризм та відпочинок (зелений туризм), інші галузі [4].

Нажаль, в Україні використовується обмежена кількість джерел фінансування соціальних підприємств. Основним джерелом фінансування більшості соціальних підприємств є кошти від власної комерційної діяльності. Сьогодні однією з можливостей профінансувати соціальні проекти є фандрейзинг – робота із залучення коштів громадян, бізнес-структур або держави в некомерційний сектор. Є цікавий і успішний приклад Івано-Франківського громадського ресторану UrbanSpace100, у створення якого 100 людей внесли по 1000 у.о. , що було першою інвестицією у цей ресторан. Такий механізм демонструє ідеальну картину відповідності критеріям соціального підприємництва: бізнес, соціальна мета, розподіл прибутку і демократичне управління, тому що прибуток реально розподіляється демократично.

Наведемо приклади успішних вітчизняних соціальних підприємств: ТОВ МРЦ «Здоров'я» з м. Новоазовськ Донецької області (медико-реабілітаційні послуги), Соціальна пекарня «Горіховий дім» з м. Львів (випікання печива), Майстерня бельгійського шоколаду «Pan-Chocolatier» з м. Миколаїв (виготовлення цукерок ручної роботи), Майстерня оббивки м'яких меблів Спільноти взаємодопомоги «Оселя» з м. Львів (ремонт меблів), Фірма «Нотіс» з м. Харків (виробництво тактильних карт) та багато інших.

Для повноцінного розвитку соціального підприємництва мають бути створені сприятливі умови. Стримує розвиток соціального підприємництва відсутність чіткої законодавчої бази, яка б визнавала, визначала і регулювала діяльність СП в нашій країні. Перешкодою для розвитку соціального підприємництва також є необізнаність громадян щодо сутності, механізму та перспектив цього виду підприємницької діяльності. Популяризація ідей та успішних практик соціального підприємництва створить передумови для розвитку цього сектору підприємництва в нашій країні. Динамічно розвиваючись в європейських країнах, соціальне підприємництво вирішує проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо, піднесення економіки, поповнення бюджету. Використання досвіду європейських країн, що полягає у державній підтримці та сприянні збільшенню масштабів соціального підприємництва, безумовно, є корисним для України.

Проаналізувавши досвід розвинутих країн світу і наявний потенціал нашої країни вважаємо що Україна має усі можливості до успішного провадження соціального підприємництва, як ефективного механізму вирішення соціальних та економічних проблем. Однак, головним інструментом розвитку соціального підприємництва в Україні має стати підтримка держави, яка повинна супроводжуватися програмами розвитку соціальних підприємств, впровадженнями системи пільгового кредитування та вироблення національної стратегії розвитку соціального підприємництва.

Література

1. Екосистема соціального підприємництва в Україні: виклики та можливості / ПАКТ. Київ (Україна), Вашингтон (США), 2018. - 38 с.

2. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні // Г.М. Завадських, В. М. Тебенко // БІЗНЕС ІНФОРМ, 2020. - №11.- С. 177–185.

3. Завадських Г. М., Тебенко В. М. Соціальне підприємництво як інноваційний вектор розвитку економіки України / Г. М. Завадських, В.М. Тебенко // The I International Science Conference on Multidisciplinary Research, January 19 – 21, 2021, Berlin, Germany. 229-234.

4. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 рр. Київ, видавничий Дім «Києво-Могилянська академія», 2017. URL: http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/sotsialnipidpryiemstva/katalog

5. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво: посібник / В. Смаль, В. Кокоть. ПРОМІС 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pleddg.org.ua/ua/2017/shho-slidznati-pro-socialne-pidpriiem

Зенкіна Р.Ю.
студент
Запорізький національний університет
Решетова Г.І.
к.держ.упр., доцент
Херсонський державний аграрно-економічний університет

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Регіональна політика формування системи ефективного використання трудового потенціалу повинна включати: соціальні пріоритети регіонального розвитку; збільшення кількості робочих місць; зростання валової доданої вартості; зростання валового регіонального продукту, що потребує розробки відповідного механізму.

Механізм підвищення ефективності використання трудового потенціалу регіону включає основні положення, ідеї, що визначають конкретні напрями вирішення існуючої проблеми необхідності підвищення використання трудового потенціалу регіону з метою підвищення рівня зайнятості населення, рентабельності праці та ефективного розвитку всієї соціально-економічної системи регіону. Процес розробки механізму відбиває логічну схему, яка міститься у визначенні проблеми, цілей та заходів, що спрямовані на отримання кінцевого позитивного результату.

Для обґрунтування механізму ефективного використання трудового потенціалу регіону застосовано результатний підхід з точки зору управління людськими ресурсами (психологією людини, взаємодії між людиною, суспільством та економікою, участі людини у виробничому процесі).

Метою розробки механізму є підвищення ефективності використання трудового потенціалу регіону.

Механізм ефективного використання трудового потенціалу передбачає наявність багаторівневої системи за рівнем впливу. Державний рівень передбачає створення передумов законодавчого характеру, які сприятимуть підвищенню трудового потенціалу.

Суб'єктом ефективного використання трудового потенціалу на державному рівні виступають роботодавці всіх організаційно-правових форм та форм власності, які використовують найману працю

Об'єктом використання виступають трудові ресурси регіону, а суб'єктом - органи державної влади, підприємці, профспілки.

Державний рівень впливу складається з двох напрямів реалізації економічної політики: регіональної та галузевої політики [4].

Основними завданнями розробки механізму є: збільшення міграційного приросту; працевлаштування незайнятих; оптимізація робочого часу; підвищення рентабельності праці за видами економічної діяльності.

Механізм підвищення ефективності використання трудового потенціалу регіону реалізується при максимальній зайнятості населення. Для ефективної

зайнятості безробітного населення необхідна взаємодія трьох складових: регіональних органів влади, профспілок, регіональні центри зайнятості. Кожний з цих компонентів має забезпечити умови для реалізації функції максимізації занятості безробітного населення.

Трудовий потенціал регіону є обмеженим, тому організація і управління його ефективним використанням виступає одним з важливих завдань міської влади. На поточний момент часу на регіональному ринку праці працює визначена кількість зайнятих за видами економічної діяльності. Розподіл працездатного населення за видами економічної діяльності має обмеження кількістю створених робочих місць, тому в параметри моделі закладаються обмеження ресурсів праці при необхідній потребі, ранжування напрямів трудової діяльності по важливості та за критерієм розміру створення валової доданої вартості за видами економічної діяльності. [3]

На «виході» моделі забезпечується ефективний розподіл наявної кількості безробітних за видами економічної діяльності, що дозволяє забезпечить ефективне їх використання у зв'язку із необхідністю зростання валової доданої вартості (доходу) регіону. Економічний сенс побудови даної моделі полягає в ефективному розподілі безробітного населення по видах економічної діяльності, що забезпечує сталий економічний розвиток регіону. Процес моделювання здійснено на підставі даних ринку праці Харківської області. Для підвищення потенціалу трудових ресурсів необхідно максимально ефективно розподілити безробітних за такими видами економічної діяльності, де рентабельність праці є найвищою.

Таким чином, ефективне функціонування всіх стадій розвитку та використання трудового потенціалу регіону забезпечується трьома складовими: органи місцевого самоврядування, профспілки та підприємці.

Злагоджена взаємодія держави, регіональних органів влади та підприємців дозволить створити умови для ефективного використання потенціалу трудових ресурсів за рахунок оптимізації попиту та пропозиції на регіональному ринку праці.

Література

1. Хміль Ф.І. Менеджмент: Підручник / Ф.І. Хміль. – К.: Вища школа, 1995. – 357 с.

. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення / Н. Чухрай. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. – 316 с.

2. Шегда А.В. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.В. Шегда. – К.: Товариство «Знання» КОО, 1998. – 512 с.

3. Щербаков В.Г. Управління персоналом / В.Г. Щербаков. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 218 с.

4. Юрчишин В.В. Зміцнення кадрово-управлінського потенціалу аграрних формувань / В.В. Юрчишин // Соціально-економічна модель постреформованого розвитку агропромислового виробництва в Україні. - К.: ІАЕ УААН, 2000. - 548 с.

Карнаушенко А.С.
к.е.н., ст. викладач
Херсонський державний аграрно-економічний університет

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РІВЕНЬ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ

Молодь – це та верства населення, від якої природно залежить розвиток нашої країни в найближчі 10 років. Молоде населення мають в наявності потрібні здібності, реалізація яких може досить вагомо покращити соціальну та економічну ситуацію в суспільстві та оживити національні, традиційні, патріотичні та духовні здобутки українського населення.

В українському законодавстві присутнє наступне визначення терміну «молодь»: «…це юридично дієздатні, повноправні члени суспільства, які перейшли від дитинства (життєвого періоду розвитку людини) до життя дорослого, усвідомленого, самостійного та незалежного». Крім того, «молодий працівник – це фізична особа, громадянин України віком до 35 років, випускник професійнотехнічного або вищого навчального закладу (ВНЗ).

Україні властиве збільшення рівня безробіття серед молодого населення, здорожчення вартості нормальних соціальних умов проживання та рівня життя, змушує молодь раніше ставати самостійними та ставати незалежними. Внаслідок сучасних вимог суспільства вікові межі такої соціальної категорії як молодь можє варіюватися. Наприклад, аналітичні показники безробіття молодого населення в Європейському Союзі виділють молодь у вікову групу від 15 до 24 р. Представників Міжнародного валютного фонду (МВФ) [1, с. 26–28] встановили, що кризи в економіці є фактором, що максимально зумовлює безробіття серед молоді, рівень такого безробіття в 3 рази перевищують рівень дорослого безробіття.

Високий рівень безробіття серед молодого населення є результатом фінансово-економічних криз в світі, адже економічний розвиток кожної країни нерозривно пов'язаний з забезпеченням молоді робочими місцями. Як зазначалося у звіті МВФ «Перспективи розвитку світової економіки» [2] аналітики передбачають підвищення швидкостей росту всесвітньої економіки у 2025 р. до 3,5%, а в 2030 р. – до 3,6%. Але, спостерігаючи та аналізуючи сьогоднішню ситуацію яка склалася в світі є в наявності серйозні ризики, які взаємопов’язані та безпоседньо впливають на рівень безробіття та створення нових робочих місьць.

Насамперед вищезазначені ризики пов’язані з слабкими та непродуктивними рішеннями державних органі, які не тільки негативно впливають на швидкість регенерації ринку праці, а й впливають на зайнятість молодого населення нашої країни. До негативних неекономічних чинників, які безпосередньо впливають на ринок праці, можна віднести внутрішньополітичну напруженість та воєнні дії на Сході України, корупцію, погана інфраструктура та ін.

Згідно дослідження Міжнародної організації праці (МОП), встановлено, що на планеті всесвітній рівень безробіття молодого населення становить 13,1% та налічується майже 76 млн безробітних молодих людей віком від 15 до 34 р., що в 3 рази більше ніж рівень дорослого безробіття.

За прогнозами Світового банку, всесвітній рівень молодіжного безробіття зріз на 1,3% та в наступних п'яти років не передбачується тенденцій до зниження. На планеті налічувалося більше 71 млн молодого населеня мали статус безробітного у 2018 р., та на початку 2020 р. даний показник становив 79 млн осіб.

Якщо аналізуючи кількість безробітних віком від 15 до 23 р., то очевидно, що в даному віці молоді люди навчаються і тільки деякі працюють, або шукають роботу. Після закінчення вищого навчального закладу перед молодими людьми віком від 23 р. постає проблема з пошуком першого робочого місця та працевлаштування. Молоді фахівці обиряють два метода пошуку місця роботи:

1. пасивний: реєстрація у центрі зайнятості та очікування, доки з'явиться нове робоче місце, але поки випускник очікує - він тратить важливий час, який можливо б використати з більшим результатом.
2. активний: самостійно займаються пошуком роботи та працевлаштуваються на бажаній вакансії [3].

Але існує особлива група молодих людей, які обирають підприємницьку діяльність, як основний вид своєї діяльності. Згідно статистичних спостережень встановлено, що від 8 до 15% молодих людей здатні ризикувати, проявляють самостійність та організовують власну справу. Згідно головного нормативно-законодавчого документа нашої країни - Конституції України - кожному українцю надано право займатися підприємницької діяльністю. Вільний та свідомий вибір підприємницької діяльності, як основного виду діяльності є одним із властивостей цивілізованого суспільства, що наділяє кожну правоздатну фізичну особу правом покращувати індивідуальний добробут та добробут своєї сім'ї шляхом самозайнятості. Аналізуючи характерні особливості сучасної молоді, то одним із першочергових їх прагнень є отримання особистої і фінансової самостійності, але є певні причини які стримують молодь організовувати власну справу: побоювання невдачі, нестача коштів і елементарна невпевненість у собі стримує молодь займатися підприємницькою діяльністю. Підприємницька діяльність є важливим джерелом доходу та зайнятості для населення країни, яка потребує стимулювання зі сторони державних органів, а також формування та реалізації державної політики з метою надання альтернативних можливостей зайнятості громадян, в тому числі, для працевлаштування молодих випускників. Молодь - найактивніша частина суспільства, яка швидко реагує на будь-які зміни в бізнесі та ефективно впроваджує їх у власне життя. Тому варто вважати, що молодь має куди більший потенціал і здатність до підприємницької діяльності, ніж інші вікові групи [4].

Молодіжне підприємництво – це основна деталь зниження рівня безробіття серед молодих людей та створення нового малого та середнього бізнесу і, відповідно, додаткових вакансій для інших громадян. Розвиток молодіжного

підприємництва є одним із головних курсів економічної політики українського уряду.

Але на даний час популяризація підприємництва серед молоді відбувається дуже повільно. В Україні сектор малого та середнього бізнесу налічує майже 2,0 млн. суб'єктів господарювання. Крім того, близько 12% молодого населення віком від 20 до 25 р. займаються підприємницькою діяльністю. В Законі України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», «передбачена державна підтримка підприємницьких ініціатив молодіжного підприємництва», але незадовільний суспільний та економічний стан нашої держави, не дає можливість виконати прописані норми даний закон та вповній мірі реалізувати вищезгаданий закон через дефіцит коштів в бюджеті країни. В разі якщо б норми та статті реалізувалися в повній мірі, то молоді підприємці мали б змогу отримати значну фінансову допомогу, а організувавши роботу щодо ефективного механізму державної молодіжної політики зі зайнятості та працевлаштування – стимулювало б молодих підприємців створювати нові робочі місця. Але Державною службою статистики України підчас збору статистичної інформації не здійснюються розмежування підприємців на вікові групи. І взв'язку з цим державні програми щодо підтримки підприємництва направляється для всіх підприємців не виділяючи молодих власників бізнесу [5].

«Молодіжне підприємництво являє собою особливий вид економічної активності молоді, спрямований на досягнення економічних інтересів, розкриття творчого потенціалу та самореалізацію». Молодіжне підприємництво, виконує наступні загальносуспільні функції, такі як: соціально-економічну, політичну, ресурсну та демографічну [4].

Для того, щоб чітко розуміти про які вікові групи йдеться мова в ЗУ «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» №2998-XII від 05.02.93 (зі змінами та доповненнями від 04.11.18 №2581-VIII) зазначено, що «молодь (молоді громадяни) – це громадяни України віком від 14 до 35 років». Згідно даних Державної служби статистики молоде населення країни становить 11 млн осіб, найбільш чисельною віковою групою являється група осіб віком від 25 до 34 років, які народилися в період Радянського союзу та на початку незалежності України. Крім того спостерігається збільшення частки молодих містян в порівнянні з сільськими жителями (73% до 27% відповідно), молоді люди відають перевагу таким містам, як Київ, Харків, Дніпро, Одеса та Львів. Варто зазначити, що визначення поняття «молодіжне підприємництво» в законодавстві України відсутнє. Зважаючи на важливість ролі самозайнятості молодих громадян та його вплив на рівень безробітті, в українській нормативно-законодавчій базі повинно бути наступне визначення терміну «молодіжне підприємництво», а саме: «це господарська діяльність здійснювана на свій власний ризик особою у віці від 14 до 35 років або підприємницькою командою, до складу якої входить не менше 70% учасників тієї ж вікової категорії з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту» [2].

В законодавчих актах України також повинно бути надано визначення терміну «молоді підприємці». Зміст, якого повинен бути наступний: «це особи, які на момент набуття статусу фізичної особи-підприємця або засновника

юридичної особи входять у вікову групу від 14 до 35 років, яка реалізує свою здатність до праці шляхом самостійної, ініціативної на власний ризик діяльності, яка відповідає чинному законодавству з метою отримання прибутку». Хоча в деяких законодавчих програмах фінансування молодіжних фермерських господарств (або сімейних ферм) зазначено, що для отримання державної допомоги засновнику не повинно перевищувати 40 років [6].

Молодіжне підприємництво - це дуже складний сектор, який вимагає особливо серйозної уваги з боку державних органів та її підтримки не тільки в фінансовому плані, а й з приводу навчання, консультування, супроводження та консалтингу. На сьогодні в Україні існує чимало регіональних програм розвитку мікропідприємництва, але в них не робиться акцент саме на молодіжне.

Література

1. Гросул В.А., Дядюк М.А., Зубков С.О. Сучасний досвід, проблеми та перспективи розвитку молодіжного підприємництва в Україні. *Збірник Наукових праць ХДУХТ*. 2018. Вип. 27. с. 66-82 URL: http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/2768/1/%d0%93%d1%80%d0%be%d1%81%d1%83%d0%bb%2c%20%d0%94%d1%8f%d0%b4%d1%8e%d0%ba%2c%20%d0%97%d1%83%d0%b1%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%b0.pdf

2. Karnaushenko, A., Petrenko, V., Tanklevska, N., Borovik, L., & Furdak, M. (2020). Prospects of youth agricultural entrepreneurship in Ukraine. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, *6*(4), 90-117. https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.06

3. Боровік Л.В. Місце і роль господарств населення у розвитку сільськогосподарської галузі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 20, частина 1. С. 60-64.

4. Боровік Л.В., Танклевська Н.С. Вплив інвестиційної політики на формування екологічного інвестиційного потенціалу сільського господарства. Інтелект XXI. 2019. №3. С. 121-125

5. Наукові дослідження в умовах глобалізації сучасного світу. Частина 1: Серія монографій / [авт.кол. : Л.В. Боровік, І.Я. Львович, Л.В. Начева, М.В. Рибалкін, В.М. Соколов и др.]. - Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2020 - 200 с. : іл., табл. - (Серія «Інноваційні наукові досягнення», Книга 1). URL: http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/5040?show=full (дата звернення 21.01.21)

6. Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Формування молодіжного підприємництва в Україні та аналіз факторів впливу на його розвиток. *Міжнародний науковий журнал «Фінансовий простір»*. 2019. № 3 (35). С. 139-147

Карпенко А.В.
д.е.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»
Карпенко Н.М.
к.держ.упр., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»

КЛАСТЕРИ ЯК ФОРМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

В умовах глобалізації світової економіки та загострення наслідків пандемії COVID-19 суттєво послабилися позиції багатьох суб'єктів господарювання у різних секторах економіки України. На додаток до цього у вітчизняній економіці та суспільстві загалом продовжується значне протистояння великих власників капіталу та їх прибічників, яке носить нераціональний характер. В таких умовах, коли консолідація суспільства в межах національних економік є значно поширеною у розвинених країнах, набуває розвитку кластерний рух та максимально використовуються переваги локальних територій, що підтверджує практика розробки та реалізації стратегій смарт-спеціалізації та інноваційні стратегії, в Україні протікають протилежні розумінню тенденції. Навіть якщо проголошуються переваги взаємодії, робляться спроби з кооперування – такі процеси не носять масового характеру, а відомими стають лише поодинокі приклади ефективної співпраці.

У світовій практиці реалізація взаємодії у локальному середовищі здійснюється через кластерні ініціативи, які набувають поширення в умовах загострення конкуренції та формуються з метою посилення власних позицій переважно малого і середнього бізнесу, отримання більш вагомих переваг на ринку порівняно з відособленою власною діяльністю. Саме інноваційні кластери, так звані «точки зростання», дозволяють поєднати та скоординувати всі рівні інноваційної політики, оскільки забезпечують концентрацію ресурсів і створення сприятливого середовища для економічного прориву у вигляді інновацій. Вони сприяють підвищенню конкурентоспроможності на мікро-, мезо- та макрорівні, стрімкому інноваційному розвитку локальних територій, спрощенню для підприємств доступу до різних ресурсів і технологій, зниженню фінансових ризиків тощо [1, с. 411].

У кластерах забезпечується колаборація та синергія науковців (державні та приватні науково-дослідні установи, університети, науково-технічні парки, офіси науково-технічного обміну тощо), бізнесу (виробництво та послуги, первинні сектори, фінансовий сектор, творчі індустрії, соціальний сектор, корпорації, МСП, стартапи, кластери, бізнес-асоціації), влади (департаменти та відомства різних урядових рівнів, агенції регіонального розвитку, офіси державних закупівель, центри підтримки підприємництва, інкубатори тощо) та громадськості (неурядові організації та ініціативи громадян, асоціації споживачів, талановита та ініціативна молодь). Основою створення та розвитку кластерів виступає розвинуте правове забезпечення та дисципліна, розвиток

інституту довіри і відповідальності, чого ще значно бракує в Україні.

Основним притягальним центром для кластерів є університети, дослідницькі лабораторії, спеціалізована інфраструктура чи резерв навченої робочої сили, що має набагато більший ефект, ніж субсидії. Найкраща регіональна політика – це та, яка виділяє вузлові елементи, що складають основу могутності галузей регіону, і нарощує їх з метою заохочувати формування географічно концентрованих кластерів. Коли одна галузь створює попит підвищеної складності чи виступає постачальником виробів і послуг виробничого призначення для інших, то це ефективніше, ніж спроби підштовхнути різноманітні і випадкові за своїм набором компанії до розміщення та розвитку у певному локальному середовищі.

Кластери – це одна із ефективних форм організації інноваційних процесів, що забезпечує створення нових центрів прибутку, технологій і знань, конкурентоспроможну продукцію, дозволяє не лише отримувати переваги від кооперації її учасників, а і підвищувати серед них конкуренцію та формувати унікальні їх компетенції в межах окремих регіонів чи міжрегіональних зв'язків [2, с. 109]. Особливо важливо для держави стимулювати створення інноваційних кластерів в умовах кризи, що сприятиме вирішенню ряду не лише поточних, а і стратегічних завдань. Утворення кластерів сприяє: розвитку малого та середнього бізнесу; підвищенню рівня зайнятості та залученню до діяльності кваліфікованого персоналу (повернення трудових мігрантів до країни); розвитку наукового забезпечення країни; підвищенню надходжень до держбюджету тощо, а відповідно забезпечує позитивні зрушення в економіці та робить її більш привабливою для інвестицій.

Світова практика свідчить, що коли формується кластер, усі галузі в ньому починають здійснювати один одному взаємну підтримку. Конкурентоспроможні галузі-постачальники сприяють розвитку в країні споживаючих галузей. Вони забезпечують їх технологіями, стимулюють розвиток загальних виробничих чинників, породжують нових виробників. Одна конкурентоспроможна на світовому ринку галузь, здатна створити ряд нових суміжних, забезпечуючи доступ до кваліфікованої робочої сили, використовуючи родинну диверсифікованість чи стимулюючи виникнення нових шляхом відділення. Вигоди проявляються в усіх напрямках зв'язків, а активна конкуренція в одній галузі поширюється на інші галузі кластера. Нові виробники, що приходять з інших галузей кластера, прискорюють розвиток, стимулюючи різні підходи до розвитку інновацій та R&D і забезпечуючи необхідні засоби для впровадження нових стратегій, підвищення кваліфікації працівників. Відбувається вільний обмін інформацією і швидке поширення нововведень за каналами постачальників та споживачів, породжуються зовсім нові можливості.

Відома практика щодо створення кластерів у вітчизняній економіці до сьогодні не характеризується суттєвими позитивними її проявами, оскільки відсутні тривалі стійкі утворення, за незначним виключенням. Зокрема, ще у 2010 р. зазначалося про створення кластерів у Запорізькій області (інноваційного кластеру у сфері сільськогосподарського машинобудування, потенційного металургійного кластера, транспортно-логістичного кластеру тощо), проте, з

плином часу про ці ініціативи вже забуто.

Сьогодні актуальним в умовах процесів цифровізації та переходу до формування смарт-спеціалізацій у регіональних стратегіях розвитку знову робиться вагома ставка на кластерний рух. Особливо відчутними є кластерні ініціативи, які формуються «знизу» зі свідомим розумінням переваг у співпраці.

Зокрема, у вересні 2020 р. за ініціативи низки підприємств та організацій міста Запоріжжя у відповідності до підписаного Меморандуму про співпрацю між Асоціацією підприємств промислової автоматизації України (АППАУ) та Запорізькою торгово-промисловою палатою (ЗТПП) за участі Національного університету «Запорізька політехніка» було започатковано створення професійного об'єднання підприємців, науковців і бізнес-асоціацій. У листопаді за підтримки АППАУ та німецької федеральної компанії Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH на замовлення Уряду Німеччини задля розвитку кластерів у сфері промислових хайтек було зареєстровано ГС «Запорізький кластер «Інжиніринг-Автоматизація-Машинобудування».

Сьогодні Запорізький кластер «ІАМ» об'єднав і продовжує залучати до своїх лав провідних гравців Запорізького регіону в секторах промислового інжинірингу, автоматизації, ІТ та машинобудування з метою нарощення економічного потенціалу Запорізького регіону через формування конкурентоспроможності учасників кластеру та розвиток регіональної інноваційної екосистеми промислових високотехнологічних секторів.

В основі формування кластеру є узгодження, координація та синхронізація співпраці учасників навколо: визначення спільних цілей та потреб; створення довіри шляхом нетворкінгу та регулярних комунікацій; запуску конкретного плану дій. Основними завданнями Запорізького кластеру «ІАМ» є: налагодження широкої співпраці між всіма категоріями учасників кластеру та створення спільної інноваційної екосистеми регіону з метою розвитку інновацій та R&D, вироблення продуктів нового покоління (Індустрії 4.0), а також спільної реалізації інжинірингових проектів; зростання конкурентоспроможності та експортного потенціалу через кращу та спільну реалізацію наявних інструментів експортної підтримки, створення нових можливостей та інтеграції в міжнародні ланцюжки високої доданої вартості; спільне вирішення комплексу проблемних питань регіону в галузі промисловості та хайтек щодо зміцнення та утримання персоналу в межах регіону, нарощення навичок та кваліфікації, залучення інвестицій і створення нових робочих місць; краща співпраця та синергія з регіональними органами влади та місцевого самоврядування, експертними спільнотами та громадськістю, інтеграція в програми регіонального розвитку [3].

Основні переваги участі у Запорізькому кластері «ІАМ»: використання спільних активів кластеру (сайт, спільні фонди, спільна промоція, спільні стенди на виставках тощо); отримання важливої інформації про ринкові можливості в рамках регіону чи за його межами; зростання іміджу та репутації, спільний та індивідуальний піар; отримання синергетичного ефекту співпраці в розробці спільних продуктів чи проектів; кращий доступ до інноваційних та експортних ресурсів та можливостей, включно з пошуком партнерів та клієнтів закордоном; отримання пільгових умов на програми навчання та розвитку, які організуються

партнерами; першочергове включення в грантові та інші структурні програми експортного, інноваційного, регіонального, промислового та цифрового розвитку тощо.

Розвиток Запорізького кластеру «ІАМ» та в цілому процесів кластеризації в Україні передбачає формування та здійснення комплексу заходів: часткове фінансування аналітичних досліджень структури кластеру, визначення цілей і напрямів його розвитку; створення в кластерах регіональних центрів з обміну знаннями, залучення зацікавлених організацій до спільних дій у межах кластеру; реалізація програм сприяння виходу підприємств кластеру на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень; підвищення ефективності програм професійної підготовки кадрів, у тому числі шляхом коригування навчальних планів закладів професійної освіти, співпраця бізнесу з вишами мульти-корпоративного типу; сприяння комерціалізації результатів дослідницької діяльності [4].

Таким чином, основою формування та ефективного функціонування кластеру є довіра та відповідальність між її учасниками, толерантність і солідарність у суспільстві, що в умовах монополізації багатьох ринків, невисокого рівня підприємницької етики та низької правової культури тривалий час не дозволяє повноцінно використовувати потенціал національної економіки. Територіальна інтеграція наукових і освітніх установ з мережею спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, пов'язаних технологічним ланцюжком, для більш швидкого і ефективного поширення інновацій (нових знань, відкриттів і винаходів) у визначеній економічній підсистемі, що буде підтримуватись органами державного управління та громадськості, здатна забезпечити поступальний розвиток регіону. Усвідомлене створення кластерів усіма учасниками економічних відносин дозволить повною мірою використовувати весь наявний потенціал і забезпечити реалізацію їх конкурентних переваг.

Література

1. Карпенко А. В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія. Запоріжжя: ФОП В. В. Мокшанов, 2018. 510 с.

2. Карпенко А. В., Засоріна Г. В. Підвищення рівня інноваційності економіки за умов розвитку кластерів. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку*: Матеріали доповідей VII науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2018 р.). Х. : Монограф. 2018. С. 108-110.

3. Юрчак О. Новий проєкт розвитку кластерів ІАМ в регіонах Запоріжжя та Харкова (ClusteRISE). URL: https://appau.org.ua/clusterise.

4. Karpenko A. V. The role of clustering in the formation of innovative development of Ukraine. *Problems of development modern science: theory and practice*: Collection of scientific articles. EDEX, Madrid, Espana. 2016. P. 46-50.

Карпенко А.В.
д.е.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»
Пустовіт Ю.А.
студентка
Національний університет «Запорізька політехніка»

РОЛЬ ОСВІТНІХ УМОВ У ФОРМУВАННІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Рівень економічного зростання будь-якої країни, починаючи з XX століття, залежить, в першу чергу, від найголовнішого ресурсу, одночасно суб'єкту й об'єкту праці – людини. Насамперед, приймаються до уваги її інтелектуальні активи, у вигляді знань, умінь, навичок, здібностей, які формуються під впливом чинників освітнього середовища. Саме за допомогою цих складових, приблизно 80% ВВП провідних держав світу забезпечується часткою нових знань. Це підтверджує ключову роль людського потенціалу в соціально-економічному розвитку [1; 2, с. 67-68].

Незважаючи на велику кількість підходів до визначення людського потенціалу, більша частина науковців підкреслює особливе значення саме інтелектуальної складової, вивчення якої дозволяє виділити інтелектуальні активи. Поняття «інтелектуальні активи» можна узагальнити як вид унікального ресурсу, який є невичерпним і здатним до самовідтворення, вільний для законної комерційної передачі та при правильному використанні дозволяє підвищити прибуток підприємства та розвиток економіки в цілому. Інтелектуальні активи людського потенціалу – це окремі елементи людського потенціалу, які поступово накопичуються і трансформуються з самого народження людини в процесі її виховання, культурного розвитку і залучення до здорового способу життя, отримання освіти і професійного навчання, а також інтелектуальні результати діяльності людини. Інтелектуальні активи людського потенціалу розглядаються як когнітивні, емоційні та креативні омпетентності, оскільки мають нематеріальну природу, а також результати його інтелектуальної діяльності (нематеріальна і матеріальна форма) [1, с. 55].

В сучасних умовах визнається, що для реалізації ефективних соціально-економічних трансформацій в економіці України найважливішим чинником є система інтеграції знань у господарські системи всіх економічних рівнів. Це, в свою чергу, потребує організації сукупності заходів щодо мотивації людського потенціалу до розвитку, особливо його інтелектуальної частини. Передусім, вони передбачають збільшення обсягів інвестування та поліпшення освітніх умов, заохочення до навчання та фінансове виховання, що мають прищеплюватися з дитинства й вдосконалюватися протягом життя.

Формування інтелектуальних активів населення забезпечується освітнім середовищем, вплив на яке здійснює не лише держава, а й приватні підприємства, фонди, спонсори, домогосподарства. В Україні обов'язковою є лише формальна шкільна освіта, інші – за бажанням. Проте, для отримання

освіти, як середньої, так і вищої, необхідним є факт усвідомлення її ролі в житті людини та бажання самовдосконалюватися. На це впливає економічна стабільність і розуміння затребуваності отриманої спеціальності, культура нації, умови життєдіяльності та забезпеченість доходами сімей тощо.

Сьогодні в Україні розвиток освітнього середовища характеризується негативними тенденціями. На всіх освітніх рівнях, починаючи із дошкільного та закінчуючи вузівським, відбувається скорочення закладів освіти та осіб, які навчаються в них. Зокрема, за останні 30 років кількість дошкільних навчальних закладів зменшилась на 40%, а число місць та користувачів в них – на 49%, що спричинено переважно процесами депопуляції населення та звуженого його відтворення. За відповідний період кількість закладів загальної середньої освіти скоротилась на 30%, а учнів – на 40%; випускників, які здобули базову та повну загальну середню освіту відповідно на 49% і 51%; вчителів – на 18%. У закладах професійної (професійно-технічної) освіти, кількість яких зменшилось на 42%, чисельність учнів зменшилась на 62%, осіб, прийнятих на навчання – на 66% і випускників – на 67%. Схожа ситуація характерна і для коледжів, технікумів та училищ, кількість яких скоротилась на 54%, осіб, які там навчаються – на 77%, прийнятих – на 80%, а випускників – на 78%. На противагу всім попереднім змінам, кількість університетів, академій та інститутів зросла на 89%, студентів у них – на 43%, прийнятих – на 43%, а випускників – на 144%. Збільшилась чисельність аспірантів і докторантів на 89% та 121% відповідно [3]. Тобто в Україні характерним є скорочення кількості всіх закладів освіти та їх випускників, окрім вищої. Відповідно в економіці відбувся значний перекіс у потребі спеціалістів з професійною (професійно-технічною) освітою та навичками, чисельність яких значно зменшилась. При цьому масовість вищої освіти та невисока її вартість призвели до погіршення якості підготовки та формального до неї відношення. Введення додаткових вимог, пов’язаних із здачею ДПА та ЗНО створили додаткові бар’єри для молоді та їх батьків. Однак майже вся система освіти з низьким рівнем оплати праці викладачів (вчителів) та корумпованістю стала не готовою повноцінно задовольняти ці запити. Як наслідок якість освіти знизилась на всіх рівнях і виник платний сервіс з приватної підготовки молоді до іспитів.

Отже, тривалі та непослідовні реформи в освітній сфері України сьогодні переважно є не зрозумілими для населення, а його низька фінансова спроможність не дозволяє отримувати якісні освітні послуги. В таких умовах розвиток інтелектуальних активів є значно ускладненим та суттєво обмеженим.

Література

1. Карпенко А. В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія. Запоріжжя: ФОП В. В. Мокшанов, 2018. 510 с.

2. Карпенко А. В. Інтелектуальні активи: етимологія поняття та місце в національній інноваційній системі. *Економіка і організація управління*. 2017. № 4. С. 65-80.

3. Демографічна та соціальна статистика. Освіта. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

Киян О.Ю.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасному світі та сучасній економіці дуже важливим для менеджерів є вміння чітко формулювати свої цілі, вміти грамотно управляти своїм часом та часом своїх підлеглих. Така риса для майбутніх підприємців – особливо корисна сьогодні, коли теза «Час – це гроші » набула особливого значення.

Для успішного виконання поставлених цілей менеджерам необхідно постійно підвищувати ефективність роботи – своєї та своїх підлеглих. І у цьому може допомогти тайм-менеджмент. Тайм-менеджмент можна розглядати як сукупність методик оптимальної організації часу для виконання поточних задач, проектів та календарних подій [2, С. 148].

Філософія керування часом полягає в тому, щоб успішно справлятися з усіма професійними і особистими завданнями. З цією метою, вважаємо за необхідне наголосити на необхідності опанування теоретичними знаннями та практичними навичками галузі управління та споріднених наук. Як зазначає дослідник питань тайм-менеджменту Горбачев А. Г., тайм-менеджмент пов'язаний і з іншими науками, в тому числі: з фізикою, біологією, соціологією, філософією, психологією, оскільки в цих і деяких інших галузях знань містяться відомості про час [1, С. 8-9].

У сучасних динамічних умовах праці одним з найголовніших інструментів підвищення адаптивності є впровадження технологій тайм-менеджменту, як елементу системи управління персоналом для зростання ефективності використання робочого часу на підприємстві. Це пояснюється зростанням у робітників організацій повноважень, прийняття ними своїх самостійних рішень, планування власної роботи , самостійної організації, а також суттєвими змінами у діяльності підприємств, що включають інноваційні розробки нових продуктів, вихід на нові ринки як і споживача так і продавця, впровадження сучасних технологій та нового обладнання і вимагає постійного пошуку резервів часу [2].

Метою цього дослідження є проаналізувати особливості організації праці на підприємствах для підвищення її ефективності з використанням прийомів тайм-менеджменту, огляд основних шляхів оптимізації праці на підприємстві, а також аналіз цієї проблеми на підприємствах України.

Зараз в Україні дуже швидко розвивається тайм-менеджмент. Утворюються багато нових фірм, які проводять різні захоплюючі тренінги для висвітлення цієї проблеми, попит на послуги яких надалі збільшується. На даний момент в Києві та інших великих городах знаходиться близько 80 компаній, які надають свої тренінгові послуги. Дані компанії розраховані для менеджерів

вищої ланки та директорів різних фірм, хоча їх відвідують і фахівці різного рангу.

На нашу думку, в Україні більшій кількості організацій необхідно запроваджувати інструментарій тайм-менеджменту, адже, як свідчить практика багатьох підприємств та установ (в тому числі зарубіжних), що розвинули систему тайм-менеджменту в своїх структурах, це дійсно значно підвищує ефективність праці працюючого персоналу і в майбутньому надасть перспективи для виведення економіки України на вищий рівень. Адже грамотно організована управлінська діяльність має великий вплив на діяльність всього підприємства та дозволяє гідно конкурувати на ринку.

Для більшого ефекту в управлінні часом необхідне виявлення тимчасових витрат. На думку вітчизняних дослідників, а саме Писаревської Г.І., інвентаризація часу включає хронометраж як кількісний облік часу різних видів діяльності та може проводитися за певний проміжок часу і з певною періодичністю [2]. На основі цього процесу проводиться повній аналіз витрат часу.

До найбільш поширених методів аналізу часу організації та індивідуального часу необхідно віднести наступні:

- діаграми для аналізу градації дій з оцінкою їхнього ефекту;
- карти та графіки Ганта для повного контролю і аналізу ефективності сумісної праці декількох робітників;
- мережевий аналіз (графіки, матриці, таблиці);
- органайзер для кількісного самоаналізу витрат часу, виявлення основних перешкод;
- хронокарта Гастєва для кількісного аналізу витрат часу на основні види робіт.

Усі запропоновані вище методи добре використовувати як на перших етапах освоєння тайм-менеджменту, так і в подальшому розвитку системи у структурних одиницях підприємства – для стратегічного планування часу організації і контролю виконання всіх поставлених цілей.

Інвентаризація та аналіз часу допоможуть виявити сильні та слабкі сторони виконаної роботи та стилю у якій вона виконуються, виявити чинники, що підвищують працездатність та навпаки знижують її, а також виявити сильні сторони у методі виконання своєї роботи та користуватися ним і надалі. Для слабких сторін роботи необхідно визначити їх передумови та причини, проаналізувати їх та розробити заходи їх ліквідування.

Найкращим методом для цього є фотографія робочого дня кожного робітника та аналізу його роботи та дізнання, чи раціонально він використовував свій час. Якщо ні – необхідно винайти методи для підвищення його ефективності на основі складання фактичного та проектованого балансу робочого часу.

Дані, отримані з методу фотографій, дають дуже чітке і вірне уявлення про структуру витрат робочого часу кожного з працівників. Зіставлення всіх отриманих результатів з відповідними стандартами дадуть змогу резервувати робочий час, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності праці за

рахунок зниження витрат часу з технічних причин, які відбулись за виною робітника.

Охарактеризована методика допомагає усуненню непродуктивної роботи, яка забирає дорогоцінний час. Таким чином, фотографія робочого часу є універсальним і доступним для всіх інструментом для нормування роботи, вивчення структури робочого часу, перевірки дисципліни працівників, розробки методів з підвищення ефективності праці і скорочення втрат робочого часу на пустощі.

З усього вище сказаного можна зробити наступні висновки:

1. Впровадження тайм-менеджменту на підприємствах сприяє вирішенню багатьох технічних проблем та питань та сприяє ефективному використанню часу, що, у свою чергу, має безпосереднє значення для підвищення ефективності праці.
2. Впровадження методів тайм-менеджменту вважаємо корисним як для розвитку вітчизняних підприємств, так і для підвищення темпів росту національної економіки.
3. Грамотно побудована управлінська діяльність має значний позитивний вплив на діяльність організації та дозволяє гідно конкурувати з іншими фірмами.
4. Основними питаннями, які допомагає вирішувати тайм-менеджмент є: постановка планування завдань на різні періоди діяльності та ведення обліку часу.
5. Введення методів управління часом на підприємстві дозволяє менеджеру підвищити продуктивність праці та показати високий рівень результатів діяльності.
6. Вкрай корисними інструментами тайм-менеджменту на підприємстві є методи інвентаризації, аналізу робочого часу та методів фотографії робочого часу, які являють собою прямі напрями покращення використання робочого часу на підприємстві.

Перспективами досліджень за тематикою об’єкту вивчення є теоретичне та практичне впровадження методів тайм-менеджменту з урахуванням специфіки діяльності організації.

Література

1. Горбачев А.Г. Тайм-менеджмент. *Время руководителя: 24+2*. Москва : ДМК-пресс, 2007. 128 с.

2. Писаревська Г.І. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки.* Випуск 20. Частина 1. 2016. С. 148-153. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_20/1/38.pdf (дата звернення: 21.01.2020).

Коновалова А.Г.
студентка
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПАТ «МОТОР СІЧ»

ПАТ «Мотор Січ» - одне з найбільших підприємств, які реалізують повний цикл створення сучасних авіаційних двигунів від розробки, виробництва й випробування, до супроводу в експлуатації й ремонту.

Одне з головних завдань стабільного розвитку ПАТ «Мотор Січ» - це формування системи мотивації, яка притаманна ринковим відносинам в країні та забезпечить ефективне стимулюванні діяльності персоналу підприємства. Тобто необхідно створити таку систему, яка б могла забезпечити досягнення високих економічних показників та одночасно зменшити витрати на процес досягнення.

Подолати головну проблему підприємств України – підвищення ефективності використання трудових ресурсів – можливо, розробивши та застосувавши ефективні методи мотивації, використовуючи матеріальне та нематеріальне стимулювання як основні рушійні механізми мотивації праці працівників.

Одним із напрямів удосконалення системи мотивації персоналу ПАТ «Мотор Січ» є розробка та введення автоматичного розрахунку премій працівників, для чого необхідно налаштувати зв'язок між відповідними документами. Для реалізації даної ідеї потрібна єдина інформаційна система на підприємстві, яка вже успішно функціонує [1].

Для даної інформаційної системи необхідно розробити за завантажити блок, який стосуватиметься мотивації персоналу на підприємстві, який складається з:

- блоку розрахунків, який має можливість проводити розрахунки за допомогою різних формул;
- всі наявні на підприємстві схеми мотивації;
- довідник розрахунків, їх методів та відповідних їм схем мотивації;
- налаштування для змін у разі необхідності.

Використовуючи дану ідею, процес оплати праці можна зробити легшим, використовуючи необмежену кількість премій та стягнень, ввести залежність заохочень від результатів діяльності за певний період, а також назвати усі результати роботи певними назвами.

Для того, щоб покращити продуктивність праці та її якість, на підприємстві варто запровадити дві форми оплати праці – комбіновану та комісійну. Існуюча погодинна оплата праці у ПАТ «Мотор Січ» з кожним роком все більше втрачає свою актуальність у списку мотиваторів.

ПАТ «Мотор Січ» активно заохочує співробітників матеріальною мотивацією, але матеріальні чинники не завжди є найважливішою формою винагороди.

Для вдосконалення нематеріальної мотиваційної політики ПАТ «Мотор Січ» значну увагу варто приділити соціальній системі підприємства, а саме компенсаційним послугам для працівників. Грошова винагорода – це ефективний мотиватор, але у деяких випадках питання заключається саме у соціальних пільгах, які здатні підвищити добробут працівників та покращити якість їх трудового життя. Деякі пільги можуть надаватися в порядку, визначеному законодавством, та є обов'язковими для всіх підприємств країни (наприклад, основні та додаткові відпустки, які оплачуються, оплата тимчасової непрацездатності, пільги молодим працівникам та деяким жінкам тощо). Деякі пільги надаються за рішенням підприємства на основі взятих на себе зобов'язань.

Для того, щоб зацікавити в пільгах працівників, необхідно проаналізувати їх потреби (наприклад, анкетування чи спостереження). Виходячи з отриманих результатів, визначити пільги, які може запропонувати підприємство, виходячи з власної фінансової спроможності.

Види нематеріального стимулювання існують на підприємстві окремо один від одного, не утворюючи систему, дія якої могла б бути єдиним механізмом нематеріального впливу. Тому основним напрямком удосконалення на підприємстві має стати створення єдиної системи нематеріального стимулювання за такими етапами:

1. підготовка та перепідготовка керуючої ланки підприємства;
2. організація або реорганізація соціальної політики підприємства, проведення культурно-масових заходів, навчання співробітників;
3. організація морального стимулювання як ланки системи нематеріального стимулювання.

Однією із складових системи нематеріальної мотивації є соціально-психологічні методи стимулювання персоналу. Головна особливість застосування таких методів – відносини між працівниками та керівництвом, адже в цьому випадку вони мають бути відкриті та дружні: вчасне і правдиве інформування про ситуацію на підприємстві, про очікування та реальність умов праці, успіх досягнення цілей чи навпаки. Окрім цього, ПАТ «Мотор Січ» необхідно звернути увагу на рівень інформованості працівників щодо переваг роботи на даному підприємстві, окрім матеріальних, які вони можуть отримати. Для вирішення даного питання можна організувати збори чи наради працівників підрозділів. Питання поінформованості працівників має породжувати інтерес до підприємства, його робочих справ, звідси витікає бажання бути частиною підприємства та діяти у рамках його інтересів.

Вдосконалення соціально-психологічних методів може бути реалізоване в таких напрямках [3]:

1. підтримка сприятливого психологічного та морального клімату в колективі;
2. розвиток системи регулювання та управління конфліктними ситуаціями в колективі;

3. розвиток організаційної культури всередині підприємства.

Психологічний клімат в колективі можна вважати сприятливим за умови, коли кожен займається власною справою, має своє місце в ієрархії підприємства та задоволений існуючим положенням, компетенції працівників не перетинаються, розбіжності в поглядах не виникають та працює система взаємодопомоги.

Система регулювання та управління конфліктами в першу чергу повинна орієнтуватися на уникнення деструктивних конфліктів, зважаючи на те, що оминути конфлікти повністю неможливо.

Деструктивні конфлікти – конфлікти, що призводять до зменшення рівня взаємодопомоги, зниження ефективності підприємства в цілому та роботи кожного працівника окремо. Для уникнення подібних ситуацій варто використовувати такі методи:

- обмеження контактів конфліктуючих сторін, зменшення їх взаємодії шляхом розмежування повноважень між підлеглими для ліквідації головної причини конфлікту;
- об'єднання конфліктуючих сторін шляхом задання їм спільної цілі;
- стимулювання працівників самостійно вирішити конфліктну ситуацію;
- створення системи стимулювання безконфліктної поведінки.

Ще одним напрямом поліпшення мотивації є налагодження процесу організації праці, що включає в себе постановку цілей, розробку гнучких графіків, покращення умов праці. Вірна та грамотна постановка цілей дозволяє покращити ефективність роботи, створює технологію їх досягнення та допомагає уникнути помилок. Працівник, який знає свої завдання на певний період, відчуває себе впевнено, адже перебуває в стані визначеності та психологічної рівноваги.

Керівництво ж, у свою чергу, має формулювати правильні розпорядження. Для цього варто дотримуватися таких порад:

- єдність професійної мови;
- врахувати рівень інтелекту виконавця;
- надати повну та достовірну інформацію;
- вимагати чітких та повних формулювань;
- намагатися сконцентрувати увагу виконавця на донесеній інформації та розпорядженні.

Важливим фактором впливу на ефективність праці є умови, в яких доводиться працювати співробітнику. Першочергове та головне завдання керівництва – усунення недоліків умов праці для фізичного та морального комфорту персоналу. Головна умова покращення робочих місць – регулярні грошові інвестиції, які мають цілком окупатися, так як гідні умови праці підвищують продуктивність.

Для управління ефективною системою мотивації в ПАТ «Мотор Січ» треба [4]:

- усвідомити механізм процесу мотивації: потреба – мета – дія – досвід – очікування;
- досконало вивчити фактори впливу на мотивацію;

- відповідно до категорій персоналу, сформувати набор потреб, які є рушійною силою до здійснення мети, та умов, за яких дані потреби можуть бути задоволені;

- розуміти, що мотивація – це спосіб задоволення.

До основних методів управління мотивацією та стимулюванням праці відносяться: гроші як винагорода; покарання; співучасть; мотивація через роботу; винагороди, досягнення та їх визнання; участь працівників в безпосередньому процесі управління; заохочення та винагорода групової діяльності; удосконалення соціальних пільг.

Отже, для створення ефективної мотиваційної політики ПАТ «Мотор Січ» необхідно взяти до уваги такі пункти:

1) Мотиваційна програма ПАТ «Мотор Січ» має заохочувати працівників бути зацікавленими в тому, щоб отримати більше повноважень, має спрямовувати роботу кожного співробітника на позитивний результат. Для кожної категорії працівників мають бути розроблені ключові показники ефективності (КПІ) виходячи зі стратегічних цілей підприємства, а не просто співставлені певні показники з рівнем заробітної плати – так кожен працівник буде зацікавлений особисто у досягненні поставлених підприємством цілей. Варто звернути увагу на ситуацію з робітниками та ретельно зайнятися розробкою мотиваційної програми, яка б зменшила плинність кадрів та згуртувала дану категорію персоналу єдиною метою – досягненням цілей підприємства та розміром власного внеску у виконану роботу.

2) Розробка та організація системи підвищення кваліфікації для фахівців: проведення тренінгів, навчальних лекцій, відвідування працівниками даної категорії профільних семінарів. Дані навчання проводити регулярно.

Література

1. Петров І. Оплата праці в мотиваційній системі сучасного підприємства. Україна, 2001, вип. 7, с. 22-27.

2. Плужніков В.О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва. Економіка АПК. 2008, вип. 4, с. 137-140.

3. Ситнік О.Д. Оцінка персоналу в системі мотивації. Актуальні проблеми економіки. 2007, вип. 11, с. 84-87.

4. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. 2003. – 296с.

Коренєв Р.А.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Податки – це обов'язкові платежі, встановлені вищим законодавчим органом, які сплачуються фізичними та юридичними особами до бюджету у розмірах та строках, передбачених законодавством.

Податок – обов'язковий індивідуальний безкоштовний платіж, що стягується державними органами на різних рівнях з юридичних та фізичних осіб з метою фінансової підтримки діяльності держави та (або) муніципалітетів [2].

Насамперед, потрібно врахувати, яким чином кожен податок впливає на показники фінансово-господарської діяльності підприємства, а саме: на обсяг реалізації, собівартість продукції, прибуток, платоспроможність, фінансову стійкість, мобілізацію оборотних коштів підприємства.

Складність функціонування податкової системи рельєфно виявляється при аналізі окремих податків, що справляють найбільший вплив на діяльність підприємств, зокрема податку на прибуток підприємств, ПДВ, відрахувань на соціальні заходи та податку на доходи фізичних осіб [4].

Критерієм оцінки впливу зазначених податків на діяльність підприємств може бути прибуток, що є основним власним джерелом фінансових ресурсів для розвитку виробництва.

Податок на прибуток сплачується як частина від отриманого підприємством прибутку й тому має значний вплив на функціонування суб'єктів господарювання, адже при цьому зменшуються можливості розширеного відтворення.

Стосовно податку на додану вартість слід зазначити, що його вплив на діяльність підприємства великою мірою залежить від призначення товару й типу покупця.

Якщо покупець використовує придбаний товар як засіб виробництва, а отже, має можливість відшкодовувати суми ПДВ, що входять у ціну, із бюджету, то, наймовірніше, що ні підвищення, ні пониження ставок ПДВ не справлятимуть значного впливу на фінансовий стан продавця товару.

Якщо покупець використовує придбаний товар як предмет споживання, а отже, не має можливості відносити суми ПДВ на розрахунки з бюджетом, то, очевидно, що ефект від зміни ставок ПДВ розглядатиметься між товаровиробником-продавцем і споживачем відповідно до особливостей еластичності попиту на цей товар. Вплив на ефективність діяльності підприємств мають також збори на обов'язкове пенсійне та соціальне страхування. Ці збори впливають на діяльність підприємства опосередковано, оскільки вони

включаються в собівартість продукції й перекладаються в складі ціни на населення [1].

Економічним результатом є скорочення платоспроможного попиту кінцевого споживача, а отже, зменшення обсягу виробництва та зниження сукупного прибутку підприємства.

Для визначення величини податкового навантаження підприємств використовують як абсолютні, так і відносні показники.

Абсолютними показниками є сума всіх податків і зборів, які підлягають сплаті до бюджетів та цільових фондів за звітний період, і величина окремих податків та зборів, зокрема податку на прибуток підприємств, податку на доходи фізичних осіб, податку на додану вартість, єдиного соціального внеску тощо. Однак розрахунок величини абсолютного податкового тиску не дає повного уявлення про ступінь впливу сукупності податків і зборів на результати діяльності підприємства. Тому поряд із показниками абсолютного податкового тиску розраховуються показники відносного податкового тиску, що включають аналіз структури загального податкового тиску на підприємство, аналіз зовнішніх аналітичних коефіцієнтів податкового тиску, аналіз внутрішніх аналітичних коефіцієнтів податкового тиску, специфічних для конкретної галузі економіки.

Підвищення якості продаж безпосередньо залежить від поліпшення роботи торгових представників. Адже саме вони контактують з торговими точками і є сполучною ланкою між виробниками і клієнтами.

Фахівці Harvard Business Review провели особисті зустрічі з 800 фахівцями з продажу з різних компаній. Вони виявили, що торгових представників можна розділити на 8 груп, і працювати з кожною необхідно по-різному, щоб домогтися гарних результатів. Знаючи, який тип торгового представника працює у вас, можна застосувати певні дії, поліпшити техніку роботи з ним і як наслідок домогтися підвищення якості продаж.

Деякі керівники припускають, що набравши в команду хороших продавців, зростуть оптові продажі. Також частина керівників вважає, що зі збільшенням асортименту продукції, що продається пропорційно зросте і обсяг оптових продажів. На жаль, це помилкова думка. Всім відомі такі всесвітньо відомі фірми, як «Форд», «Джиллет» та інші.

Так, у компанії «Форд» є велика кількість автомобілів, що випускаються, але у всіх на думці при слові «Форд» тільки один автомобіль – «Фокус». Це так званий «товар-локомотив» - найбільш продаваний, який за собою також підтягує і інші машини даної фірми.

У компанії «Джиллет» також дуже багато продукції, що випускається, в тому числі і засобів по догляду за шкірою до і після гоління, однак, всім відомі їхні «товари-локомотиви» - чоловічі станки для гоління з трьома і п'ятьма лезами. Отже, для збільшення продажу вам необхідно виокремити свій «товар-локомотив» і максимально на нього акцентувати увагу покупців [3].

Показник податкового навантаження, розрахований за різними методиками, дещо відрізняється, однак дає підставу зробити загальний висновок про низьку сприятливість податкової системи для розвитку бізнесу та надто

обтяжливе оподаткування факторів виробництва – капіталу й праці. Порівняно з розвинутими країнами, показник податкового навантаження в нашій державі є середнім, тоді як громіздкість системи обов'язкових платежів і складність адміністрування податків та зборів негативно впливає на підприємництво й інвестиційну активність і, як наслідок, призводить до зменшення сукупних податкових надходжень. Податкове навантаження має бути оптимальним, що б давало можливість не лише розвивати економічні процеси, але й укладати вивільнені кошти в розширення виробництва та стимулювання інвестиційних процесів в Україні.

При цьому важливо застосовувати комплексний підхід, що уможливить не лише вдосконалити інструменти податкового регулювання, а й структурувати їх застосування в часі.

Також важливий напрям податкового регулювання в галузі підвищення дохідного потенціалу податкової системи України – оптимізація чинної системи податкових пільг. Першочергове завдання – запровадження новітніх методів боротьби з ухиленням від оподаткування, які повинні забезпечити, з одного боку, зменшення втручання фіскальних органів у діяльність підприємств, з іншого – гарантувати належний рівень податкової дисципліни. Ураховуючи загальносвітову тенденцію гармонізації податкових систем різних країн та потенційну можливість інтеграції України у світову економічну спільноту, питання реформування податкового законодавства згідно з принципами, прийнятими країнами з ринковою економікою, повинні опрацьовуватися вже сьогодні. Україна перебуває на етапі формування ринкових відносин і створення конкурентоспроможної моделі податкової системи. Саме тому розкриття набутого позитивного практичного досвіду зарубіжних країн і теоретичних знань зарубіжних економістів у сфері оподаткування сприятиме покращенню макро- й мікроекономічної ситуації в нашій країні.

Література

1. Васильків Т. Г. Удосконалення інституційного середовища розвитку бізнесу. Київ : Талком, 2010. 184 с.

2. Клокар О. О. Податкова система : навч. посіб. Львів : Сполом, 2016. 487 с.

3. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 669 с.

4. Рульєв В. А. Менеджмент : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.

Крамаренко К.М.
к.е.н., доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі сталий розвиток економічної системи будь-якого рівня може відбуватися лише на інноваційній основі. Очевидно, що забезпечити результативне освоєння інновацій у різних сферах може підприємство, яке одночасно може виступати і виробником, і споживачем інноваційної продукції. Це у свою чергу потребує додаткових інвестиційних ресурсів, оскільки власні можливості підприємств є досить обмеженими. У зв'язку з цим актуальності набувають питання забезпечення достатнього рівня економічної безпеки, зокрема інноваційно-інвестиційної, та формування сприятливих умов для сталого розвитку підприємств.

Сталий розвиток визначають як систему взаємоузгоджених управлінських, економічних, соціальних, природоохоронних заходів, спрямованих на формування системи суспільних відносин на засадах довіри, партнерства, солідарності, консенсусу, етичних цінностей, безпечного навколишнього середовища, національних джерел духовності. Відповідно компонентами сталого розвитку суспільства вважають зокрема економічний, екологічний, соціальний, правовий, політичний та духовний складники. Поряд з цим виділяють окремо інноваційну та інвестиційну сфери. Інноваційно-інвестиційна сфера є одним із найчутливіших складників економічного розвитку, яка здатна миттєво реагувати на дію зовнішніх та внутрішніх чинників впливу [1].

Основними характеристиками економічної безпеки є стійкість та стабільність, протидія внутрішнім і зовнішнім загрозам, економічна незалежність, самовідтворення та саморозвиток, національні інтереси. У сучасних умовах економічну безпеку розглядають на різних рівнях, починаючи з окремої людини (нанорівень) і закінчуючи глобальним рівнем (мегарівень) [2].

Процес формування та актуалізації економічної безпеки підприємства залежить від рівня інноваційного розвитку економіки держави в цілому та підприємства зокрема, що збільшують ступінь реалізації потреб суспільства, забезпечують розвиток підприємств і підвищення рівня їх конкурентоспроможності [3].

Залучення потенційних інвесторів та зростання інноваційної активності підприємств залежить від рівня інноваційно-інвестиційної безпеки. Інвестиції та інновації є основою формування основного капіталу, його своєчасного відтворення на розширеній основі. Інвестиційну безпеку слід розглядати і як стан, оскільки вона характеризує досягнутий рівень використання інвестиційних ресурсів в економіці, і як процес такого використання [4].

Низький інвестиційний потенціал економіки з точки зору можливостей формування інвестиційних ресурсів та їхнього ефективного використання

негативно позначається на рівні інноваційно-інвестиційної безпеки України, що у совою чергу є струмуючим фактором сталого розвитку економіки.

Основними проблеми забезпечення інноваційно-інвестиційної безпеки сталого розвитку є:

– неопрацьованість законодавства як з питань забезпечення інноваційного розвитку малого бізнесу зокрема, так і підприємництва в цілому;

– значний податковий тиск та корумпованість державних органів, що змушує підприємства приховувати фінансові ресурси, які можуть бути спрямовані на розвиток інноваційної діяльності;

– недостатня фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка розвитку інноваційної діяльності підприємств;

– обмеженість доступу до інформації щодо процесів ефективного інноваційного розвитку;

– недосконалість та обмеженість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для системи забезпечення інноваційно-інвестиційної безпеки [3].

Одним із критеріїв інноваційно-інвестиційної безпеки є досягнутий рівень конкурентоспроможності як процесу реалізації економічної та інноваційно-інвестиційної безпеки у динаміці.

На діяльність підприємства впливають чинники внутрішнього і зовнішнього середовища, що спонукає використовувати ефективну, динамічну і гнучку систему управління, яка спрямована на ефективне залучення і використання інвестиційних ресурсів на інноваційній основі, а це забезпечує досягнення цілей сталого розвитку (економічних, інноваційних, соціальних, екологічних та ін.). Сучасним інструментом управління розвитком підприємств є методологія стратегічного управління. Стратегія розвитку розглядається як спосіб та напрям розвитку, його довгостроковий план. Для успішного розвитку підприємств найбільш доречною є стратегія зростання.

Стратегію зростання можна реалізувати на підставі аналізу таких можливостей: інтенсивного розвитку, або інтенсифікації зусиль підприємства в межах його діяльності; інтеграційного розвитку, або розширення діяльності підприємства через контроль чи кооперацію; профільну та непрофільну диверсифікації, або розширення сфер діяльності підприємства за межами галузі. Для здійснення даної стратегії необхідно розраховувати на реальну державну допомогу та підтримку, впроваджувати інноваційні технології щодо виробництва продукції, повніше використовувати маркетингові, стратегічні інструменти, а також інформаційні технології та методи системного програмування тощо [5].

Очевидно, що зусилля підприємств щодо формування і реалізації стратегії сталого розвитку повинні супроводжуватися і певними заходами на рівні держави щодо створення належного інвестиційного клімату і забезпечення належного рівня інноваційно-інвестиційної безпеки.

Основними напрямами підвищення рівня забезпечення інноваційно-інвестиційної безпеки є [6]:

− посилення конкурентоспроможності наукових досліджень і проектних розробок;

− створення технопаркових структур та їх інтеграція в європейський дослідний простір;

− збільшення бюджетного фінансування на створення інноваційної інфраструктури;

− розроблення та реалізація інноваційних та інвестиційних програм та проектів;

− упровадження системних реформ для створення сприятливого бізнес-середовища;

− спрямування науково-технічного потенціалу України на забезпечення інноваційного розвитку економіки.

Таким чином, ефективна політика управління інноваційно-інвестиційною діяльністю як на рівні підприємства, так і на рівні держави, повинна сприяти формуванню такого стану економічного середовища, який стимулює вітчизняних та іноземних інвесторів вкладати кошти у розширене відтворення, сприяє розвитку високотехнологічного виробництва, інтеграції науково-дослідної та виробничої сфер з метою забезпечення сталого розвитку.

Література

1. Крамаренко К.М. Управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах сталого розвитку економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 246 – 250. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/40.pdf (дата звернення: 18.01.2021).

2. Крамаренко К.М., Бойчук М.П. Теоретичні аспекти національної економічної безпеки. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 165 – 168. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/28.pdf (дата звернення: 20.01.2021).

3. Гавриш О.А., Черняк Г.М. Інноваційний розвиток як необхідна складова економічної безпеки сучасних підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2014. № 11. С. 451 – 455. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2014_11_71 (дата звернення: 21.01.2021).

4. Крамаренко К.М. Інвестиційна безпека та її місце у системі економічної безпеки держави. *Бізнес-навігатор.* 2018. Вип. 3–1 (46). С. 65 – 68.

5. Горобець Н.М. Використання стратегічних інструментів менеджменту під час планування діяльності аграрних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2019. Вип. 3 (71). Частина 1. С. 185–192. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_1_2019_ukr/27.pdf (дата звернення: 19.01.2021).

6. Гордієнко В.П., Джолос Т.В. Інноваційно-інвестиційна безпека як фактор сталого розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2017. Вип. 5 (10). С. 8 – 14. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/10_2017/03.pdf (дата звернення: 21.01.2021).

Купалова Г.І.
д.е.н., професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємництво є одним із видів господарської діяльності, тобто діяльності суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, яка «спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність» (стаття 3 «Господарська діяльність та господарські відносини», Розділ І «Основні засади господарської діяльності», глава 1 «Загальні положення» [1].

Під підприємництвом як видом господарської діяльності, згідно зі статтею 42 «Підприємництво в Україні», глава 4 «Господарська комерційна діяльність (підприємництво)» Господарського кодексу України, слід розуміти безпосередню самостійну, систематичну на власний ризик господарську діяльність, «що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [1].

Поряд із законодавчо визначеним терміном «підприємництво» часто використовують як рівнозначне поняття «бізнес». При ретельному аналізі можна було б виділити подібність та певну відмінність між цими поняттями, проте ми поділяємо думку про те, що підприємництво є основою бізнесу, оскільки ґрунтується на власній справі та пов’язане із загрозою банкрутства, незважаючи на понесені значні матеріальні, фінансові, трудові, інтелектуальні та інші витрати.

Підприємницька діяльність відрізняється від інших видів економічної діяльності за рядом характерних ознак, основними з яких є:

—самостійність,

—систематичність,

—ризиковість,

—спрямованість на отримання прибутку,

—професіоналізм.

Важливою ознакою підприємництва є самостійність здійснення. Вона ґрунтується, насамперед, на приватній власності підприємця на майно, вільному розпорядженні ним, на можливості незалежного ні від кого прийняття рішень щодо організації і ведення власного бізнесу.

Систематичність підприємництва полягає у регулярному отриманні прибутку в результаті ритмічного виробництва і реалізації товарів, планового виконання робіт чи надання послуг.

Ризиковість підприємництва означає невизначеність і часто непередбачуваність фінансових та інших результатів, ймовірність неотримання запланованих показників, втрат у ході здійснення на свій страх і ризик господарської діяльності через дію внутрішніх і зовнішніх, об’єктивних і

суб'єктивних чинників (пандемія коронавірусу COVID-19 та карантинні обмеження, зміна кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринків товарів, купівельної спроможності населення, трудова мотивація працівників тощо).

Спрямованість діяльності підприємців на регулярне отримання прибутку є однією з визначальних ознак і найнеобхіднішою умовою функціонування бізнесу. Успішність, ефективність його забезпечується фінансовою стійкістю, прибутковістю, що досягається за умови перевищення розміру доходів над витратами. Причому головним є прагнення, орієнтованість, мотивація підприємця, а не тільки реальне отримання прибутку, хоча він і виступає основним фінансовим джерелом розвитку суб'єкта господарювання. Інколи, зокрема на початковому етапі становлення бізнесу, при впровадженні витратних інвестиційних проєктів, настанні надзвичайних подій, підприємцям доводитися певний час працювати без прибутку і навіть у збиток.

Професіоналізм є важливою ознакою сучасного підприємця. Він повинен мати відповідну освіту та кваліфікацію, необхідний запас знань, компетентностей, практичних навичок у сфері права, насамперед трудового, економіки, фінансів, технологій та організації виробництва, менеджменту (у т.ч. ризик-менеджменту, екологічного менеджменту), маркетингу, психології, екології для ефективного управління власною справою. Це пояснюється різноманіттям видів діяльності, постійним пошуком інноваційних підходів і шляхів забезпечення прибутковості власного бізнесу. Великий спектр функцій, які часто змушений виконувати підприємець і в формуванні та реалізації кадрової політики. Основними її заходами є: підбір кадрів, команди однодумців, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, підвищення кваліфікації, формування системи мотивації, стимулювання кадрів. Слід зазначити, що вимога щодо професіоналізму підприємця міститься в законодавстві деяких розвинених країн світу, наприклад в Німеччині і Франції.

Функціонування підприємництва відбувається на основі таких основних принципів:

—свобода здійснення,

—законність,

—легітимація,

—відповідальність,

—державні регулювання і підтримка.

Свобода підприємництва полягає у вільному веденні будь-якого виду господарської діяльності, дозволеного діючим законодавством. При цьому підлягають ліцензуванню лише окремі види діяльності, що впливають на національну безпеку, навколишнє природне середовище, здоров'я і добробут населення (банківська, зовнішньоекономічна, освітня діяльність та ін.). Підприємець також може вільно розпоряджатися своїм майном, прибутком після сплати необхідних податків, зборів, обов'язкових платежів, наймати працівників, формувати виробничу програму, програму соціального розвитку, укладати угоди з іншими суб'єктами господарювання та ін.

Законність підприємництва забезпечується дотриманням норм законодавчо-правових актів. Основними документами є Конституція України та Господарський кодекс України, Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» та інші.

Принцип легітимації вимагає здійснення державної реєстрації суб'єктів підприємництва та ліцензування окремих видів їхньої діяльності. Цим самим підтверджується законний особливий статус підприємців (наприклад суб'єктів малого чи середнього підприємництва, отримувачів державної допомоги), надаються їм відповідні повноваження, права та визначаються обов'язки.

Підприємництво ґрунтується на дотриманні принципу відповідальності – обов'язковості у ставленні суб'єктів підприємництва до виконання своїх зобов'язань щодо належного, своєчасного виконання укладених господарських договорів, трудових угод тощо. Підприємець також може нести майнову відповідальність перед кредиторами.

Державні регулювання та підтримка. Підприємництво, як і будь-який інший вид господарської діяльності, регулюється і підтримується державою. В законодавчій базі чітко виписано вимоги та умови щодо обов'язкової державної реєстрації, організації, ведення, закриття бізнесу тощо. Держава також створює сприятливі умови для розвитку бізнесу, зокрема шляхом надання податкових пільг, виділення фінансових ресурсів, компенсації витрат на придбання техніки тощо.

Важливість підприємництва визначається його різноманітними виробничими і суспільними функціями. Серед них слід зазначити такі: загальноекономічна (виробнича, комерційна, організаційна, ресурсна, дохідна), інноваційна, соціальна та екологічна.

Загальноекономічна функція вважається однією з основних і має комплексний характер, оскільки, в свою чергу, включає ще ряд інших додаткових функцій, що забезпечують виконання вказаної основної. Серед цих складових функцій слід зазначити виробничу (виробництво продукції, виконання робіт) та комерційну (реалізація товарів, надання послуг та ін.). З цими функціями пов'язані інші: організаційна, що полягає у здійсненні сукупності заходів щодо організації виробничого, технологічного, збутового і трудового та інших процесів; ресурсна функція – залучення та ефективне використання трудових, земельних, фінансових, сировинних, матеріально-технічних, енергетичних, інтелектуальних та інших ресурсів; дохідна функція спрямована на отримання прибутку для розвитку бізнесу і задоволення суспільних потреб громадян.

Інноваційна функція підприємництва відображається у технічній, технологічній модернізації виробництва, впровадженні новацій, зокрема сучасних комп'ютерно-інформаційних систем, цифрових технологій, використанні нових видів сировини, поновлюваних джерел енергії, виробництві нових видів продукції, оновленні асортименту товарів, розширенні ринків збуту, постійному навчанні персоналу тощо.

Соціальна функція проявляється у забезпеченні зайнятості, зниженні рівня безробіття населення шляхом створення робочих місць, умов для їхньої

професійної реалізації і творчого зростання, надання фінансової винагороди працівникам, що в цілому сприяє підвищенню добробуту громадян. Крім того, нині в Україні поширені такі прогресивні форми взаємодії вищих навчальних закладів і роботодавців у підготовці майбутніх фахівців як: організація виробничих практик; проведення спільних науково-практичних конференцій, круглих столів; організація ярмарків вакансій; проведення відкритих лекцій за участю успішних підприємців та ін.

Прикладом успішної колаборації бізнесу і вищих навчальних закладів у підготовці фахівців за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є кафедра екологічного менеджменту та підприємництва економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

З метою посилення практичної підготовки працівників робітничих професій в Україні розроблено й затверджено Концепцію підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти [2], реалізація якої неможлива без активної участі представників бізнесу у цьому важливому процесі.

В умовах переходу економіки України на засади сталого розвитку зростають вимоги суспільства до скорочення антропогенного впливу на довкілля з метою збереження навколишнього природного середовища і здоров'я населення. Тому зростає роль екологічної функції бізнесу, яка реалізується шляхом ведення та розвитку екологічно дружнього виробництва, впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, здійсненні еколого-соціальних проєктів разом із територіальними громадами, на території яких вони розташовані і функціонують.

Література

1. Господарський кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 436-IV, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144) UL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?find=1&text=+%D1%81%D1% 82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F+42

2. Концепція підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 660-р. від 19.09.2018 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/660-2018-%D1%80

Кухарець В.В.
к.е.н
Поліський національний університет

ЕТИКА БІЗНЕСУ ЯК ПІДҐРУНТЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ведення бізнесу у сьогоднішніх реаліях глобалізації економіки передбачає виробництво конкурентоспроможного товару чи послуги та просування його на ринку. Проте, для підприємця освоєння ринкових відносин це не лише ведення ефективного господарювання, а й формування економічного мислення та стратегії функціонування суб'єкта підприємництва. На сьогодні етика стає орієнтиром як для підприємців, так і для споживачів. Це єдиний «правильний» напрямок досягнення фінансових та професійних успіхів.

В загальному розумінні під етикою розглядають систему універсальних та специфічних моральних вимог і норм поведінки, що знаходять реалізацію у суспільстві. Етика ділових взаємовідносин розглядає одну із сфер суспільства. [2]. Базою для формування ефективної та стійкої системи функціонування бізнесових структур виступає високий рівень бізнес-етики в умовах ринку, розвиток «нормальної» тобто добросовісної конкуренції, рівноправності, тощо.

Бінес-етику науковці визначають як частину нематеріальної економіки, що визначає взаємостосунки в бізнес-середовищі основою яких є трудові загально-корпоративні, національні цінності та здатна впливати на розвиток та успішність суб'єкта підприємництва [4]. Відносинами в бізнес-середовищі можуть бути стосунки між компанією та її клієнтами, діловими партнерами, співробітниками, конкурентами. Водночас слід зазначити, що ці відносини мають відповідати чинному законодавству країни та прийнятим правилам поведінки у даному суспільстві. Вони також включають дотримання встановлених суспільством норм.

Протягом усього періоду становлення етичних відносин в бізнесі базовими ставали стійкі загальнолюдські постулати та цінності, зокрема чесність, справедливість, довіра та правдивість. Таким чином, узагальнюючи напрацювання науковців слід констатувати, що етика бізнесу це ділова етика, яка грунтується на таких основних постулатах як забезпечення конфіденційності бізнесу, здатність до ефективного функціонування на ринку з урахуванням діючого законодавства та встановлених правил, задля покращення взаємодовіри ділових партнерів; чесність, сумлінність по відношенню до вимог споживачів.

Усі вищезгадані етичні норми суспільства знайшли відображення у прийнятій у 1994 р. представниками бізнесу на міжнародному рівні декларації Круглого столу «Принципи бізнесу». У документі сформульовано сучасні етичні принципи ділової поведінки, що базуються на постулати світової філософської думки. Відображені принципи Круглого столу покликані згуртувати бізнес-спільноту та допомогти виробити загальні цінності, які мають дотримуватись в культурі ділових відносин.

Основними принципами бізнесу у цьому документі визначаються такі:

- відповідальність ведення бізнесу. Відповідальне ставлення суб'єкта підприємництва як до основних інвесторів, так і до основних партнерів та споживачів.

- економічний та соціальний вплив бізнесу. Ведення бізнесу передбачає спрямування до прогресу, справедливості та світового співтовариства.

- етика бізнесу. Дотримання етичних норм та правил суспільства; ділові відносини розвиваються на довірі між партнерами..

- повага правових норм.

- підтримка багатосторонніх торговельних стосунків.

- турбота про навколишнє середовище. Дбайливе ставлення до навколишнього середовища, природних ресурсів, тощо.

- уникання протизаконних дій. Протистояння злочинності та корупції [3].

Дотримання ділового етикету вбачається обов'язковим для будь-якої організації, особливо якщо вона має справу з солідними партнерами та клієнтами, які очікують відповідного ставлення у співпраці. Знання та застосування принципів етики бізнесу сприяє позитивному іміджу при переговорах навіть для компанії, яка тільки входить на стадію великих контрактів та серйозних переговорів; забезпечує лояльне ставлення впливових компаній, за допомогою чого підтримується економічна стабільність підприємства [5].

Етика бізнесу виступає інструментом аналізу та вирішення проблем, що можуть виникати перед підприємцями у сучасних умовах ведення бізнесу. Дотримання постулатів етики бізнесу не лише забезпечує високий престиж підприємству, а й сприяє можливості поліпшенню якості продукції або послуг, підвищенню ефективності виробництва чи надання послуг та збільшенню прибутковості. Дотримання принципів етики ділових стосунків є одним із основних критеріїв професіоналізму як окремої організації загалом, так підприємця зокрема.

Багато західних фірм мають власні етичні кодекси. Відомі компанії при здійсненні своєї діяльності все частіше застосовують принцип ділової поведінки: «Прибуток головніший за все, але честь дорожча прибутку». При цьому вони виходять з того, що високі етичні стандарти забезпечують стабільний прибуток [1].

Ведення ефективного бізнесу передбачає співпрацю з надійними партнерами та пошук союзників. Цілком слушною вбачається підтримка неформальних зав'язків та офіційних «робочих» відносин із постачальниками, замовниками та споживачами задля організації ефективної логістичної діяльності. Здійснення конкурентної боротьби через підвищення якості власної продукції у відповідності до чинного законодавства, не порушуючи природоохоронне, податкове законодавство, тощо.

Також, дотримуючись принципів етики бізнесу відбувається регулювання відносин між суб'єктами ринку при дотримані контрактних зобов'язань, загальних правових норм, правил при застосуванні торгових марок, використанні реклами, захисті власності. Адже, в деяких випадках підприємства, задля досягнення максимально можливого прибутку та мінімізації власних

витрат, іноді приймають суперечливі з точки зору моральності рішення. Такі рішення поширюються на ділових партнерів, співробітників, клієнтів та конкурентів. Етична відповідальність може поліпшити діяльність компанії та знизити витрати на можливі конфлікти, що виникають через незнання етичних правил, які застосовуються у бізнесовому середовищі.

Можна стверджувати, що досить складно підтримувати та розвивати ефективне функціонування суб'єкта підприємництва без етики підприємництва та ефективної комунікації в бізнесі загалом і агробізнесі зокрема. Саме, комунікативні навички та застосування принципів етики бізнесу надають поштовх щодо покращення співпраці між працівниками підприємства, партнерами, конкурентами, клієнтами тощо.

Література

1. Білоус-Сергєєва С. О. Формування підприємницької культури. *REPORTER OF THE PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY* Section:Economic sciences. 2016. Issue 32. Volume 1. С. 233-239.

2. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури. 2007. 344 с.

3. Етика ділових відносин: навчальний посібник. Лесько О.Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Рузакова Г.Г. Вінниця: ВНТУ. 2011. 309 с.

4. Радамовська І.В. Особливості формування бізнес-культури будівельних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Вип. 4. С. 125-128.

5. Сухорукова Т.Г. Роль делового этикета в повышении экономической безопасности предприятия *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2017. № 57. С. 38-45.

Лоцман Б.В.
студент
Запорізький національний університет
Павлюк Т.С.
к.е.н, доц.
Запорізький національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID–19

Туристична галузь забезпечує джерелами існування мільйони людей по всьому світу. Як зазначає ООН, саме туризм дає змогу населенню багатьох країн реально оцінити культурну самобутність свого народу та народу інших держав, а також значення багатства, яке дає нам природа. У деяких державах частка прибутків від туристичної галузі складає більше 20 % ВВП країни.

Однак, слід зазначити, що пандемія COVID-19 внесла зміни у такий перебіг подій. Туризм виявився однією з тих галузей економік країн, що найбільше постраждав від карантинних обмежень, які були запроваджені майже по всьому світу.

Щодо українського туризму, то слід підкреслити, що статистичні показники обсягу зовнішнього туризму українців за 2019 рік, значно відрізняються від статистичних показників 2020 року. Поширення COVID-19 усією планетою суттєво вплинуло на кількість українських туристів, що подорожують в інші країни, а саме значно скоротився обсяг закордонних подорожей.

Не дивлячись не те, що останніми роками, а саме: за період з 2016 по 2019 роки кількість подорожуючих постійно зростала, що свідчило довгий час про постійне зростання зовнішнього туризму в нашій країні, який переважав над внутрішнім. Така картина спостерігалась аж до 2020 року. Однак, пандемія внесла свої корективи у плани українського туриста. Туристичний сезон 2020 розпочався 26 червня з відкриттям сполучення з Албанією. Перша частина туристичного сезону була втрачена, для закордонного туризму, але стало поштовхом для внутрішнього.

Фахівці зазначають, що у 2020 році перша половина курортного сезону в Туреччині та Єгипті була змарнована через коронавірус. Такі популярні європейські курорти як: Іспанія, Італія, Греція, Болгарія тощо, взагалі не приймали українських туристів. [2]

Таким чином, всі ті українські туристи, що планували подорожі закордон, але не мали такої можливості через карантинні обмеження у 2020 році, змушені були не лише залишитися на території нашої держави, але й шукати собі розваг, нових вражень та гарного відпочинку в Україні. Тож багато українців «відкрили» для себе нашу країну. Так, у порівнянні з 2019 роком, сезон 2020 приніс суттєві зміни у туристичних напрямках. Відвідування Західної України, зокрема Карпат, відвідування морських курортів, таких як Одеса, Генічеськ, Бердянськ,

Кирилівка. Кількість внутрішніх переміщень зросла на 116%, у той час як кількість виїздів за кордон знизилась на 57%.

Фахівці зазначають декілька важливих особливостей туристичної активності українців під час пандемії. Так, перше, що зазначають керівники або власники невеликих туристичних агенцій - це те, що на початку карантину доволі популярними напрямками були локації в радіусі 20-30 км від дому. А саме, більшість туристів віддала перевагу подорожам, організованим самостійно із виїздами на авто чи велосипеді. [1]

Другою особливістю можна назвати те, що внутрішній туризм, в принципі, не може дати того, що дає закордонний. Мається на увазі відповідність рівня сервісу рівню цін. Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень, як в популярних туристичних країнах, за помірні гроші. [2]

Окремою особливість стає чистота пляжів і інфраструктура, які в Україні суттєво відстають. Місцеві готелі хочуть більше грошей, а відповідної якості переважно не дають. Для забезпечення відповідних умов відпочинку власники готелів, туристичні оператори, перевізники мають оновлювати свої матеріальні ресурси. Це відкриває перспективи для подальшого покращення туристичної сфери не лише для українців, а і для іноземних туристів. [2]

Незважаючи на те, що основними напрямками подорожей для туристів України підчас пандемії залишились море і гори, багато українських туристів відкривали для себе під час карантину нові локації, про існування яких до цього навіть і не знали. Безліч цікавих місць приваблює наших туристів. Поширенню популярності цих нових локацій сприяють і соц. Мережі, в яких постійно відпочивальники та подорожуючі викладають нові і нові фото, які цікавлять та приваблюють нових відвідувачів. Серед таких нових міст подорожей для українців стали Базальтові кар'єри (Полісся), Острів Джарилгач, Олешківські піски (Херсонщина), Заповідник Качанівка (Карпати), Кам'янець-Подільська фортеця (Хмельниччина), Місто-півострів Заліщики (Поділля), Крейдяні гори (Слобожанщина), Замок Сент-Міклош (Закарпаття), Актівський каньйон (Причорномор'я), Тунель кохання у Клевані (Волинь) та багато інших цікавих та незвичайних міст в Україні. [5]

Однак, подорожі у зазначені дивовижні місця сильно ускладнюються відсутністю навколишньої інфраструктури. Засновники туристичних агенцій наголошують на важливості розвитку інфраструктури. Експерти в туристичній галузі підкреслюють, що варіанти подорожей, перш за все, обумовлені логістикою. Популярними стають ті місця, де є хороша дорога. Якщо на відрізку дороги між Буковелем і Яремче затори, то в десятьох інших не менш цікавих локаціях у Карпатах, на жаль, нікого нема, бо туди попросту складно доїхати", – зазначає засновника львівської агенції пригод «Вйо» Максим Баландюх [1].

Складності виникають і при підрахунках кількості туристів, адже багато людей організовують відпочинок самостійно, а чимало готелів не платять туристичний збір [1]. Загалом, фахівці зазначають, що українська туристична галузь – вкрай маленька, в порівнянні з країнами-сусідами. Так, місто Краків у Польщі щороку приймає 14 мільйонів туристів. Для порівняння – український Львів приймає трохи більше від двох мільйонів гостей на рік.

З вищезазначеного, слід виокремити певні рекомендації, щодо суттєвого покращення становища туристичної галузі України. Саме вирішення зазначених нижче питань, може збільшити потоки відвідувачів туристичних локацій не лише з України, а й заохотити іноземців приїжджати до нашої країни задля гарного відпочинку, отримання високого рівня сервісу та незабутніх вражень від нашої країни:

- налагодження стійкого партнерства між Українськими готелями, перевізниками та туроператорами, задля забезпечення «гуртових» знижок, спеціальних цін та взаємного інтересу поліпшення сервісу;
- покращення якості сервісу за доступними цінами;
- невідповідність кількості «зірок» у готелях України сервісу, який вони надають;
- наведення порядку та підтримання чистоти пляжів та безпеки і якості доріг та води у водоймах;
- покращення інвестиційного клімату для туристичної галузі України;
- переоцінка вартості на курортах України, через дороговизну люди подорожують самостійно і це не дає можливості подальшого розвитку окремих локацій.

Отже, пошук нових туристичних місць, розвиток інфраструктури, робота над маркетингом популярних дестинацій допоможе підвищити рівень внутрішнього туризму і, як наслідок, підвищення рівня зацікавленості іноземними туристами.

Література

1. Внутрішній туризм в Україні мав би рости: як змінилась галузь і куди зник «бюджетний» мандрівник. Економічна правда. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/ (дата звернення: 05.01.2021 р.)

2. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? Радіо свобода. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html (дата звернення: 05.01.2021 р.)

3.Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. Укрстат. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення: 05.01.2021 р.)

4. Які країни світу відкрили кордони для українців. Інформаційне агентство Уніан. URL: https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/vidkrittya-kordoniv-u-sviti-2021-kudi-mozhut-pojihati-ukrajinci-perelik-krajin-11029286.html (дата звернення: 06.01.2021 р.)

5. Куди поїхати на вихідні? 100 місць в Україні. URL: https://ukrainer.net/100-mists-na-vyhidni/ (дата звернення: 06.01.2021 р.)

Мельник К.Ю.
студентка
Запорізький національний університет
Онищенко О.А.
к. н. держ. упр., доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ

До сфери менеджменту завжди впроваджуються найсучасніші та актуальні наукові дослідження. З кожним днем підприємства не стоять на місці, а шукають нові шляхи розвитку та виходу на нові ринки, активізуючи при цьому рівень своєї діяльності. Відповідно, з'являються все сучасніші інструменти розвитку та реалізації практичного менеджменту.

Для ефективної діяльності сучасного підприємства важливо удосконалювати систему координування спільної роботи працівників і раціонального використання тих ресурсів, які є обмеженими.

На сьогоднішній день найважливішою ціллю менеджменту є створення «результативних вмінь», складовими частинами яких є:

- вміння правильно зробити ставку саме на ту людину, яка самоудосконалюється;
- важливість розуміння, що організація – це жива програма, яка складається з людей, об'єднаних спільною метою;
- вміння побудувати організацію таким чином, щоб вона була здатна до саморозвитку, постійно модернізовувалася і адаптувалася до зовнішнього впливу, насамперед до споживача.

За рекомендаціями спеціалістів у сфері менеджменту, сучасний устрій управління повинен:

- характеризуватися наявністю висококваліфікованих спеціалістів за фахом;
- обмежувати кількість рівнів управління;
- поділяти організаційні структури відповідно до фаху та компетентностей спеціалістів;
- максимально орієнтуватися на споживача, а не тільки на якість продукту чи послуги, при цьому враховуючи розклад роботи організації.

Важливою складовою ефективної діяльності організації є її логістична структура. Сучасна концепція логістики використовує різноманітні економічні механізми та прийоми, плануючи та організовуючи логістичну діяльність підприємства.

Значним стимулом до розвитку може стати використання деталей електронної торгівлі в логістичному механізмі із застосуванням всесвітньої павутини – Інтернет і в наслідок структурування логістичного ряду: виробник – веб-сервіс – відділення опрацювання замовлення – споживач. Такі нововведення поширюють спроможність активізувати сукупність торгівельних угод, задовольнити більш

високу ступінь обслуговування споживача, знизити рівень запасу та крім того, поширити ринкові сегменти.

Інтегрована логістика базується на застосуванні «лінії цінностей», скерованої на всіх партнерів. Лінія цінностей (логістична лінія) включає п'ять аспектів компетентності:

- контакт із постачальником;
- контакт із споживачем;
- методичні перебіги всередині одного підвідділу;
- логістичні перебіги між підвідділами всередині фірми;
- логістичні контакти між фірмами в лінії цінностей.

Користуючись практичними логістичними можливостями, бізнесмени та підприємці мають можливість досягти значних переваг: зменшення витрат фірми, компетентне керування запасами, високоякісне обслуговування споживача, еластичне реагування на вимоги ринку. Зменшення усіх видів витрат, пов'язаних із керуванням фізичними потоками, витратами на транспонування, розміщення, керування замовленнями, закупівлями та запасами, упаковування, дає можливість підприємству звільнити грошові активи на впровадження інновацій у складське устаткування, IT-системи, маркетингові експерименти тощо. Тому не даремно найефективнішими підприємствами у всесвітньому значенні є ті, що застосовують механізми інтегрованої логістики.

Сучасна соціально-економічна сфера характеризується швидкими змінами, які інколи можна передбачати. Тримати підприємство у існуючому стані та розвиватися можна лише ефективно пристосовуючи підприємство до зовнішньої сфери, внаслідок реалізації випереджувальних дій, направлених на підтримку його життєздатності та досягнення конкурентоспроможності. Якраз це і схиляє сучасне підприємство до виявлення та підтримки положень постійного розвитку. Механізм розвитку підприємства ґрунтується на «революційному» та «прогресивному» зразках розвитку.

«Революційний» зразок змін передбачає послідовне переосмислення та рішучу реконструкцію фірми і її найважливіших механізмів з ціллю суттєвого покращення найголовніших кількісно розрахункових ознак модернізованої ефективності: вартості, особливості, обслуговування та результативності.

«Прогресивний» зразок змін (або доктрина підприємницького розвитку) ґрунтується на теорії створення та реалізації механізмів змін суспільної структури, що вбачає приєднання великої кількості партнерів.

Тенденції розвитку світового економічного механізму включають низку процесів, які пов'язані з механізмом глобалізації: пом'якшення, стимул до стандартизації в різних сферах інтернаціонального соціально-економічного життя. Все ширше використовуються єдині для всіх країн норми на бізнес-модель, технологію, екологію, функціонування банківських підприємств, ведення обліку фінансової та статистичної звітності. При цьому, інтернаціональні економічні підприємства впроваджують єдині норми макроекономічної дипломатії, проходить уніфікація умов до податкової дипломатії, дипломатії у сфері зайнятості тощо.

В цілому, проведений аналіз ключових тенденцій розвитку сучасного менеджменту в його практичному та теоретичному втіленні, дозволив виокремити основні напрямки, які мають найбільше практичне застосування та відрізняються прогресивними ознаками. До таких основних напрямків віднесемо:

- тенденція до формування керівників нового типу «стратегічних лідерів», які поєднують в собі ознаки лідерів та координаторів [1; 2];
- тенденція до самостійності та професійної відповідальності [3];
- тенденція до колективної роботи та формуванню мережевої діяльності [4];
- тенденція до підвищення якості товарів та послуг, що виробляються підприємством, а також рівня задоволення клієнтів [5; 6].

Сучасні підприємства, які хочуть бути успішними, повинні відмовитися від індустріальних моделей управління, які сьогодні втратили свою актуальність та є неефективними. Натомість, в умовах конкурентної боротьби переваги отримають компанії, які зможуть переорієнтуватися та впроваджувати механізми персоналізації по відношенню до споживачів, що має наслідком постійне створення додаткових цінностей до процесу виробництва для повного задоволення клієнтів.

Література

1. Elenkov D.S., Judge W., Wright P. Strategic leadership and executive innovation influence: an international multi-cluster comparative study. *Strategic Management Journal*. 2005. 26 (7). P. 665-682. URL: https://doi.org/10.1002/smj.469
2. House E. R. Evaluation in the Government Marketplace. *Evaluation Practice*. 1997. 18(1). P. 37-48. URL: https://doi.org/10.1177/109821409701800104
3. Bower M. (Ed.). Psychoanalytic Theory for Social Work Practice: Thinking Under Fire (1st ed.), 2005. Routledge. URL: https://doi.org/10.4324/9780203341155
4. Coher S., Mohrman A. Designing Team – Based Organizations. San Francisco : Jossey-Bass, 1995.
5. Powell T. Total Quality management as Competitive Advantage: A Review and Empirical Study. *Strategic Management Journal*. 1995. 16 (1). P. 15-37. URL: https://www.jstor.org/stable/2486944?seq=1
6. Stewart T. A., Juran J. Conversation with Joseph Juran toward the century of quality. *Fortune*. 1999. P.168-170. URL: https://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/1999/01/11/253786/index.htm

Метрик А.А.
старший преподаватель
УО Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СХЕМ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных рыночных условиях объективно необходимой стала разработка различных схем инвестирования сельскохозяйственных предприятий.

Активизация инвестиционной деятельности в агропромышленном комплексе Республики Беларусь может осуществляться путем мобилизации национальных ресурсов и привлечения иностранного капитала.

Сегодня в республике недостаточно эффективно работают экономические рычаги государственного воздействия, направленные на использование в целях инвестирования средств таких коммерческих структур, как банки и инвестиционные фонды (последние почти не функционируют) [1].

Нами предлагается следующая схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт небанковских финансовых структур (рисунок 1).

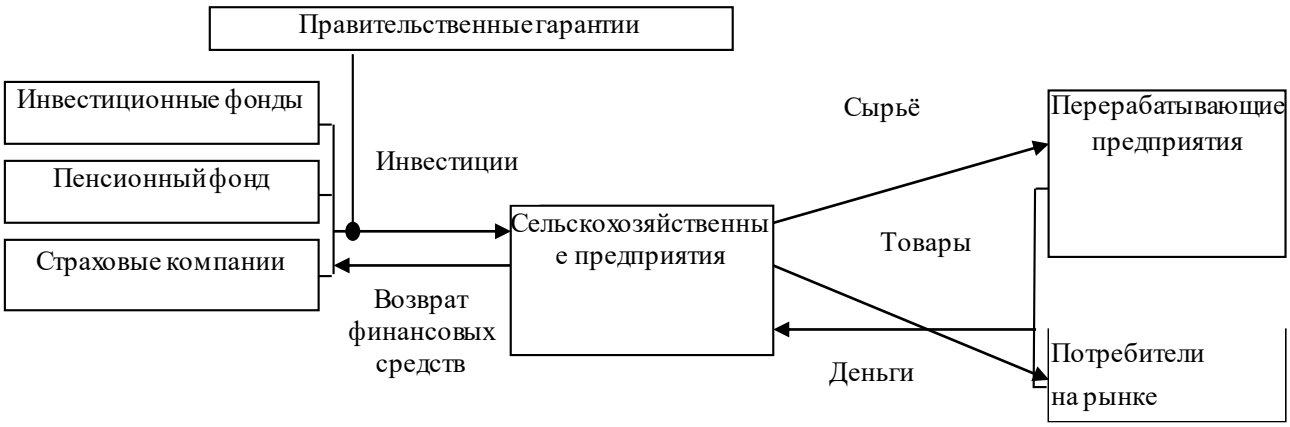


Рис. 1. Схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт небанковских финансовых структур

Для осуществления нормального воспроизводственного процесса необходимо в первую очередь повысить роль собственных источников сельскохозяйственных организаций (прибыли и амортизации) в восстановлении основных средств и их наращивании, что возможно только при финансовой поддержке сельского хозяйства. Это связано с экономическими регуляторами, которые государство должно использовать на макроуровне.

Требуется более широкое применение свободного ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Также необходимо создание товарных бирж, на которых будет осуществляться регулирование цен в АПК с помощью

проведения закупочных и товарных интервенций.

На рисунке 2 представлена схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт средств бюджета (республиканского и местных).



Рисунок 2. Схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт бюджетных средств

Что касается гарантированных цен на продукцию госзаказа, то они не должны быть ниже рыночных. Тем самым госзаказ на сельскохозяйственную продукцию станет играть роль экономического рычага, стимулирующего развитие производства.

При нехватке собственных источников инвестиций, а также источников за счёт небанковских финансовых структур и бюджета на первый план выходит такой важнейший заёмный источник инвестиций как кредит.

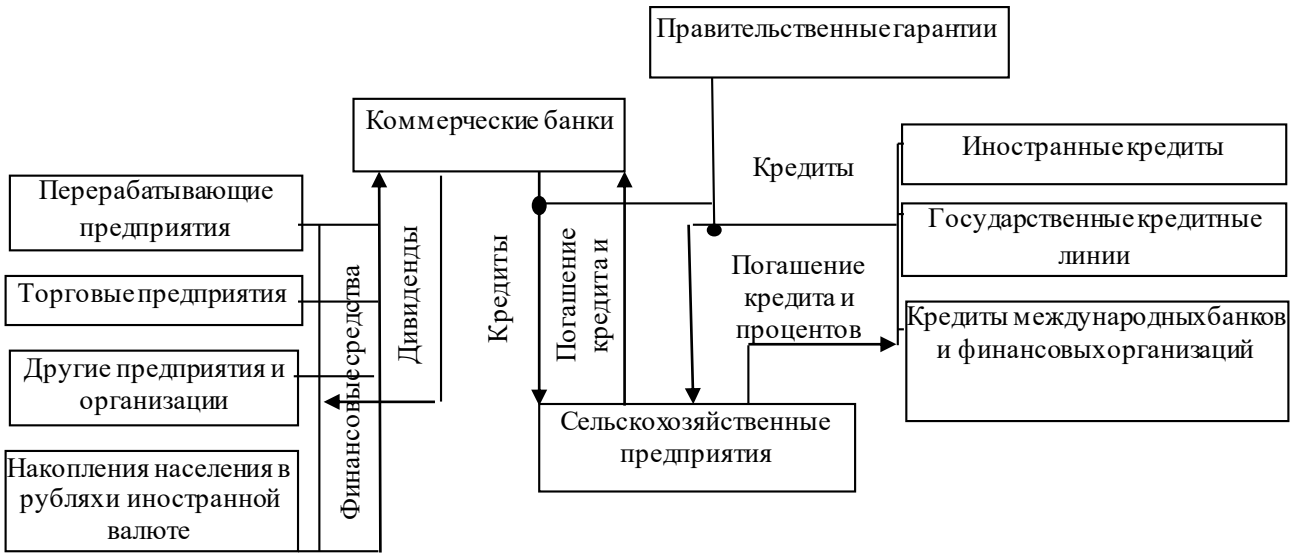


Рис. 3. Схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт кредитов

Также остановимся на ипотечном кредитовании на основе залога земли, который широко применяется во всём мире, так как земля – высоколиквидный фактор производства. Однако в наших условиях такой формы кредитования пока

нет из-за отсутствия частной собственности на землю для товаропроизводителей. А ведь ипотека могла бы стать важным источником инвестирования сельского хозяйства.

При развитой рыночной системе не должно существовать административных запретов на куплю-продажу средств производства, если это не несет ущерба для предприятий и государства. Законодательно регулируемый рынок земель сельхозназначения необходим. Он уравновешивает общую товарную массу, повышает ценность и стоимость земли, активизирует финансовые отношения, создает условия привлечения дополнительных инвестиций в сельскохозяйственное производство. Земля становится не только основным средством, но и основным капиталом, способным на равнозначный товарно-денежный обмен. Она получает возможность залога и формирования залоговой стоимости в зависимости от количества, качества и местоположения, а залог создаёт надежные гарантии привлечения заемных средств и предоставления кредитов.

Все это возможно и необходимо в условиях строгой законодательной регламентации правил торговли, товарно-денежных обменных и залоговых операций [2, с. 214].

Исходя их вышесказанного, нами предлагается следующая схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт ипотеки.



Рис. 4. Схема инвестирования сельскохозяйственных предприятий за счёт ипотечного кредита

Необходимо отметить, что все предложенные нами схемы должны работать не автономно, а в комплексе, т.е. инвестиции в сельскохозяйственные предприятия могут финансироваться не из одного источника, а из нескольких при недостатке собственных финансовых средств.

Литература

1. Закон Республики Беларусь «Об инвестиционных фондах» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11700052. – Дата доступа : 20.01.2021.

2. Метрик, А.А. Схемы инвестирования сельскохозяйственных предприятий / А.А. Метрик // Экономическая теория и аграрная политика: Материалы междунар. науч.-практ. конф., Горки, 22 – 24 апреля 2004 г. – Горки, БГСХА, 2004. Ч. 1. – С. 212 – 215.

Олійник М.О.
студент
Київський національний університет ім. Т.Г. Шевченка
Фудашкін А.Д.
аспірант
Запорізький національний університет
Шупчинська К.С.
аспірантка
Запорізький національний університет

АУТСОРСИНГ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Прагнення залишатись на ринку підвищуючи рівень власної конкурентоспроможності та фінансової стійкості змушує керівництво страхових компаній шукати нові й ефективні форми і методи управління. Проаналізуємо переваги та недоліки аутсорсингу в контексті вдосконалення системи управління маркетингом страхової компанії.

Сутність, доцільність та види аутсорсингу досліджувались у працях провідних вчених-економістів: М. Доннеллан [1], А.О. Алтинпара, О.О. Корогодова [2], О. І. Гончар [3] та інші. Дослідники визначали, що аутсорсинг – це організація системи відносин, що виникають при делегуванні компанією-замовником окремих видів діяльності своїх підрозділів спеціалізованим професійним фірмам на основі довгострокових договорів. Він надає можливість направити професійні ресурси співробітників замовника, які раніше обслуговували виконання делегованої аутсорсеру функції і добре знають специфіку власної компанії, на інші напрямки роботи. Одночасно, аутсорсинг сприяє посиленню концентрації внутрішньокорпоративної уваги на основних цілях компанії через делегування другорядних функцій аутсорсерам.

В останні роки вітчизняні страхові компанії відчувають загострення конкуренції на ринку та шукають можливості для підвищення власної конкурентоспроможності. При цьому розглядається можливість залучення до реалізації деяких функцій маркетингу сторонніх виконавців - аутсорсерів, які мають в своєму розпорядженні висококваліфікованих і високооплачуваних фахівців, яких страхові компанії не можуть собі дозволити. Аутсорсери можуть залучатися також у випадках, коли професійний рівень співробітників страхової компанії, які відповідають за певний напрямок роботи недостатній.

Вітчизняні страхові компанії використовують аутсорсинг під час виконання таких функцій як оцінка ризиків, андеррайтинг, адміністрування полісів, управління збитками та інвестиціями. Завдяки Інтернету виникають нові можливості для застосування цієї стратегії. Прикладом може служити компанія Incas, яка сконцентрувалася на розробці продукту і управлінні електронними продажами в Інтернеті, реалізація інших завдань покладена на спеціалізованих партнерів.

Компанії-підрядники можуть бути вбудовані в бізнес страховика практично на будь-якому етапі створення додаткової вартості. Наприклад,

розробляти страхові продукти можуть актуарні фірми, здійснювати збут - різні посередники (торгові мережі, постачальники фінансових послуг, брокери), адміністрування страхових полісів може передаватися спеціалізованим адміністраторам або компаніям, які займаються створенням програмного забезпечення, активами успішно можуть управляти різні фонди, а врегулюванням збитків займатися професійні або ремонтно-сервісні організації (автосервіс, будівельні компанії тощо).

Одним з найактуальніших напрямків впровадження аутсорсингу є організація продажів страхових продуктів за допомогою страхових брокерів. В умовах обмеженості платоспроможного попиту потенційних споживачів і з огляду на кризу довіри до страхової галузі зростає роль саме професійних страхових брокерів як ринкових структур, що найбільше пристосовані для задоволення індивідуальних потреб страхувальників.

Вітчизняні страховики практично не звертаються до аутсорсингу продажів страхових продуктів із залученням страхових брокерів з наступних причин: - небажання розглядати питання аутсорсингу керівництвом страховика; - позиціонування брокера, як зайвого елемента в ланцюжку взаємин продавець-покупець; - недооцінка обсягів витрат, пов'язаних з утриманням власних підрозділів продавців, а саме: витрати на соцзабезпечення співробітників, оплата відпусток та лікарняних листів, відряджень, витрати на підготовку, забезпечення технічної інфраструктури, транспортні, презентаційні та представницькі витрати, витрати на рекламу тощо); - можливість втрати керованості процесом реалізації страхових продуктів; - недостатність впливу на структури, які займаються продажами.

Однак, треба враховувати, що аутсорсинг продажів страхових продуктів через брокерів може забезпечити наступні переваги для страхової компанії:

- зниження собівартості операцій (видів робіт, послуг), переданих аутсорсеру (виконує доручені функції за найнижчою ціною внаслідок спеціалізації у вузькій області та завдяки ефекту масштабу, що досягається при виконанні однотипних операцій одночасно для значної кількості клієнтів);

- економія витрат часу на пошук необхідного кваліфікованого персоналу і навчання нових кадрів (в разі звільнення досвідчених фахівців);

- фокусування уваги на ключових напрямках діяльності, які забезпечують створення додаткової вартості, що дозволяє проводити оптимальний реінжиніринг, підвищувати ефективність роботи компанії за рахунок постійного поліпшення таких показників, як: вартість, якість, сервіс і витрати часу, з одночасним забезпеченням додаткової фінансової стійкості страхової компанії;

- зниження ризиків управління (зацікавлений в якісному виконанні своїх зобов'язань аутсорсер, обслуговуючи велику кількість клієнтів, знижує ризики, бере на себе відповідальність за терміни і якість виконаних робіт і послуг);

- впровадження новітніх технологій (компанії-аутсорсери постійно інвестують в нові технології, методологію і навчання персоналу);

- поліпшення репутації і зростання вартості бренду в результаті якіснішого обслуговування клієнтів [4].

У разі недобросовісності аутсорсера виникають ризики, зокрема може спостерігатися зниження якості основних послуг, що надаються страховиком, або виникають загрози функціонування або навіть руйнування бізнесу.

Отже, аутсорсинг є сучасною формою ділових відносин, пов'язаною з розвитком спільного підприємництва та кооперації і базується на довгострокових стратегічних рішеннях. Розвиток аутсорсингу в системі страхового маркетингу, а саме в збуті страхових продуктів через страхових брокерів обумовлюють ускладнення технологій страхового ринку і страхових продуктів; зростання конкуренції і прагнення до оптимізації обслуговування клієнтів; поліпшення якості їх обслуговування; наявність інституційної структури, яка допомагає в укладанні, обслуговуванні договорів страхування та вирішенні питань щодо здійснення страхових виплат [5].

Аутсорсинг збуту страхових продуктів через страхових брокерів дозволяє страховим компаніям вирішувати проблеми функціонування і розвитку в умовах висококонкурентної економіки шляхом скорочення витрат, прискорення адаптації до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості пропонованих послуг і зменшення ризиків, а також посилювати професійну взаємодію і взаємозв'язок між споживачами і постачальниками страхових послуг з метою більш повного використання останнім своїх ексклюзивних конкурентних переваг, що сприятиме забезпеченню прибуткової і фінансово стійкої діяльності страхових компаній.

Компанії, які не займаються питаннями адаптації власної системи управління до вимог сучасного ринку, як правило, не витримують конкуренції і припиняють діяльність. Тому безперервна модернізація системи управління маркетингом страхових компаній, застосування нових технологій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, стають головним механізмом стратегії сталого розвитку страхового бізнесу в сучасних умовах.

Література

1. Donnellan M. Outsourcing of Business Processes. Advice from the financial director, 2006. P. 25.

2. Алтинпара А.О., Корогодова О.О. Аутсорсинг як інструмент розвитку компаній ІТ-сектору України в умовах Індустрії-4.0. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».* 2019. №16. С. 140–152.

3. Гончар О. І. Застосування засобів аутсорсингу як інноваційних інструментів в управлінні підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 5(2). С. 21–24.

4. Мухтяев К.С., Борисенко Я.М. Аутсорсинг продаж. *Научная мысль XXI века: конвергенция знаний.* Материалы Международной научно-практической конференции. НИЦ «Поволжская научная корпорация». Москва, 2016. С. 104-106.

5. Ткаченко Н. Аутсорсинг продажу страхових продуктів через брокерів. *ВІСНИК КНТЕУ*. 2012. № 1. С. 66–76.

Олійник О.М.
к.філос.н, доцент
Запорізький національний університет
Сербіненко К.Г.
магістр
Запорізький національний університет
Сербіненко Н.В.
к.е.н., доцент
Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ КОМПАНІЇ

Дослідження проблеми лояльності персоналу і управління нею набувають актуальності в контексті забезпечення економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств в умовах подолання наслідків пандемії. Персонал є одним з ключових факторів в процесі вирішення оперативних завдань і досягнення стратегічних цілей.

Дослідники по-різному трактують поняття «лояльність персоналу», що викликає певні складнощі при її ідентифікації та створення відповідних систем управління нею на підприємстві. Визначення лояльності персоналу запропоновані провідними вченими-економістами, а саме: Доминяком В. [1], Кирхлером Е., Хельцлером Е. [2], Мігусом І.П. [3], Рольфом В. Д. [4], Серафимом Н.В. [5], Харским К. [6] та містять ключові положення даної дефініції, до яких слід віднести готовність докладати додаткові зусилля, бажання розділити цілі і цінності компанії, установка на певну поведінку персоналу та свідоме дотримання встановлених норм і правил, а також особисту зацікавленість у розвитку підприємства. Існуючі визначення трактують лояльність персоналу як самостійне явище, в той час як вона може бути цільовим орієнтиром і значущим елементом системи HR-менеджменту.

У зв'язку з цим під лояльністю персоналу будемо розуміти прийняття цілей і цінностей компанії, усвідомлення на психологічному рівні її місії, задоволеність наданими умовами праці та самою роботою, дотримання правил, виконання законів, а також відмова від виконання дій, які мають недоброзичливий характер, бажання не тільки продовжувати працювати в даній організації, але й докласти максимум зусиль для підвищення своєї продуктивності та ефективності в інтересах її розвитку.

Одним з основних завдань HR-менеджменту є створення відповідних умов для досягнення організацією встановлених цілей. Це можливо в тому випадку, коли персонал готовий до реалізації необхідної виробничої поведінки, тобто поділяє цілі компанії та включений в її професійне середовище. Виробнича поведінка, необхідна для вирішення завдань всіх рівнів сприятиме підвищенню ефективності персоналу, а також досягненню цілей організації. Отже, стратегічне управління лояльністю персоналу передбачає оптимізацію людських ресурсів за рахунок підвищення якості виконуваної роботи та залученості

співробітників в діяльність компанії. Тож розбудована система управління лояльністю персоналу може в подальшому стати фундаментом для формування системи управління персоналом і сприяти досягненню стратегічних цілей підприємства в довгостроковій перспективі.

До основних факторів, які безпосередньо впливають на рівень лояльності персоналу компанії можна віднести організаційні та персональні чинники, а також неорганізаційні фактори [2]. В кожній організації, з огляду на її специфічність, структура факторів, що забезпечують лояльність персоналу матиме свої особливості.

Система управління лояльністю персоналу повинна включати в себе наступні етапи. Аналіз наявної в компанії системи лояльності персоналу. Даний етап спрямований на виявлення структури лояльності потенційних та вже дійсних співробітників. Це дозволить виявити тих, хто відповідає наявним детермінантам лояльності організації і створити умови для формування стійкої структури персоналу та зниження ризику опортуністичної поведінки.

Для тих осіб, що вже є співробітниками компанії необхідно передбачити періодичну діагностику стану лояльності, яка може включати в себе наступну послідовність дій з боку HR-менеджменту:

1. Експрес-діагностика поточного стану лояльності персоналу орієнтована на виявлення «проблемних зон» організації, ознаками яких може бути: висока плинність кадрів; низька продуктивність праці; абсентеїзм; зниження якості продукції, що виробляється; небажання персоналу розвиватися та підвищувати кваліфікацію. Такий аналіз дозволить визначити масштаб опортуністичної поведінки співробітників і потенціал формування лояльності.

2. Емпіричне дослідження лояльності персоналу, що передбачає більш глибокий аналіз рівня лояльності співробітників. Даний крок повинен включати в себе визначення загального рівня лояльності персоналу та також співвідношення типів лояльності персоналу. Необхідно відзначити, що визначення загального рівня лояльності персоналу включає в себе методи, що дозволяють виміряти лояльність персоналу як в кількісно, так і в якісно. При кількісному визначенні лояльності використовуються відповідні опитувальники, що базуються на виразах, які характеризують ставлення співробітників до організації. Якісний метод включає відкриті запитання, коли співробітник самостійно визначає важливі сторони в діяльності організації і дає їм суб'єктивну оцінку. В результаті реалізації заходів цього кроку формується уявлення про загальний рівень і структуру лояльності персоналу компанії.

3. Визначення основних факторів, що впливають на лояльність персоналу, а саме: робочі характеристики; існуюча система стимулювання; корпоративна культура; система корпоративних цінностей; наявні продуктивні та контрпродуктивні конфлікти в організації; можливості для просування, кар'єрні орієнтації; орієнтація на навчання; персональні чинники (стать, вік, стаж та освіта). В результаті визначаються фактори, коригування яких дозволить вплинути на лояльність персоналу.

4. Коригування або розробка методів управління лояльністю персоналу, тобто моніторинг існуючої системи та розробка рекомендацій щодо

вдосконалення існуючих методів управління лояльністю. Це дозволяє розробити елементи системи управління лояльністю, з урахуванням конкретної ситуації, яка характерна саме для досліджуваної компанії.

Необхідним також вважається постійний аналіз лояльності співробітників, які звільнилися з організації. Це сприяє виявленню недоліків розроблених для формування лояльності співробітників компанії системи заходів, через виявлення мотивів звільнення з організації і структурних елементів лояльності співробітників, що звільнилися. На наш погляд, цей етап необхідний для аналізу можливих причин такого кроку з організації і зіставлення даних причин з існуючими методами управління лояльністю, щоб скорегувати їх.

Найбільш дієвими методами управління лояльністю персоналу є вдосконалення якості самого процесу роботи, формування сприятливих умов для реалізації, вибудовування комунікаційних процесів.

В якості рекомендацій, спрямованих на підтримку відповідного рівня лояльності персоналу, можна виділити наступні напрямки діяльності: управління на рівні цінностей, на рівні мотивації і стимулювання, на рівні формування організаційної культури.

Управління на рівні цінностей повинно включати включає в себе наступні заходи: забезпечення можливості підвищення кваліфікації співробітників або можливості просування кар'єрними сходами тощо.

Необхідним вважається посилення впливу корпоративної культури на діяльність співробітників, причому основними аспектом залучення повинно бути узгодження цілей і цінностей організації і співробітника, спрямованих на збільшення добробуту персоналу

Таким чином, управління лояльністю персоналу це система взаємопов'язаних елементів, аналіз якої в організації дозволяє виявити основні причини нелояльності персоналу і розробити на їх основі рекомендаційні заходи щодо підвищення рівня лояльності.

Література

1. Доминяк В. Организационная лояльность: основные подходы. *Менеджер по персоналу*. 2016. №4. С. 34-40.

2. Кирхлер Э., Хельцл Э. Дизайн работ в организациях: Психология труда и организационная психология. Харьков: Из-во Гуманитарный центр, 2015. 212 с.

3. Мігус І.П. Оцінка лояльності персоналу в контексті забезпечення економічної безпеки підприємства. *АГРОСВІТ.* № 11, 2013. С. 24-27

4. Рольф Ван Дик. Преданность и идентификация с организацией. Харьков: Из-во Гуманитарный центр, 2016. 142 с.

5. Серафим Н.В. Теоретико-методичні засади ідентифікування ризиків нелояльності персоналу. *Вісник Хмельницького національного університету*: Серія Економічні науки. 2010. №3. Т. 1. С. 199-202.

6. Харский К. Благонадежность и лояльность персонала. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 496 с.

Петрук В.В.
студентка
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ МЕТОДИ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Пошук і відбір персоналу є одним з ключових елементів системи управління, тісно зв'язаним практично з усіма основними напрямками роботи в цій сфері. Від того, наскільки ефективно поставлена робота з відбору персоналу, в значній мірі залежить якість людських ресурсів, їхній внесок у досягнення цілей організації і якість виробленої продукції або послуг, що надаються. Для відбору кандидатів на вакантну посаду фахівці з управління персоналом використовують спеціальні методи, що дозволяють дати оцінку потенційному кандидату. Процедура відбору залежить від «вартості» співробітника на ринку праці. Наприклад, працівника низької кваліфікації знайти дуже просто: його обов'язки можуть виконувати штатні співробітники, пенсіонери та інші категорії громадян (як підробіток). Якщо ж в організації є недолік висококваліфікованих фахівців, то при прийомі на роботу доцільно проводити багаторазові випробування (бажано це робити тільки після аналізу документів претендента). Для вітчизняних організацій найбільш прийнятним і часто використовуваним методами є: анкетування, тестування, співбесіда.

Аналіз анкетних даних є дешевим и досить ефективним методом початкового відбору. При відборі кандидатів на керівні посади потрібно досить обережно користуватись методом аналізу анкет. Більш точно визначити відповідність претендента на певні посади можна за допомогою тестування. Найбільш поширеним методом є співбесіда з кандидатом, правильне її проведення в поєднанні з іншими методами забезпечує ефективне прогнозування використання працівника. Про мотивацію дій претендента можна судити, задавши йому всього два питання: "Чому він пішов з попередньої роботи?" і "Що його приваблює на новій роботі?". Уточнення мотивації орієнтує адміністрацію щодо рівня зацікавленості в роботі майбутнього працівника. Необхідно звернути увагу на охайність в одязі, в образі в цілому, а також на манеру триматися під час бесіди. Кращими треба вважати: охайність, скромність в образі і природність у поведінці.

Багато вітчизняних компаній починають використовувати нетрадиційні та більш сучасні методи відбору персоналу, такі як brainteaser-інтерв'ю, графологія, фізіогноміка, еннеаграмма, метод стресового інтерв'ю, мова міміки і жестів [2]:

1. Унікальність і висока ефективність використання еннеаграмми пояснюється тим, що розкриває глибинну мотивацію кожного типу, стимулюючи особистісний ріст. На відміну від багатьох інших психологічних напрямків, еннеаграмма - це те, що можна ефективно застосовувати на практиці.

За допомогою знань про типи особистості, які дає ця система, можна вибудувати сильну команду, здатну вирішити будь-яке завдання.

2. Метод стресового інтерв'ю. Мета – визначити стресостійкість кандидата. Відповідно необхідність його використання може бути виправдана при підборі працівників на певні вакансії: касири, операціоністи в банках, пожежники, співробітники міліції, і навіть фахівці з персоналу.Для виявлення стресостійкості кандидата для нього створюють стресові умови і спостерігають, як він буде на них реагувати (запізнення на співбесіду представника роботодавця на час від півгодини і більше; проявлення неуваги до заслуг, ступенями, звань, освіти здобувача; втрату резюме кандидата і т.д)

3. Brainteaser-інтерв'ю (інтерв'ю, що лоскоче мозок). Суть методу в тому, що кандидатам необхідно дати відповідь на хитромудре питання або вирішити логічне завдання. Мета такого нестандартного методу – перевірити аналітичне мислення і творчі здібності здобувача. Відповідно цільова аудиторія для використання Brainteaser-інтерв'ю – працівники розумової праці і креативщики, серед яких програмісти, менеджери з реклами, аудитори, консультанти. Найбільшу популярність методу принесла компанія Microsoft, керівники якої є не тільки прихильниками методу, але і авторами багатьох широко використовуваних питань. Питання Brainteaser-інтерв'ю можна розділити на кілька груп: невеликі логічні задачі з чітко заданими відповідями; завдання, у яких немає чітко заданого відповіді.

4. Метод підбору на основі фізіогноміки.Застосування фізіогноміки виправдано тільки за умови великого практичного досвіду її використання і особливої обережності при видачі рекомендацій. Фізіогноміка не повинна бути єдиним методом при відборі кандидата, вона підходить скоріше як допоміжний метод, що дозволяє підкріпити висновки традиційної технології інтерв'ювання.

5. Графологія.Говорити про графології як про нетрадиційному методі підбору персоналу, напевно, не досить справедливо, так як, наприклад, у Франції графологія є цілком офіційним інструментом відбору кандидатів, особливо в державних структурах. Проте ефективність висновків на основі графології до цих пір є спірним питанням. Немає дослідження з упевненістю і на 100% доводять зв'язок почерку людини з рисами його особистості, хоча певна зв'язок, звичайно, має місце бути. У нашій країні графологія поширена слабко, може бути, через труднощі інтерпретації результатів, а може бути, через відсутність спеціальних навчальних програм.

Таким чином, можна зробити висновок, що функція відбору персоналу не просто стала займати лідируюче становище в системі управління персоналом, процес став більш складним і відповідальним, а результат більш значущим. У цьому допоможуть сучасні методи відбору персоналу, які дозволять виявити з усього числа кандидатів саме «своїх», спрогнозувавши довгострокові продуктивні відносини на благо самого кандидата і організації.

Література

1. Поляков, В.А. Ефективна технологія відбору персоналу з оцінкою кандидатів компетенцією і видачею структурованих висновків. Київ : 2010, с. 40-41.

Портнягіна М.С.
студентка 4 курсу
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І
к. е. н. доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Важливим чинником забезпечення населення повноцінним побутовим комфортом є ефективний розвиток меблевої промисловості.

У меблевій промисловості основна частка припадає на випуск побутових меблів (до 60 %), частка офісних та торговельних меблів становить 35 %. Меблева промисловість – галузь деревообробної промисловості, підприємства якої виготовляють різноманітні меблеві вироби для житлових та громадських приміщень, серед основних – гарнітури і набори меблів, шафи, серванти, столи, ліжка, дивани, тахти, крісла, стільці тощо[1].

Меблева промисловість забезпечує населення високоякісними, високоефективними меблями. За 2019 рік лише 700 із 1745 зареєстрованих меблевих підприємств здійснюють реальну виробничу діяльність. Із них 348 виготовляють побутові меблі. При цьому майже 82 % підприємств випускають від 1-го до 9-ти найменувань меблів, 17 % – від 10 до 19, і тільки 1 % (4 підприємства) – від 20 до 24 найменувань[2, с.2].

Найбільшу частину меблів Україна відправляє до США, Китаю та Італії. Щодо географічної структури українського експорту виглядає наступним чином: 55,62% - Польща, 6,6% - Німеччина, 6,44% - Данія, 31,34% - всі інші.Проаналізуємо динаміку виробництва та реалізації меблями в Україні за період з 2015 р. по 2019 р. З 2014 року почались значні зміни у реалізації меблів на експорт через закриття російського ринку для українських виробників.

У таблиці 1 наведено обсяги реалізації експорту та імпорту меблів в цілому у 2015–2019 рр.

Таблиця 1

Обсяги реалізації, експорту та імпорту меблів в Україні у 2015–2019 рр., млн. доларів [3].

Роки	Експорт	Імпорт	Різниця
2015	397,2	162,0	235,2
2016	397,8	213,2	184,6
2017	542,3	257,0	285,2
2018	625,8	324,2	301,6
2019	674,3	372,2	302,1

Як бачимо з табл. 1, імпорт меблів значно зріс з 162 млн. доларів, у 2015 році до 372,2 млн. доларів , у 2019 році, що є більше на 43,5 %. Експорт у 2019

році обсяг експорту українських меблів зріс на 7,8% порівняно з 2018 роком і становив 674,3 млн доларів. Різниця між експортом та імпортом у 2016 році становить 184,6 млн. доларів, але у 2019 році різниця досягла 302,1 млн. доларів. У 2019 році обсяг експорту українських меблів зріс на 7,8% порівняно з 2018 роком і становив 674,3 млн доларів. Отже, в Україні за останні кілька років меблева галузь стабільно тримається на високій планці. Велике значення має розташування у географічному центрі, великій ресурсній базі в поєднанні з Угодою про вільну торгівлю з ЄС, Україна наближається до шляху стати європейським центром меблевого бізнесу.

На території України 16% займають лише ліси. Площа лісів займає 9,5 млн. га, на півночі та заході України. Україна виробляє близько 20 мільйонів кубометрів деревини щорічно і здатна повністю задовольнити потреби українських виробників меблів (табл. 2).

Таблиця 2 Структура українського виробництва меблів за 2019 рік у %[4]

Меблеві вироби	Кількість,%
М'які меблі	21
Меблі для офісу	13
Меблі для кухні	10
Інші меблі та комплектуючі	56

Отже, попит на високоякісні та дешеві українські меблі набирає обертів як в Україні, так і в Європі. Структурно – динамічний аналіз вказує на те, що українські меблі знаходяться на більш привабливому місті серед реалізації та збільшення обсягів виробництва продукції. Меблева галузь України входить з числа пріоритетних секторів економіки з великим експортним потенціалом. 80% експорту припадає на країни ЄС. Також швидким темпом розвивається виготовлення офісних меблів, чому сприяє зростання популярності і використання дизайну офісних приміщень. Але також існують проблеми в меблевій промисловості, до них відносять скорочення заготівлі лісу в Україні та зростання цін на основні види необробленої деревини. Незважаючи на існуючи проблеми, перспектива українського меблевого ринку має значний потенціал. Також є зацікавленість західних споживачів до меблів українського виробництва, що дозволяє можливість розширяти канали збуту та сприяти зміцненню позицій вітчизняних виробників на зарубіжних ринках.

Література

1. Наконечна А.В. Енциклопедія сучасної меблевої промисловості України. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id.65468 (дата звернення 15.01.2021)

2. Стан і перспективи деревообробної галузі // Деревообробник, 2018. 2 с. URL: https://lektsii.com/2-99184.html (дата звернення 15.01.2021)

3. Меблі: український клуб аграрного бізнесу URL: http://koda.gov.ua/wp-content/uploads/2020/07/Kiivskiy-mebleviy-klaster.pdf (дата звернення 15.01.2021)

4. Меблева промисловість URL: https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/furniture/(дата звернення 15.01.2021)

Потапенко А.О.
студент
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

СУТЬ ПЛАНУВАННЯ ТОВАРООБОРОТУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ

Торгівля є одним з найважливіших секторів економіки, в якому задіяні тисячі підприємств, від економічної діяльності яких в цілому залежить ефективність господарського механізму в цілому. У той же час оборот роздрібної торгівлі є одним з основних показників діяльності торговельного підприємства, який характеризує обсяг споживання матеріальних благ, виражає економічні відносини, що виникають в процесі руху товарів зі сфери виробництва та звернення до сфери особистого споживання. В теперішній час населення України витрачає на покупки товарів близько 75% своїх грошових прибутків і через оборот роздрібної торгівлі отримує близько 85% фонду персонального споживання.

Економічна характеристика обороту роздрібної торгівлі випливає з його ролі у забезпеченні населення товарами, соціальних форм торгівлі, організаційної побудови торгових систем. Оборот роздрібної торгівлі вимірюється вартісними і натуральними показниками, показниками приросту і об'єму продажів в розрахунку на душу населення. Асортиментний склад проданих товарів за групами чи окремими категоріями характеризує структуру обороту роздрібної торгівлі та є якісною характеристикою

У сфері товарного обігу оборот роздрібної торгівлі впливає на інші показники торгівлі, зокрема на товарні запаси та їх оборотність праці в торгівлі і т. д. Разом з тим він сам відчуває відоме вплив товарних запасів, трудових і грошових витрат, стану матеріальної бази торгівлі і т. п.

Щоб повністю задовольнити попит населення, отже, збільшити оборот роздрібної торгівлі конкретного трасування, в умовах гострої конкуренції та нестабільності необхідно визначити напрямок розвитку роздрібної торгівлі, тобто проводити його планування. Планування дозволить встановити, як розвиватиметься торгівля високою торгівельною різницею, як буде досягти попиту на товари, як торговельне підприємство може покращити структуру роздрібної торгівлі, забезпечити акції високоякісних товарів у ньому.

Планування обороту роздрібної торгівлі передбачає обґрунтований вибір цілей, визначення політики, розробку заходів та заходів, методи досягнення цілей, забезпечення основи для прийняття наступних довгострокових рішень. Планування закінчується перед початком дій з реалізації плану.

Взагалі, прогнозування товарообороту підприємства роздрібної торгівлі являє собою варіативне обґрунтування можливого обсягу товарообороту на визначений період часу на основі передбачуваної інформації про дію факторів

внутрішнього та зовнішнього оточення підприємства та історичних даних минулих періодів, що потребує уточнення з огляду на потреби підприємства в досягненні заданих цільових показників діяльності, та виступає важливим етапом здійснення планових процедур.

Прогнозування роздрібного товарообороту також являється важливою частиною процесів управління та планування. Без нього неможливо розробляти ані тактичні, ані стратегічні плани розвитку підприємства. Як для торговельного, так і для виробничого підприємства важливим є передбачення продажів товарів на наступний період. Від цього буде залежати обсяг і створюваних запасів, і акумульованих для цього грошових коштів.

Плановий обсяг та структура товарообороту підприємства є основними показниками для планування та прогнозування всіх інших показників господарської діяльності підприємства — валового доходу, витрат обігу, прибутку, потреби в ресурсах та капіталі. Тому планування роздрібного товарообороту, його обсягу та структури є найбільш відповідальним етапом при плануванні фінансово-господарської діяльності торгового підприємства загалом. Підвищення ефективності планування роздрібного товарообороту досягається шляхом постійного вдосконалення наявних та розробки нових методів планування цього показника.

Розробка плану обороту за товарними групами і формування структури обороту мають велике значення для підприємства, оскільки план обороту за товарними групами є основою для визначення потреби в товарних запасах і оборотних коштах, необхідних для формування цих запасів, для визначення планових показників доходів, витрат обігу, прибутку і т.п.

Основними завданнями планування обороту за товарними групами є [2]:

- забезпечення задоволення попиту населення на різні товари;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства на місцевому ринку;
- розширення структури обороту при отриманні високих доходів, що забезпечують підприємству розвиток на основі самофінансування.

Планування обсягу обороту за товарними групами здійснюється різними методами в залежності від особливостей цих груп. Що стосується кожної товарної групи використовуються диференційовані методи розрахунку плану обороту з урахуванням економічних факторів, що на нього більш значущий вплив.

По ряду товарів, що мають еластичну залежність від зміни грошових доходів населення (кондитерські вироби, м'ясо, риба, фрукти і овочі, ювелірні вироби та ін.), план обороту визначається, виходячи з прогнозованого темпу приросту грошових доходів населення, коефіцієнта еластичності обороту від грошових доходів і темпів зміни чисельності населення.

Підсумовуючи, можна сказати, що в якості рекомендацій щодо покращення планування товарообороту підприємства можуть виступати наступні дії:

- створення спеціальної постійної чи непостійної вакансії, для якої потребується людина сі стажем роботи на торговельному підприємстві, яка раніше відповідала за розпорядження ресурсами та плануванням їх збуту;
- розширення існуючих показників у фінансовому плані підприємства (наприклад, показник «Солодощі» розбивається на менш великі показники «Цукерки «Рошен», «Цукерки «Світоч» тощо);
- використання різних методів прогнозування товарообороту та подальший їх аналіз;
- розширення бази даних та проведення аналізу росту товарообороту за весь період існування компанії;
- створення вигідних умов для планування обороту різних товарів.

Через планування роздрібного товарообігу можна активно вплинути на формування потреб, естетичних смаків людей, їх благополуччя. Застосування вищеназваних методів та дій в умовах підприємств сфери роздрібної торгівлі України помітно позитивно вплине на зростання товарообігу підприємств та їхній розвиток в цілому.

Література

1. Апопій В.В. Роздрібна торгівля: концентрація, спеціалізація, типізація / В.В. Апопій, Гуштан Т.В., Павлова М.Б. Львів : "Новий Світ – 2000", 2018.
2. Височин І. В. Теоретичні аспекти планування товарообороту підприємства роздрібної торгівлі. Економіка та держава. 2012. № 5. С. 17-20.
3. Иванов Г.Г. Экономика организации. Торговля: учеб. пособие / Г.Г. Иванов. Москва: Форум, Инфра-М, 2012. 352 с.
4. Мікроекономіка – Електронна бібліотека. URL: http://studentam.kiev.ua. (дата звернення 16.11.2020).
5. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: Учебник / Г.В. Савицкая. – 14 изд., перераб. и доп. Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2017. 649 с.
6. . Сотнік М.І. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
7. Терещенко Н. Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия: учеб. пособие / Н. Н. Терещенко, О.Н. Емельянова. Красноярск: Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т, 2006. 116 с.
8. Тирпак І. В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посібник. URL: http://pidruchniki.com/1584072028638/ekonomika/osnovi_ekonomiki_ta_organizatsiyi_pidpriyemnitstva (дата звернення 15.12.2020)

Родіна О.В.
здобувачка ступеня доктор філософії
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА

Підприємства птахівництва відіграють важливу роль у підтримці продовольчої безпеки, забезпечуючи країну дієтичними та висококалорійними продуктами та продукцією для переробних підприємств та інших галузей промисловості.

Підприємства птахівництва є виробниками двох основних продуктів: курячого м'яса та яєць. Окрім цього, до інших продуктів підприємств птахівництва відносять: молодняк птиці, шкіра, пух і пір'я, пташиний послід, технічні відходи забою птиці та інкубації яєць.

Уся діяльність підприємств птахівництва відбувається за вертикально інтегрованої структури, що дає можливість на основі комплексного підходу до аналізу і контролю кожної стадії технологічного процесу визначати їх вплив на витрати та якість кінцевої продукції [1].Зважаючи на різні технологічні етапи виробництва на підприємствах птахівництва, склад їх виробничих витрат майже однаковий на всіх етапах і відрізняється лише окремими видами витрат залежно від виробничого циклу: вирощування і утримання батьківського стада, процес інкубації, бройлерне господарство, етап переробки і підготовки до торгівлі.

Визначення складу виробничих витрат, отримання оперативно точної і достовірної інформації про виробничі витрати, визначення чинників впливу на витрати у процесі діяльності підприємства, формування дієвої системи управління витратами може позитивно вплинути на ефективність діяльності та рентабельність підприємств птахівництва, і тим самим, успішно контролювати рівень витрат.

Законодавчо визначено склад витрат на виробництво продукції сільськогосподарськими підприємствами, в тому числі і підприємств птахівництва: корма; витрати на оплату праці; витрати палива та мастильних матеріалів; витрати на засоби захисту тварин; витрати на ремонт необоротних активів; витрати на послуги та роботи; інші витрати на утримання основних засобів; інші витрати; загальновиробничі витрати [2]. А підприємства, вже самостійно залежно від технологічного циклу та з урахуванням різних факторів формують перелік витрат, що входять до складу виробничої собівартості.

Серединська В.М., Загородна О.М., Федорович Р.В. вважають, що «факторами є різні умови, обставини, які супроводжують економічні явища та процеси і які створюють можливість їх здійснення, так наявність матеріальних факторів (засобів виробництва) та особистих факторів (робочої сили) служать необхідною умовою здійснення процесу виробництва» [3].

Класифікація чинників, що впливають на розмір виробничих витрат відбувається у розрізі різних об'єктів господарювання абсолютно по різному. Тому що витрати не однаково реагують на зміни, що відбуваються у діяльності підприємства та обмежити і конкретизувати їх для всіх досить важко.

Падерін І.Д. та Новак Є.Е. вважають, що початковим процесом стратегічного управління є аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, тому що саме цей етап забезпечує основу для визначення місії та розробки стратегії поведінки підприємства для отримання прибутку і досягнення поставлених цілей [4]. Так, погодимося з тим, що визначення та розподіл факторів, що впливають на витрати є одним із основних етапів стратегічного планування та управління витратами для будь-якого підприємства.

Цал-Цалко Ю.С. виділяє такий чинник ефективного формування витрат на виробництво продукції як матеріальна зацікавленість працівників у результатах своєї праці [5, с. 6].

Аналіз наукової літератури [6], [7], [8, с. 394], [9, с. 70-71] показав, що групування факторів, що впливають на величину витрат відбувається на:

– зовнішні (природнокліматичні умови, фінансування, кредитування, податки та обов'язкові платежі, зайнятість населення, умови реалізації продукції, розмір капіталовкладень);

– внутрішні (зміна структури підприємства, скорочення браку, зниження витрат на матеріали, розмір заробітної плати);

– загальнодержавні (зміна оптових цін на матеріали, устаткування, паливо, тарифів, енергію, перевезення вантажів, зміна правил фінансування і кредитування);

– галузеві (міжгалузеві) (вдосконалення структури управління, упорядкування проектно-кошторисних документів, удосконалення матеріально-технічної бази, реорганізація та збільшення підприємства);

– виробничі (або внутрішньовиробничі) (величину підприємства, виробничу програму, організацію виробництва і праці, якість факторів виробництва, технічний рівень виробництва, глибина виробництва, підвищення рівня індустріалізації);

– позавиробничі (не виробничі) (організація збуту, дослідження і розвиток);

– за видами бізнесу (дослідження і розробка, проектування продукції, послуг процесів, виробництво, маркетинг, доставка, обслуговування клієнтів, управління);

– структурні (масштаб, діапазон, досвід, технологія, складність);

– функціональні (ефективність планування, залучення робочої сили, комплексне управління якістю, використання потужностей, зв'язки з постачальниками).

Внутрішні фактори, часто називають ті, що можна контролювати або впливати у процесі господарської діяльності, а зовнішні, ті, що важко контролювати або неможливо.

За результатами власних досліджень Грінченко А.В. пропонує наступну узагальнену класифікацію факторів впливу на витрати за сферою дії, поділяючи їх на внутрішні і зовнішні. До зовнішніх факторів віднесено: «система державного регулювання, стан галузі, привабливість ринку, стан ринку факторів виробництва, темпи інфляції, рівень конкуренції, кон'юнктуру споживчого ринку, соціальні норми, політичні норми, громадські та регульовані норми, ціни

на ресурси, тарифи на паливо, енергію та зв'язок, рівень мінімальної заробітної плати, норма амортизаційних відрахувань, система оподаткування та відрахувань, територіальне розміщення, погодні умови». До внутрішніх автор відносить такі фактори: «розмір підприємства, обсяг виробництва, структура виробництва, обсяг реалізації, частка змінних та постійних витрат, спеціалізація підприємства, швидкість обігу товарів, ефективність використання ресурсів та капіталу підприємства, технологічний рівень виробництва, особливості продукції, стадії життєвого циклу товару, місія підприємства, корпоративна культура, управління виробництвом, інтереси керівника) [8, с. 397]

Вважаємо, на птахівничих підприємствах доцільним є також групування факторів, що впливають на витрати на зовнішні і внутрішні. Також, всередині кожної групи ознак (внутрішня і зовнішня), виділимо окремо підгрупи, через те, що між деякими факторами існує або взаємозалежність, або взаємозв'язок. До складу зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на витрати птахівничих підприємств входять:

1. Зовнішні фактори:

1.1. Фактори, що не контролюються державою: зміна природнокліматичних умов, рівень урожайності зернових, що входять до складу кормової бази птиці, демографічна ситуація;

1.2. Фактори, що контролюються державою: зміна правил фінансування та ставки кредитування, низький рівень підтримки галузі птахівництва з боку держави, підвищення цін на енергоресурси, паливо і тарифи, система оподаткування, зайнятість населення та рівень безробіття, екологічна ситуація, зовнішньоекономічні зв'язки, політична та соціально-економічна ситуація в країні, розмір відрахувань та утримань із заробітної плати, порядок надання пільг державою у галузі птахівництва, зміна державної ціни на зернові культури, що входять у раціон птиці, кон'юнктура ринку м'яса птиці, рівень конкуренції, стан продовольчої безпеки на рівні країни, імпорт дешевої продукції птахівництва, рівень інвестицій та капіталовкладень, девальвація гривні, складний процес сертифікації м'ясної продукції для експорту, диспаритет цін, рівень доходів населення, норми амортизаційних відрахувань та метод амортизації, що використовує підприємство;

2. Внутрішні фактори

2.1. Виробничі внутрішні фактори: умови дотримання технології виробництва на кожному технологічному етапі, погіршення якості тушок птиці у період вирощування, при транспортуванні, подачі на лінію забою, генетика птиці, якість продукції птахівництва, дотримання стандартів ISO 9001:2008 та ISO 22000:2005, що надасть можливості для виходу продукції птахівництва на ринки країн ЄС, рівень кваліфікованих кадрів та їх досвід, що працюють на виробництві, стан та ефективність матеріально-технічної бази, щорічний розмір прибутку на розвиток підприємства, якість кормової бази, якість ветеринарних препаратів у процесі відгодівлі, якість препаратів для обробки та дезинфекції приміщень, якість племінних ресурсів та молодняку птиці, фактори інкубатора, обсяги виробництва продукції, глибина виробництва продукції, розмір постійних і змінних витрат;

2.2. Невиробничі внутрішні фактори: маркетингові заходи реалізації продукції птахівництва, розмір вкладень на дослідження та розробку, розмір підприємства, ефективність реалізації функцій управління, середня заробітна плата на підприємстві, обсяги реалізації продукції птахівництва, ефективність системи управління витратами.

Таким чином, можна стверджувати, що на підприємствах птахівництва на витрати чинять вплив зовнішні і внутрішні фактори, основними ознаками розподілу яких є ступінь контрольованості та безпосереднє відношення до процесу виробництва.

Література

1. Пономаренко Н.П. Фактори впливу на якість продукції птахівництва в системі менеджменту та маркетингу. *Сучасне птахівництво*. 2010. №11-12. С. 18-20.

2. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: від 18 травня 2001 р. № 132. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text (дата звернення: 11.01.2021).

3. Економічний аналіз: навч. посіб. / Серединська В.М., Загородна О.М, Федорович Р.В. Тернопіль: Видавництво Астон, 2010. 624 с.

4. Падерін І.Д., Новак Є.Е. Аналіз впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на стратегії підприємств малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник донбасу.* 2015. № 3 (41). С. 135-141. URL: file:///D:/Downloads/ecvd_2015_3_18.pdf (дата звернення: 14.01.2021).

5. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2002. 656 с.

6. Дем'яненко С.І. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1998. 265с.

7. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 320 с.

8. Грінченко А. В. Класифікація факторів впливу на витрати підприємства. *Теоретичні і прикладні питання економіки.* 2012. Вип. 27, т. 1. С. 392-398. URL: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_50.pdf (дата звернення: 11.01.2021).

9. Голов С.Ф. Управлінський облік: навч. посіб. Київ : Лібра, 2008. 704 с.

Сидоренко С.Г
студент
Запорізький національний університет
Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

За часів стрімкого розвитку технологій та інновацій, важко уявити сучасний світ без такого поняття, як «покупка в Інтернеті». Раніше люди навіть не уявляли, як можливо купувати будь-які речі через свій комп'ютер, телефон та навіть телевізор, сидячи вдома або під час руху на роботу. Але за десятиліття після появи Інтернету глобальний підйом онлайн-транзакцій - B2B, B2C та B2G - був добре задокументований.

Одночасно дедалі більша кількість споживачів у всьому світі мають доступ до пристроїв, що підтримують Інтернет, і беруть свої візки у віртуальний простір. Ця тенденція, безумовно, продовжиться і в майбутньому, оскільки ринки, що розвиваються, оцифровуються, а їх громадяни отримують доступ до Інтернет-технологій кожен день.

Отже, Електронна комерція - це сфера ринкової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих операцій [1, с 593] .

1. Від бізнесу до бізнесу (B2B).

Електронна комерція "Бізнес до бізнесу" (B2B) охоплює всі електронні транзакції товарів або послуг, що проводяться між компаніями. Виробники та традиційні оптові торговці, як правило, працюють із цим видом електронної комерції.

2. Бізнес для споживача (B2C)

Тип електронної комерції від бізнесу до споживача відрізняється встановленням електронних ділових відносин між бізнесом та кінцевими споживачами. Це відповідає розділу роздрібної торгівлі електронною комерцією, де зазвичай працює традиційна роздрібна торгівля.

Ці типи стосунків можуть бути простішими та динамічнішими, але також більш епізодичними або припиненими. Цей вид торгівлі значно розвинувся завдяки появі Інтернету, і в Інтернеті вже існує безліч віртуальних магазинів та торгових центрів, де продаються всі види товарів широкого вжитку, такі як комп'ютери, програмне забезпечення, книги, взуття, машини, їжа , фінансові продукти, цифрові публікації тощо.

У порівнянні з купівлею роздрібної торгівлі в традиційній торгівлі, споживач, як правило, має більше інформації з точки зору інформативного змісту, а також існує поширена думка, що ви будете купувати дешевше, не загрожуючи настільки ж персоналізованому обслуговуванню клієнтів, а також

забезпечуючи швидку обробку та доставка вашого замовлення.

3. Споживач-споживач (C2C).

Електронна комерція типу «Споживач-споживач» (C2C) охоплює всі електронні транзакції товарів або послуг, що проводяться між споживачами. Як правило, ці транзакції здійснюються через третю сторону, яка забезпечує Інтернет-платформу, де транзакції фактично здійснюються.

4. Споживач для бізнесу (C2B).

У C2B відбувається повний перелом традиційного сенсу обміну товарами. Цей тип електронної комерції дуже поширений у краудсорсингових проектах. Велика кількість людей роблять свої послуги чи товари доступними для придбання компаніям, які шукають саме такі види послуг або продуктів.

Виділяють декілька основних переваг E-commerce:

По-перше, і найголовніше, це легкий доступ в світ цифрових товарів та послуг для кожної людини. Зараз у кожного існує телефон та є доступ в мережу. І з кожним роком користувачів стає тільки більше.

По-друге, це економія часу та швидкість операцій в мережі, від виробника до споживача. Вам не потрібно їхати в магазин, щоб купити нову техніку, тим паче якщо ви проживаєте в невеликому місті.

Менші витрати, дешевші накладні витрати та вищий прибуток. Відсутність необхідності орендувати приміщення, наймати працівників, оплачувати комунальні послуги, тощо.

Магазини працюють цілодобово та без вихідних, що дозволяє збільшити обсяг торгівлі.

Відсутність наявності оф-лайн магазину, складу або виставочного залу. Зараз більшість магазинів працюють по системі дропшопінгу, вони займаються пошуком клієнтів і передають замовлення постачальнику. В такому разі не потрібно мати товар на складі, як і саме приміщення.

Збільшення кількості виробництв, робочих місць, нових професій та економіки різних країн у всьому світі.

Список можна продовжувати. Але це уже демонструє те, що, маючи стільки виграшу від перенесення власного (оф-лайн) бізнесу в Інтернет-простір, жодна компанія не повинна нехтувати можливостями, які вона пропонує, або страждати від втрати ринкового домінування, що тягне за собою відсутність взаємодії з електронною комерцією.

Ну і також в першу чергу, це переваги для звичайних людей, які виступають в ролі споживачів Інтернет комерції.

Одним із вражаючих наслідків електронної комерції в Інтернеті є те, що раніше підприємства-гіганти, з домінуванням на ринку та твердою, непохитною часткою ринку, були змушені конкурувати в абсолютно новому просторі.

Це призвело до фрагментації ринку, а це означає, що навіть малі підприємства електронної комерції здатні конкурувати на конкурентних умовах, які набагато більш рівномірні, ніж його доцифровий еквівалент. Ваша компанія має можливість захопити нову частину ринку в сучасному діловому світі - якщо буде використовувати правильну стратегію розвитку компанії.

Але є ряд недоліків e-commerce на даний час. Серед яких найбільш значимими є:

Безпека є найбільшим недоліком електронної комерції. Люди побоюються надати особисту та фінансову інформацію, навіть незважаючи на те, що було внесено кілька вдосконалень щодо шифрування даних. Деякі веб-сайти не мають можливості проводити справжні транзакції. Страх надати інформацію про кредитні картки та ризик посвідчення особи обмежують ріст електронної комерції.

Придатність товару. Покупці повинні покладатися на електронні зображення для придбання продуктів. Іноді, коли продукція доставляється, вона може не збігатися з електронними зображеннями. Нарешті, це може не відповідати потребам покупців. Відсутність «дотику та відчуття» заважає людям робити покупки в Інтернеті.

Страх. Люди бояться працювати в безпаперовому та безликому електронному світі. Деякі бізнес-організації не існують фізично, люди не знають, з ким вони ведуть комерційні операції. Цей аспект змушує людей обирати фізичні магазини для покупок.

Конкуренція має як плюси так і мінуси. І я вважаю що головний недолік, це те що компанії-корпорації, гіганти цифрової епохи, мають дуже велику монополістичну владу на весь наш світ. Уже давно минув той час, коли про них просто всі знали та просто використовували їх продукцію. Зараз вони мають таку владу, капітал, зв’язок з людьми та між собою, що дозволяє їм утворювати та диктувати свої правила гри в цьому світі. Мають можливість відстоювати свої інтереси проти деяких країн, президентів, не говорячи про інших конкурентів.

Тому на даний час, електронна торгівля - це не просто продаж в мережі, це цілий світ всередині гаджетів, та пристроїв с виходом в Інтернет. Це майбутній розвиток ще більш нових, та кращих умов життя людського народу, та економії часу. А час найважливіший ресурс нашого століття. І все буде добре. P.s тільки якщо технології не вийдуть з під контролю і не почнуть захоплення нашої планети та поневолення людей.

Література

1. Системи електронної контент-комерції : монографія / А. Ю. Берко, В. А. Висоцька, В. В. Пасічник ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». − Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2009. − 610 с. − Бібліогр. : с. 593−608 (270 назв).

Строкань А.В.
студентка
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н, доцент
Запорізький національний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Металургійна промисловість – це найважливіша частина промисловості у світі та також в нашій країні, яка виробляє сировину та матеріали для інших ключових сфер господарства (машинобудування, будівництво, транспорт, тощо).

Експорт сталі українськими підприємствами чорної металургії складає понад 90%, що є найбільш високим показником серед світових лідерів галузі. У 2015 р. суттєво змінилися світові тенденції довгострокового зростання як виробництва, так і споживання сталі: зниження світового виробництва сталі до 2014 р. становило 2,8% (до 1613 млнт.), споживання – 3% (до 1500 млнт.). Внаслідок надлишку пропозиції сталі та уповільнення попиту знизились ціни на сталь, при чому цінове падіння на ринку продукції чорної металургії зменшилося до самого низького рівня за останні десять років. Визначено причини зниження темпів розвитку вітчизняних металургійних підприємств, а саме: застарілі технології, відсутність дієвих регіональних програм підтримки розвитку галузі, малий асортимент, необхідність відповідності світовим стандартам якості, посилення конкуренції на ринку, знос основних засобів, низька інвестиційна привабливість галузі.

Якщо проаналізувати показники економічної діяльності вітчизняних металургійних підприємств, то варто зазначити, що протягом 2007 – 2016 рр. частка металургійної продукції у загальнопромисловому обсязі виробництва скоротилася з 22% до 14,57%.

На початку 90-х років XX ст. на внутрішньому ринку України споживалося майже 68% виробленого прокату. Уповільнення темпів розвитку інвестиційних галузей економіки зумовили експортну переорієнтацію металургійного бізнесу і до 2016 р. частка збуту металургійної продукції на внутрішньому ринку не перевищувала 20%. Щодо тенденцій внутрішнього ринку споживання сталі, то вони є критичними. Так, починаючи з 2007 р. тенденція споживання прокату в Україні є спадною, однак до критичного рівня обвал відбувся у 2014 р., що пов'язано, перш за все, з падінням промислового виробництва та подіями на Донбасі. За даними WSA обсяг споживання сталі на душу населення в Україні у 2,8 раза є меншим у порівнянні з Росією, у 2 рази менше ніж у Румунії, у 4,5 раза – ніж у Турції.

Окрім несприятливої кон'юнктури світового ринку продукції чорної металургії, вітчизняні підприємства характеризуються високим рівнем витратності металургійного виробництва. Так, енергомісткість виробництва тони сталі є більшою проти європейських компаніями у 1,9 раза, чавуну – на 30%

порівняно зі світовим рівнем. Витрати коксу на 1 тону прокату є більшими у порівнянні з російськими підприємствами в середньому на 22,1%, японськими – на 77,1%, американськими – 94,4%. Витрати на паливно-енергетичні ресурси в структурі собівартості металопрокату складають майже 50%, тоді як у промислово-розвинених країнах цей показник сягає 20%. Сучасна металургійна галузь має розвиватися відповідно до глобальних трендів, які передбачають поєднання технологій і розробок у багаторівневу та багатоелементну систему, що принципово змінює технологічний уклад. Четверта промислова революція вже розпочалася, а її ключовими ознаками виступає переформатування індустріальних секторів, трансформація систем виробництва за принципами концепції «Індустрія 4,0». Вітчизняні металургійні підприємства сьогодні абсолютно не готові до реалізації такої стратегії розвитку, при цьому усвідомлення того факту, що це стає об'єктивною реальністю відбувається. Крім того, потрібно враховувати, що впровадження концепції Індустрія 4.0 в інших секторах економіки зумовлює зменшення споживання сталі на 1 дол. виробленого продукту, економіки будуть розвиватися внаслідок менш металомістких секторів, відповідно, існують усі передумови для зниження світового попиту на сталь.

За результатами аналізу досвіду компанії Eurasian Resources Group (ERG) з виробничими активами у Казахстані, Африці та Бразилії, яка ще на початку 2016 р. розпочала роботу одразу за декількома напрямами «Індустрії 4,0» можна визначити основні перспективні напрямки для вітчизняних металургійних компаній [1]:

- створення «цифрових двійників» - «цифрового двійника продукту», «цифрового двійника виробничого процесу», «цифрового двійника обладнання». Менеджмент металургійних компаній наголошують, що створення точних копій агрегатів з виокремленням кожного елементу дозволяє коригувати їх характеристики, графік обслуговування, а кожна зміна, що відбувається на реальному об'єкті дублюється у його цифровій версії. Крім цього, віртуальний двійник дозволяє моделювати той чи інший вплив, що особливо актуально у періоди нестабільного попиту на металопродукцію, зміни умов постачання ресурсів та інших факторів;

- великі дані (BigData) – як драйвер розвитку цифрової економіки. Зацифрування процесів та об'єктів вимагає створення відповідної інфраструктури для збереження й аналізу значного масиву інформації за різними етапами гірничо-металургійних переділів. Для цього необхідні обчислювальні ресурси особливого класу, які здатні не лише акумулювати дані автоматизованих систем управління технологічними процесами (АСУ ТП) і систем управління виробництвом (MES-системи), а й паралельно обробляти їх із застосуванням технологій машинного навчання.

- роботизація та безпілотна техніка використовуються при підземному видобутку залізних руд (безлюдна проходка), що дозволяє скоротити витрати на видобуток до 35%. Скорочення тривалості виробничого циклу отримання сталі та підвищення її якісних параметрів забезпечується використанням роботів для

відбору проб рідкої сталі, контролю її рівня у плавильних агрегатах, при вилученні шлаку з доменних печей, для нанесення вогнетривких покриттів.

Для розв'язання цих проблем необхідно розробити комплекс заходів для поліпшення стану металургійної галузі України. Україні слід перейняти досвід світового лідера — Китаю і налагодити повний цикл виробництва на території країни, удосконалити науково-технічної та інженерну бази, розширити взаємодію з хімічної галуззю для вдосконалення властивостей сталі, чавуну і т. д.

Одним з перших кроків має бути створення державного регулюючого органу, який буде регламентувати діяльність металургійних підприємств, забезпечувати впровадження нових енергоощадних та екологічних технологій, організовувати співпрацю з інвесторами, що буде сприяти виробництву високоякісної конкурентоспроможної продукції вітчизняними підприємствами й дозволить зміцнювати ринкові позиції, а не тільки служити сировинним придатком для інших країн. Ще однією проблемою є те, що закриття багатьох підприємств через їх неприбутковість залишило велику кількість людей без роботи, а у багатьох пропала мотивація до роботи. Це, в свою чергу, призвело до зниження продуктивності праці та нестабільності кадрових ресурсів. Така проблема має соціальний характер, тому для підвищення та стабілізації продуктивності праці в чорній металургії слід ввести новітні технології, що дозволить полегшити працю та зменшити навантаження. Функціонування металургійної промисловості призводить до забруднення навколишнього середовища, особливо враховуючи, що старе обладнання на підприємствах не пристосоване до мінімізації викидів та не обладнане очисними фільтрами. Успішне розв'язання екологічної проблеми – це важливе регіональне економічне та соціальне завдання. Розв'язанню цієї проблеми сприятиме встановлення на підприємствах найновітніших очисних технологій, що дасть змогу звести до мінімуму промислові відходи та викиди в атмосферу.

Література

1. Проблеми та перспективи розвитку металургійної галузі в Україні URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-2_0-pages-39_44.pdf (дата звернення 12.01.2020)

2. Аналіз стану чорної металургії України: сучасні проблеми та шляхи розвитку URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2225 (дата звернення 12.01.2020)

Телюпа А.А
студентка
Запорізький національний університет
Полусмяк Ю.І.
к.е.н, доцент
Запорізький національний університет

РОЗРОБКА ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК

Найважливішою умовою розвитку у сфері управління ланцюгами поставок товарів (Sypply Chain Management, SCM) є впровадження клієнтоорієнтованої стратегії, призначеної для автоматизації та управління всіма етапами поставок товарів підприємством і для контролю в усьому ланцюзі руху товару. Логістичні процеси ланцюга поставок товарів повинні виконувати такі функції: інтегровану організацію системи управління ресурсами підприємства, координацію дій всіх учасників ланцюга поставок товарів, забезпечення економії ресурсів та мінімізацію витрат.

Логістичний ланцюг – лінійно впорядкована множина учасників логістичного процесу, які здійснюють логістичні операції з доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої за умови виробничого споживання або до кінцевого споживача за умови особистого споживання. У сучасному світі часто конкурують вже не окремі підприємства, а ланцюги поставок товарів. Проте підходи до загального розуміння терміна «ланцюг поставок» спричиняють протиріччя у виконанні підпроцесів і часті випадки нерозуміння того, що одне підприємство очікує від іншого [1].

Логістична діяльність та діяльність підприємства в цілому завжди пов’язана з ризиком. Ризик – це економічна категорія, яка відображає особливості сприйняття заінтересованими суб’єктами економічних відносин об’єктивно існуючих невизначеностей та конфліктів, які притаманні процесам цілепокладання, управління, прийняття рішень, оцінювання, що спричинені можливими загрозами та невикористаними можливостями. Ризик-менеджмент стає необхідним практично для будь-якого підрозділу підприємства, а в силу того, що підприємство - це єдина система, виникає потреба в комплексному управлінні ризиком, тобто з урахуванням потреб як окремих підрозділів, так і підприємства в цілому.

Підсумовуючи, можна запропонувати складові логістичної стратегії торговельних підприємств з урахуванням стратегічних цілей ланцюгів поставок, а саме:

• стратегічне планування, моделювання та аналіз ланцюгів поставок;

• управління та оптимізація ключових бізнес-процесів в ланцюгах поставок;

• впровадження технологій інтегрованого планування ланцюгів поставок;

• формування і розвиток логістичної й виробничої інфраструктури для активного вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності компаній і ланцюгів поставок в цілому;

• вирішення проблеми «інсорсинг / аутсорсинг» і вибір логістичних та провайдерів;

• втілення стратегії ланцюга поставок на тактичному і оперативному рівні з метою досягнення балансу «витрати / сервіс»;

• Розробка та підтримка систем контролінгу ланцюга поставок і вдосконалення набору KPI;

• управління запасами і логістичними ризиками в ланцюгах поставок;

• управління ланцюгами поставок з урахуванням формування конкурентної стратегії;

• створення і використання ефективних інформаційних систем підтримки УЦП.

Для усунення ризиків в логістиці діє ланцюг поставок на сонові застосування наступних методів:

SWOT-аналіз,

Експертний метод,

Встановлення рейтингів ризиків,

Вибір засобів зниження,

Впровадження та коригування системи управління ризиками в логістиці

У загальному вигляді рекомендації щодо формування логістичної стратегії підприємства торгівлі можуть бути такими:

провести логістичний аудит зовнішнього бізнес-середовища, в якому діє підприємство торгівлі, з метою виявлення факторів впливу, що сприяють успішній діяльності;

провести в ході внутрішнього аудиту аналіз стратегії вищого рівня, з точки зору логістичної діяльності, що дозволяє врахувати контекст і задати загальні цілі, визначити її стратегічну сфокусованість і, можливо, сформулювати логістичну місію;

розробити загальні характеристики системи товарообороту, що дозволяють забезпечувати кращу доставку необхідних товарів та надання певного рівня обслуговування;

визначити конкретні цілі, за якими можна реалізувати кожен логістичний вид діяльності. Внутрішній аудит демонструє, наскільки ефективні поточні логістичні бізнес-процеси, і виявляє ділянки, де потрібно внести корективи;

реалізувати стратегію на практиці, та необхідність прийняття рішення на більш низьких рівнях;

відслідковувати фактичні показники, постійно прагнути до вдосконалення в умовах динамічного розвитку середовища, реалізовувати стратегічні цілі, забезпечувати отримання зворотного зв'язку.

Література

1. Логістичні стратегії в торгівлі URL: https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/ebee6b4b3d12d4cd18180f0f18338a1a.pdf (дата звернення: 24.01.2021)

Ткаченко Г.А.
аспірантка
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Логістика є інструментом раціонального використання ресурсів, скорочення витрат часу і грошей на шляху доведення продукції до споживачів. Можливості логістики в підвищенні ефективності процесів закупівлі, транспортування, зберігання і розподілу матеріальних потоків визнані в усьому світі і використовуються в усіх сферах людської діяльності, у тому числі і в сільському господарстві. В Україні аграрна логістика почала активно розвиватися нещодавно, але бізнес уже повною мірою оцінив роль і високу ефективність логістики. Отже набуває актуальності формування нових підходів до управління аграрними підприємствами на принципах логістики, що сприятиме забезпеченню їх конкурентоспроможності.

Ключовим завданням логістики в аграрній сфері виступає утворення інтегрованої ефективної системи регулювання та контролю за матеріальними і інформаційними потоками аграрних підприємств, котра забезпечить високу якість поставки продукції. Враховуючи специфічні особливості аграрного виробництва, агрологістика виступає джерелом формування додаткового прибутку за рахунок зменшення витрат внутрішньогосподарських на комплекс логістичних заходів.

Система аграрної логістики є особливим видом логістичних систем, існування котрих тісно пов'язане з виробництвом продукції із сільськогосподарської сировини, її зберіганням, переробкою та доведенням до споживача. Ключовою метою існування агрологістичних систем виступає задоволення потреб споживачів і зменшення витрат на виробництво і переробку сільськогосподарської продукції. Ефективність існування логістичної системи залежить від точності економічного механізму функціонування останньої. Під економічним механізмом логістичних систем аграрних підприємств варто розглядати комплекс специфічних форм та важелів, взаємодія яких забезпечує існування логістичних систем і ефективність управління ними, що в перспективі виведе підприємство на вищий рівень розвитку зміцнить його положення на ринку.

О.П. Величко наголошує на тому, що: «сьогодні в галузі управління аграрним бізнесом здійснюються спроби розширення сфери застосування логістичних методів. Теоретико-методологічні й прикладні напрацювання логістичного менеджменту активно впроваджують в операційну та стратегічну діяльність багатьох сільськогосподарських підприємств. У практичній роботі підприємницьких організацій зворотна віддача виявляється в конкретному економічному ефекті від скорочення витрат і часу на трансформацію ресурсів у логістичних системах. Численні дослідження особливостей логістичного менеджменту орієнтовані на інтеграцію всіх функціональних сфер, що пов'язані

з проходженням матеріального потоку від виробника до споживача в єдиний комплекс» [1, с. 104].

Розглянемо більш детально сутність логістичних бізнес-процесів. Логістичний бізнес-процес виступає взаємопов'язаною сукупністю операцій і функцій, що переводять ресурси підприємства (при управлінні товарними і супутніми потоками) в результат, що задається логістичною стратегією підприємства. Тобто логістичні бізнес-процеси – це процеси, які зосереджені на плануванні руху матеріалів, закупівлі, виробництві і поставці товарів споживачам. Зважаючи на те, що об'єктом логістичного управління є потоки, потокові процеси, будь-які процеси, що пов'язані з переміщенням будь-чого, управління логістичними бізнес-процесами підприємства можна визначити як інтегроване управління бізнес-процесами з просування продукції і супутніх потоків від джерела їх виникнення до кінцевого споживача з метою досягнення максимальної ефективності діяльності підприємства [2, с. 318].

Логістичні бізнес-процеси є основою забезпечувальних процесів аграрних підприємств. Значної уваги при цьому вимагає логістична координація матеріальних, інформаційних та фінансових потоків, забезпечення узгодженої праці в процесі підготовки аграрного виробництва, закупівель, транспортування, постачань і виробничо-технологічної комплектації.

Дієве управління бізнес-процесами аграрних підприємств дає змогу зменшити різні види запасів, забезпечити контроль за обсягом незавершеного виробництва, знизити ризики, прискорити процеси руху продукції і оберненість капіталу, забезпечити синхронізацію постачань матеріально-технічних ресурсів, що сприяє високій ефективності усього циклу аграрного виробництва.

Важливим напрямом логістичного менеджменту аграрних підприємств є застосування інструментарію логістики щодо регулювання матеріального забезпечення їх господарської діяльності за допомогою оптимізації придбання основних виробничих засобів та інших матеріалів для формування та оновлення відповідно до потреб виробничого процесу парку машин, обладнання та виробничих запасів [3, с. 19].

Важливо зауважити, що в аграрних підприємствах логістична діяльність охоплює такі три ключові процеси:

– заготівля;

– виробництво;

– збут.

У відповідності до ключових процесів господарської діяльності аграрних підприємств виокремлюють такі основні види логістики, як:

– логістика постачання;

– заготівельна;

– виробнича;

– логістика збуту.

Досліджуючи логістичну діяльність аграрних підприємств як практичну реалізацію комплексних логістичних функцій, котрі групуються на логістичні процеси і логістичні операції, варто наголосити на тому, що застосування науково-методичного інструментарію й практичних досягнень логістичної науки

в аграрній сфері ускладнюється специфічними особливостями аграрного виробництва. Логістичний процес виступає організованою в часі послідовністю виконання логістичних операцій, що дає можливість досягти поставленої мети. До логістичних процесів належать ті, котрі пов'язані із зміною параметрів простору, часу, форми, властивостей логістичних потоків.

Логістичний процес в аграрних підприємствах можна представити у вигляді ланцюга із трьома ланками «постачальник – аграрне підприємство – споживачі», котрими рухаються два взаємопов'язані потоки:

- інформаційний (збір та обробка інформації, коли самі матеріальні потоки ще відсутні);
- матеріальний (транспортування вантажів, складування, перевантаження тощо).

Інформаційний потік передує матеріальному, тому що являє собою рух та зберігання інформації, що є необхідною для координації логістичних функцій за рахунок виконання таких основних дій, як:

– продуктово-ринкове прогнозування;
– аналіз поточного стану;
– оперативно-календарне планування матеріального потоку;
– планування потреби в матеріалах.

Матеріальний потік являє собою рух і зберігання матеріалів та товарів, який уключає постачання, підтримку виробництва й фізичний розподіл. Постачання та фізичний розподіл – зовнішні елементи матеріального потоку, а підтримка виробництва – внутрішнім. Оскільки матеріальні процеси завжди супроводжуються переробкою інформації (оформлення транспортних документів, облік руху вантажів тощо) з початком матеріального вантажопотоку операції інформаційної підсистеми й матеріальної підсистеми відбуваються паралельно.

Підсумовуючи вищенаведене наголосимо на тому, що логістична діяльність аграрних підприємств, котра здійснюється із урахуванням загальної стратегії діяльності підприємства, виступає дієвим засобом здійснення конкурентної боротьби.

Література

1. Величко О. П. Розвиток логістики в системі менеджменту підприємств аграрної сфери економіки : дис. д-ра екон. наук : 08.00.04. Дніпропетровськ. 2016. 566 с.

2. Солодка О.В. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів як спосіб їх вдосконалення. Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка» Логістика. 2010. № 669. С. 317-322.

3. Коєв О., Яценко К. Теоретичне обґрунтування пріоритетних напрямів логістичної діяльності в аграрному секторі. Студентський науковий вісник. Економічні науки. 2019. Вип. 1 (18). Ч. 1.С. 17-21.

Тулякова А.О.
студентка
Сумський державний університет
Замора О.М.
к.е.н., доцент
Сумський державний університет

МІЖНАРОДНА ТЕХНІЧНА ДОПОМОГА ЄС ДЛЯ УКРАЇНИ: ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ГРАНТОВИХ ПРОЕКТІВ У РАМКАХ ПРОГРАМ «ЕРАЗМУС+» ТА «ГОРИЗОНТ 2020»

Поточний етап розвитку суспільства характеризується прискоренням глобалізаційних та трансформаційних процесів. Вибір України щодо інтеграції з Європейським Союзом відкриває нові можливості для розвитку та підвищення національної конкурентоспроможності. Одним з інструментів реалізації інтеграційної стратегії, яка є одним з пріоритетних напрямів сучасної зовнішньої політики України, є залучення міжнародної технічної допомоги.

У вітчизняних наукових та експертних колах точиться дискусія щодо ефективності форм міжнародної допомоги, які вже реалізовані та наразі імплементуються в Україні. Вона порушує проблеми недостатнього рівня причинно-наслідкового зв'язку між зовнішньої допомогою країнам та її внутрішніми результатами, неврахування внутрішньополітичного становища країни-реципієнта, виявлення комерційної пріоритетності у рішеннях донорів. Вказані позиції зумовлюють необхідність системного аналізу результатів впровадження відповідних проектів з міжнародними організаціями з метою оптимального планування співпраці з ними в майбутньому.

Метою даної роботи є характеристика міжнародної технічної допомоги ЄС для України шляхом аналізу досвіду реалізації відповідних грантових проектів, визначення їх змісту, типологізації та надання оцінки ефективності.

Міжнародна технічна допомога забезпечує сталі темпи економічного зростання, розвиток партнерства між країнами, надає підґрунтя для ефективного здійснення реформ, яких так потребує українське суспільство. Тому важливою є оцінка результатів такої допомоги у контексті задач входження до нового економічного укладу, підвищення якості життя громадян, зміцнення позицій держави на міжнародній арені.

На сьогодні питання, пов'язані з залученням міжнародної технічної допомоги в Україні, регулюються двома основоположними документами: Законом України «Про міжнародну технічну допомогу» та Постановою Кабінету Міністрів України «Про створення єдиної системи залучення використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги». Відповідно до цих документів, термін міжнародної технічної допомоги визначається так: «фінансові та інші ресурси та послуги, що відповідно до міжнародних договорів України надаються донорами на безоплатній та безповоротній основі з метою підтримки України». [1] З огляду на таку дефініцію ключовим видається питання

забезпечення відповідності такої підтримки реальним потребам розвитку сучасного українського суспільства.

Маючи на меті полегшення фінансових операцій, а також підвищення ефективності залучення коштів, освітні проекти, що реалізуються за підтримки Європейського Союзу, реєструються в Україні як проекти міжнародної технічної допомоги. У такий спосіб оптимізується здійснення грантових проектів у рамках програм «Еразмус+» та «Горизонт 2020».

Одним з методів покращення якості освіти в Україні, підвищення ефективності професійної підготовки й використання потенціалу талановитих людей, а також модернізації закладів вищої освіти виступає реалізація проектів у рамках освітніх й дослідницьких програм за підтримки Європейського Союзу. «Еразмус+» має на меті сприяти розвитку співробітництва в сфері освіти, професійної підготовки, молодіжної політики та спорту. Програма реалізується у відповідності до Болонського процесу, до якого Україна приєдналася у 2005 році. «Еразмус+» вбачає перспективи у проектах співпраці між країнами-членами задля розвитку інновацій та обміну успішними практиками у галузі вищої освіти.

В останні роки вагомого значення серед закладів вищої освіти набула академічна мобільність, важливість якої також пояснюється розвитком інтеграційних процесів. Цей один з ключових напрямів програми «Еразмус+» забезпечує партнерство європейських університетів з 192 закладами вищої освіти в Україні. Зараз Україна користується статусом партнера в проектах Альянсу знань «Еразмус+», впроваджує 48 проектів міжнародної співпраці задля Розвитку потенціалу у сфері вищої освіти. З 2014-го року було профінансовано 29 проектів Стратегічних партнерств за участю України. [2]

Підтримка реформування у сфері вищої освіти є одним з пріоритетних напрямів діяльності «Еразмус+». Усього в Україні за цим напрямом було реалізовано 5 проектів. Два з них були присвячені забезпеченню ефективності подальшої діяльності програми через створення «Національного Еразмус+ офісу в Україні», а також «Національної команди реформування вищої освіти». [3]

Важливо зазначити, що якщо діяльність програми «Еразмус+» спрямована на розвиток потенціалу майбутніх досліджень, то «Горизонт 2020» фінансує безпосередньо їхню реалізацію. «Горизонт 2020» є фінансовим інструментом виконання лісабонської стратегії Європейського Союзу до 2020 року «Європа 2020». У зв'язку з реалізацією умов асоціації з ЄС, Україна з 2015 року мала право приєднатися до виконання декількох завдань цієї стратегії. Програма «Горизонт 2020» – це найбільша Рамкова програма Європейського Союзу, що спрямована на фінансування двох видів діяльності: досліджень та інновацій. Її функціонування підтримує Мережа національних та регіональних контактних пунктів по всій Україні, а також новий портал «Горизонт 2020». [4]

Програма надає можливість багатьом українським науковцям розкрити свій потенціал саме на вітчизняній території. За роки діяльності «Горизонт 2020» в Україні було підписано 203 грантових угод на суму 38 млн 358 тис євро. Найбільш активно українські вчені проявили себе за тематичним пріоритетом

«Суспільні виклики», а найбільшою кількістю реалізованих проектів відзначився Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. [5]

Відтак, варте уваги визначення перспектив подальшої інтеграції України в систему міжнародних відносин, використовуючи при цьому результати технічної допомоги міжнародних інституцій. Україні варто посилити використання ефективних практик залучення міжнародної технічної допомоги в сферу освіти та науки. Також потрібно спрямувати роботу суб'єктів-отримувачів на допомогу у вирішенні задач сталого соціально-економічного розвитку суспільства.

Отже, на сьогодні для вирішення вкрай гострої проблеми незадовільної якості життя населення, окрім розвитку наукових та інноваційних напрямків, Україна потребує розробки та реалізації регіональних та локальних проектів сталого соціально-економічного розвитку. Запорукою успішності таких проектів є визначення «точок зростання» економіки та організації на цій основі суб'єктів господарювання з високою додатковою вартістю. Зрозуміло, що міжнародна технічна допомога від Європейського Союзу може сприяти виконанню таких задач. Дослідження та інновації («Горизонт 2020»), освіта, професійна підготовка, молодіжна політика, спорт («Еразмус +) – вкрай важливі напрями, що можуть бути безпосередньо пов'язані зі сталим розвитком України. Аби забезпечити такий зв'язок, потрібно аналізувати досвід використання технічної допомоги з метою визначення ефективних перспективних практик.

Література

1. Про створення єдиної системи залучення, використання та моніторингу міжнародної технічної допомоги. *Верховна Рада України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/153-2002-п#Text (дата звернення: 24.12.2020).

2. Проєкти співпраці. *Національний Еразмус+ офіс в Україні*. URL: https://erasmusplus.org.ua/erasmus/ka2-proekty-spivpratsi.html (дата звернення: 24.12.2020).

3. Підтримка реформ у сфері вищої освіти. *Національний Еразмус+ офіс в Україні*. URL: https://erasmusplus.org.ua/erasmus/ka3-pidtrymka-reform.html (дата звернення: 24.12.2020).

4. Горизонт 2020. *Міністерство освіти і науки України.* URL: https://mon.gov.ua/ua/tag/gorizont-2020

5. «Горизонт 2020» в Україні: 203 грантових угоди на суму понад 38 млн євро. *Міністерство освіти і науки України.* URL: https://mon.gov.ua/ua/news/gorizont-2020-v-ukrayini-203-grantovih-ugodi-na-sumu-ponad-38-mln-yevro

Хацер М.В.
к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва,
менеджменту організацій та логістики
Запорізький національний університет
Михайлик О.К.
студент факультету менеджменту
Запорізький національний університет

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛОГІСТИЦІ

Сучасне висококонкурентне середовище, що є базисом функціонування і розвитку економічних систем на макро-, мезо-, мікрорівнях висуває нові вимоги до окремих суб'єктів господарювання, галузей та національних економік. При цьому все більшого значення набуває розвиток логістики та побудова сучасної її інфраструктури, а також інституціонального середовища, де ключове місце займають передові технології на основі інформаційного забезпечення. Відзначаємо наявність значних проблем щодо розвитку логістики в Україні, а також впровадження сучасних технологій у цю сферу господарювання. Так згідно Індексу ефективності логістики (The Logistics Performance Index), що був розроблений та запроваджений Світовим банком (The World Bank) у 2007 році, Україна підвищила свій рейтинг лише на 7 місць, з 73 місця у 2007 році до 66 місця у 2018 році. При цьому Україна значно відстає не тільки від економічно розвинутих країн, але і від країн, що відносяться до країн, що розвиваються з середніми доходами та доходами нижче середнього (Чілі – 34 місце у рейтингу 2018 року; Малайзія – 41 місце у рейтингу 2018 року; Руанда – 57 місце у рейтингу 2018 року) [1]. Так, тільки українське аграрне виробництво через проблеми у розвитку логістики кожен рік втрачає від 0,6 до 1,6 млрд. дол. США [2]. Наведена ситуація робить дослідження проблем розвитку логістики та розробки шляхів їх усунення одним з головних завдань для наукової спільноти країни.

Проблеми розвитку логістики в Україні та запровадження інновацій у цій галузі економіки країни, у тому числі в межах використання інформаційних технологій, знаходяться у фокусі досліджень значної кількості науковців, де можливо виділити напрацювання: М.В. Бойченко [3]; Р.В. Ціщик та Н.В. Котис [4]; О.В. Громової та Ю.І. Петриковець [5]; Т.О. Колодізєвої та Г.Р. Руденко [6]; Л.О. Кустріч [7]; Ю.Ю. Петруні та Т.О. Пасічник [8] і ін. У той же час сучасні процеси розвитку економіки України, логістичної системи країни, логістики у світі, а також інформаційних технологій вимагають продовження досліджень відносно ідентифікації проблем та пошуку шляхів їх вирішення в українській логістичній сфері.

Сучасні технології, переважно у сфері програмного забезпечення, займають все більше місце у функціонуванні логістичних компаній та побудові логістичних систем на підприємствах. Відзначаємо значні напрацювання у цьому напрямку у економічно розвинутих країнах. У той же час Україна

недостатньо використовує потенціал інформаційних та інших сучасних технологій відносно розвитку власної логістичної системи, а також окремих суб'єктів підприємницької діяльності.

Вважаємо доречним розкрити ключові напрями імплементації сучасних технологій в логістиці, а також навести позитивні аспекти і проблеми їх використання в логістичній сфері країни. До таких напрямів слід віднести:

1. Обробка великих обсягів інформації. Наголошуємо на значних можливостях щодо обробки великих обсягів інформації завдяки відповідному програмному забезпеченню, а також використанню штучного інтелекту та програм його навчання. Наведений напрям використання сучасних технологій дозволив логістичним компаніям значно скоротити витрати на персонал, зменшити час обробки замовлень та кількість операційних помилок. Щодо проблематики використання його в Україні відзначаємо вартість програмного забезпечення та необхідність підвищення кваліфікації персоналу, особливо керівників вищої та середньої ланки.

2. Роботизація складських приміщень та ведення консультацій (робо консультанти). Впровадження таких сучасних технологій дозволяє логістичним та іншим компаніям підвищити швидкість обробки вантажів і зменшити витрати людської праці на таку обробку. Окремо відзначаємо зменшення кількості персоналу для проведення початкових етапів перемовин з клієнтами та супроводження угод. До проблем використання роботизації в Україні слід віднести: необхідність модернізації частини логістичних комплексів; вартість запровадження технологій; дефіцит програмних продуктів та спеціалістів.

3. Контроль за етапами логістичних операцій у режимі реального часу. Запровадження можливості контролю, у тому числі не зважаючи на територіальний аспект проведення етапів операції, дозволяє керівництву та менеджерам оперативно реагувати та усувати проблеми в операціях, що значно зменшує витрати та втрати, а також дозволяє зменшити рекламації клієнтів. Проблематикою для запровадження в Україні таких сучасних технологій є: технічна непідготовленість частини операторів ринку логістичних послуг; вартість запровадження технологій та підготовки спеціалістів; не готовність частини менеджерів та керівників вітчизняних підприємств реагувати на проблеми в режимі реального часу.

4. Збільшення відсотку автономності транспортних засобів. Наведена технологія дозволяє зменшити витрати на персонал, а також помилки персоналу, особливо, що стосується аварій на транспортних засобах та у складських комплексах. Проблематикою для України є необхідність: значної модернізації транспортних засобів, що беруть участь у логістичних операціях; реконструкції більшості складських комплексів та терміналів в країні; підвищення якості логістичної інфраструктури в країні, у тому числі автомобільних та залізничних доріг; докорінної зміни у підготовці частини персоналу логістичних компаній; нести значні додаткові витрати.

5. Підвищення простоти використання програмних продуктів та їх інтерфейсів, а також зменшення вимог до персоналу відносно використання програмних продуктів. Наведений напрям запровадження сучасних технологій в

логістиці дозволяє зменшити вимоги до персоналу, а також витрати часу та інших ресурсів на його підготовку. До проблематики імплементації цього напряму в Україні слід віднести необхідність адаптації програмних продуктів та їх інтерфейсів до мови спілкування персоналу і клієнтів компанії (російська та українська мови) або необхідність підвищення рівня знання персоналом підприємства іноземних мов (переважно англійська та німецька мови).

Підсумовуючи проведене дослідження можемо зазначити, що українські підприємства сфери логістичних послуг, а також інші підприємства, що мають розгалужені логістичні системи потребують активізації процесів імплементації сучасних технологій з акцентом на інформаційні технології. При цьому впровадження таких технологій повинно відбуватись з врахуванням оцінки впливу на фінансово-господарську діяльність таких суб'єктів господарювання, як позитивних, так і негативних сторін цих технологій.

Література

1. The World Bank. The Logistics Performance Index. URL: https://lpi.worldbank.org/international/global/2018 (дата звернення 21.01.2021).

2. Самойдюк М. Аграрії України втрачають до 1,6 млрд. доларів через нерозвинену логістику / М. Самойдюк. URL: https://www.railinsider.com.ua/en/agrariyi-ukrayiny-vtrachayut-do-16-mlrd-dolariv-cherez-nerozvynenu-logistyku-ekspert/ (дата звернення 21.01.2021).

3. Бойченко М.В. Проблеми транспортної логістики вантажних перевезень в Україні. *Вестник экономической науки Украины*. 2018. №. 2 (35). С. 22-26.

4. Ціщик Р.В., Котис Н.В. Статистичний аналіз структури та тенденцій розвитку логістичного ринку України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. №. 3 (1). С. 54-59.

5. Громова О.В., Петриковець Ю.І. Логістичний підхід до організації вантажних перевезень залізничним транспортом. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 64. С. 203-209.

6. Інноваційні технології в логістиці: навчальний посібник. Т.О. Колодізєва, Г.Р. Руденко. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. 268 с.

7. Кустріч Л.О. Логістичні інновації як основа управління підприємством. *Економіка та держава*. 2020. №. 2. С. 10-14.

8. Petrunya Y.Y., Pasichnyk T.O. Impact of modern technologies on logistics and supply chain management. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. №1. pp. 130-139.

Шлапак А.В.
студентка
Лисенко М.О.
к.е.н.
Запорізький національний університет

ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОНОВЛЕННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Зараз галузь залізничних перевезень знаходиться в тяжкому кризовому стані - погіршення фінансової ситуації, відсутність фінансування для реалізації певних проектів та введення інновацій, відсутність компенсацій пільгових перевезень призвело до неможливого подальшого розвитку компанії.

Залізничний транспорт є однією з провідних галузей народного господарства і характеризується найвищою фондо- і капіталоємністю продукції. Щорічно залізниці втягують в інвестиційний «оборот» значну кількість інвестиційних проектів, які потребують відповідних обсягів фінансування. У зв'язку з цим основним завданням залізниць стає забезпечення залучення ресурсів і підвищення контролю за їх цільовим використанням [1 с.112-115].

В умовах реформування галузі назріла необхідність нової організації інвестиційного процесу. Сьогодні відповідно до стратегії розвитку залізниць на середньостроковий період потрібно формування інвестиційної програми на трирічний період з урахуванням, зокрема, концепції виділення окремих видів бізнесу в конкретне середовище.

Новим підходом при формуванні інвестиційної програми є поступовий перехід від принципу формування програми по залізницях і господарствам до принципів управління інвестиційними проектами, які широко застосовуються на Заході.

Формування системи управління інвестиційними проектами дозволить підвищити ефективність інвестицій, а також чітко розмежувати відповідальність основних учасників інвестиційного процесу (інвестор, керуючий проектом, замовник, підрядник, балансоутримувач) і організувати взаємопов'язану роботу різних служб, що беруть участь в реалізації проекту. Основні переваги цього методу зображені на рис. 1 [1 с.112-115]

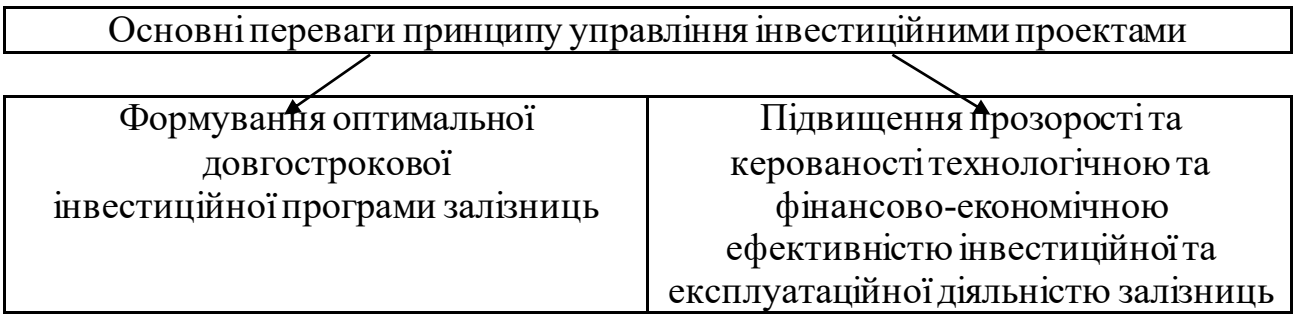


Рис. 1. Переваги управління інвестиціями

З 2020 року в Україні доцільно впроваджувати принцип бюджетування інвестиційної діяльності залізниць (як це зроблено в Росії і Казахстані). Перехід до бюджетного формування інвестиційного процесу дозволить підвищити контроль за інвестиційною діяльністю і реалізувати проектний принцип формування інвестиційної програми.

Система інвестиційних бюджетів будується на основі формування зведеного інвестиційного бюджету і бюджетів інвестиційних проектів з об'єктним наповненням, складений з урахуванням генеральної схеми розвитку залізничного транспорту України на планований період. Зведений інвестиційний бюджет і бюджети інвестиційних проектів розділені на блок витрат, що відображає стан об'єктів проектів і плановану суму витрат по ним, і блок фінансування, що відображає рух грошових коштів по об'єктам інвестиційного проекту. [2 с. 94-97]

Реалізація системи проектного фінансування повинна знайти відповідне відображення в системі обліку і звітності Укрзалізниці. В першу чергу потрібна побудова управлінського обліку і контролю, гнучкої системи внутрішнього обліку, яка дозволяла б оперативно отримувати достовірну інформацію про стан об'єктів інвестиційного проекту і оцінювати його відповідність параметрам бюджету. Крім того, необхідно побудувати систему обліку, яка дозволила б оцінювати вплив інвестиційного проекту на операційну діяльність Укрзалізниці, ефективність інвестиційного проекту.

Сьогодні життя змушує робити перші кроки в цьому напрямку; це, наприклад, реалізація двоколійної ділянки в напрямку Чорноморська-Берегова (порт Південний), автоматизована система комерційного обліку електроенергії - АСКОЕ, організація приміського швидкісного руху на ділянці Київ-Бориспіль і т.д. Впровадження повноцінної системи проектноорієнтірованного бюджетування дозволить чітко розподілити в певному часовому періоді витрати за центрами відповідальності і забезпечити їх облік та контроль. [2 с. 94-97]

У 2020-2021 рр. з метою формування системи проектного управління, впровадження принципу бюджетування інвестиційної діяльності потрібно створити Головне управління інвестиційної діяльності Укрзалізниці та видати наступні розпорядження:

- про регламент взаємодії учасників інвестиційного процесу при реалізації інвестиційної програми;
- про затвердження керуючих проектами. [1 с.112-115]

Даними документами визначається склад учасників інвестиційного процесу Укрзалізниці та порядок взаємодії між ними в ході реалізації інвестиційної програми, затверджується перелік проектів інвестиційної програми на 2020-2021 рр., призначаються керівники проектом - відповідальні за реалізацію відповідних інвестиційних проектів. [1 с.112-115]

Перелік інвестиційних проектів та керуючих по ним затверджується керівництвом Укрзалізниці. Необхідно розробити форми бюджетів і звітів інвестиційних проектів, замовлення-ордеру і замовлення-наряду, а також календарний графік їх надання.

Складність впровадження принципу проектного фінансування та управління інвестиційними проектами в Укрзалізниці обумовлена цілим рядом обставин, що склалися і перш за все вимогою дотримання цілісності інвестиційної програми:

- забезпечення сталої роботи та безперебійної роботи залізничного транспорту та в рамках регульованих державних тарифів;
- досягнення макроекономічних ефектів, виконання державних доручень і зобов'язань. [1 с.112-115]

Дані зобов'язання значно ускладнюють процес проектного фінансування і управління інвестиційною діяльністю, оскільки відповідно до перерахованих принципів значна частина інвестиційних ресурсів повинна бути спрямована на проекти, в яких складно або неможливо виділити який-небудь економічний ефект, що є серйозною перешкодою його оцінки.

При розробці системи бюджетування Укрзалізниці стикаємося з великим об'ємом різнорідної інформації, значною кількістю різного роду підходів в тому чи іншому регіоні, де знаходяться залізні дороги, частою зміною показників бюджетних форм і прийнятими термінами надання бюджетів Укрзалізниці, не завжди вдається пов'язати звітні форми інвестиційних бюджетів з іншими бюджетами Укрзалізниці.

Для вирішення цих проблем треба розробити програму автоматизованих систем управління інвестиційною діяльністю. Програма повинна бути введена в дослідну експлуатацію в частині автоматизованого процесу реалізації інвестиційної програми на підприємствах Укрзалізниці, а також структурні підрозділи апарату управління. Впровадження такої системи дозволило б отримувати дані в встановлені терміни в єдиному форматі, а також оперативно формувати різні форми звітів, що спростило б систему інтеграції інвестиційних бюджетів з іншими бюджетами Укрзалізниці.

Таким чином, впровадження проектного принципу побудови інвестиційної діяльності підвищить ефективність прийнятих управлінських рішень на всіх основних стадіях реалізації інвестиційних програм Укрзалізниці, сприятиме також залученню коштів для її розвитку.

Література

1. Симоненко Л. І. Інвестиційний процес в Україні в умовах перехідної економіки / Л. І. Симоненко // Фінанси України. – 2015. – №5. – С. 112-115.
2. Гетьман О.О. Економічне обґрунтування механізму функціонування підприємств у ринковому ієрархічному просторі / О.О. Гетьман // Вісник Дніпропетровського державного фінансово-економічного інституту: Економічні науки. – 2012. – № 2(6). – С. 94-97.

3. Комунікаційні зв'язки та інформаційні технології в агроменеджменті, підприємництві, торгівлі та біржовій діяльності

Hrynevych O.V.
PhD student
University of Cadiz, Spain

MAKING AGRICULTURAL SYSTEMS PROFITABLE AND SUSTAINABLE USING SMART FARMING TECHNOLOGIES: APPLICATION IN UKRAINE

At present, a turning point is coming in the development of agriculture at the global level, since against the background of demographic changes, increasing pressure on renewable resources and competition in the market for valuable resources, as well as the impact of the effects of climate change and the loss of biodiversity, the need for profound transformations at all levels of management is becoming more acute, this includes the agricultural system. Changing approaches to what and how is produced, processed, transported and consumed is necessary to achieve sustainable food systems, which are among the priorities of the Sustainable Development Goals (SDGs). In its turn digital agriculture has the potential to contribute to a more economically, environmentally and socially sustainable agriculture, while meeting the agricultural goals of a country more effectively. Both information and communication technologies (ICTs) and agriculture are important enablers for achieving the SDGs [2, p. 15].

One of the tools aimed at achieving this goal is the implementation of the concept of Industry 4.0 in the management of agricultural processes, namely the Agriculture 4.0 model, which uses smart and precision farming technologies, and is becoming popular and widely used nowadays. Agricultural sustainability can be achieved through the use of fewer specific chemicals and different pesticides, a balanced use of natural resources, and a reduction in CO2 emissions. Innovative technological solutions in this area can help farmers make informed decisions, leading to lower-cost and more productive and sustainable agricultural systems.

Information is the most important basis for making any important decisions, and the agricultural sector is not an exception, the data that is collected and then processed using the latest technologies in the field later turns into profitable decisions, of course, with effective management.

Productivity of industries has increases with quick improvement in manufacturing technologies and applications. With the use of Industry 4.0 in manufacturing process included integration of human for continuous improvement and focus on value adding activities and evading waste. This works illuminated the nine important pillars of industry 4.0, for example Big Data and Analytics, Autonomous Robots, Simulation, System Integration: Horizontal and Vertical System Integration, The Industrial Internet of Things (IOT), Cyber security and Cyber Physical Systems (CPS), The Cloud, Additive Manufacturing and Augmented Reality with its applications in different field [1, p. 3596].

Agriculture is becoming more and more knowledge-intensive: farmers have to make increasingly complex decisions about the use of their farms, the agricultural commodities they plant, the markets on which to sell their agricultural products, and other major issues that affect their livelihoods and the well-being of society as a whole. They therefore have to change the way that they access and use information. [2, p. 1].

Sustainable agriculture depends on data availability. Smart farming tools support sustainable as well as profitable farming through a combination of processed satellite data and field observations, so farmers can make informed farming decisions much easier as they have a bottom line analysis of the situation in their fields. The use of various sensors, as well as weather stations significantly helps farmers decide how, where and when to allocate certain resources to improve environmental and economic results.Today, the production approach that dominated in the global agro-industrial complex in the second half of 20th century has changed in the most significant way and now it is a synergy of information technology, new materials and nanotechnology, energy, biotechnology and transport systems. Thus, after the "digitization" of the agricultural process, the agro-enterprise can be viewed as a digital system with a possibility to use such instruments as specific cloud platforms available for apply with a different functional set, with the help of which the user can choose his role (farmer, biotechnologist, consumer, etc.) and clearly see the results of the actions taken in the field and production process including whole product traceability.

The Ukrainian agricultural sector represents a cross-section of those socio-economic and scientific-technological processes that cover all economic sectors, where powerful transnational holdings modernized with the latest technology coexist with numerous small farms.

Meanwhile, it is the agro-industrial complex that claims to be the main demonstration platform for the results of the new technological revolution: the robotic technologies of «Industry 4.0» transfer almost all agricultural machinery to a deserted mode. The Internet of Things unite the entire production chain into a single ecosystem - from the creation of new fertilizers and species of animals and plants to the release of functional products that can dramatically improve human being, while the concept of a smart city expands the possibilities for vertical urbanized farms.

The Ukrainian agri-sector will have to solve a whole package of diverse tasks: from digital transformation and reduction of logistic losses to the search for new markets and multiple expansion of export potential. However, in last few years in Ukraine have been already done valuable steps on the way to the achievement of the sustainable and profitable agricultural systems, as were adopted several documents on the governmental level which are aimed to better organize the management of agri-sector and to promote the innovative technological applications and digitalization in this area. Mainly these initiatives are focused on the following priorities: land reform, food security, agri-food value chain development, and rural development and the revival of the Ukrainian village.

As well according to the report of FAO for 2020 one of the stressed positive moments was that in recent years Ukraine has demonstrated significant interest in new technologies in agriculture. There are around 70 agritech start-ups at various stages of development and involved in different phases of activity: farm management solutions

(hardware developers), precision farming solutions (hardware developers), drone-based and remote sensing solutions, and urban farming start-ups. The domestic start-up ecosystem, including business accelerators and venture capital companies, is growing around the Ukrainian agritech industry. Also, large Ukrainian agricultural holdings are becoming increasingly involved in proprietary and joint agritech projects, working with e-agriculture companies such as Bitrek (telemetry equipment producer) and Craftscanner (automating adjustments of soil cultivation depth). There is also an association, AgTech Ukraine, to promote the role of IT in agriculture [2, p 55].

Smart agriculture offers many opportunities for strengthening agricultural systems and improving agro-management, in addition, it helps to reduce the impact on the environment, which contributes to the achievement of one of the main goals of sustainable development. Smart farming provides with a wide range of instruments to reduce environmental impact and ensure sustainable development. The use of field-specific inputs, or the minimal use of inputs such as pesticides and fertilizers, can help mitigate environmental problems. The introduction of new technologies makes it possible to create a specific platform through which farmers can connect with each other and view the state of soils, animals and plants and match it with the needs of production resources, which will ensure the convenience of organizing agricultural activities.

In addition, smart farming makes it easier to achieve profitability in agriculture. The use of certain innovative tools to reduce resource costs provides farmers with the opportunity to generate significant labor savings and the need for reliable spatial data to reduce risks. This is due to the fact that smart agriculture is actively using technology in field-specific weather forecasts, mapping the likelihood of disasters and diseases, and forecasting yield.

Considering the trends in the development of digital agriculture and smart farming technologies, Ukraine on the way to transforming its agro-complex and promoting the strategic development of smart agricultural systems should pay attention to such points as:

• ICT indicators for agriculture need to be concidered, including sex-disaggregated data and data on smallholder farming.

• Particular attention should be paid to strategic approaches to the adoption and use of digital technologies for small and family farms.

• The farmer should be considered as a key figure of the strategy - this should not be “forgotten” during a process promoted by government agencies and other stakeholders, isolated from “end users”.

• Cooperation and knowledge sharing should be maintained and expanded with practitioners in this area.

• It is necessary to monitor and analyze data by region and period, and take into account innovations and approaches from related areas.

• A regional database for agricultural services and ICT projects should be created. Information technologies are a key for the introduction and application of smart agriculture. Professionals working in the agro-sector need to gain an understanding of how this concept works and regularly update their knowledge of innovative technologies, as smart agriculture has great potential to make agro-systems

profitable and sustainable, increase consumer acceptance, reduce costs and resources inputs.

References

1. Singh P. Crop Monitoring using Industrial Technology 4.0 In Smart Agriculture. *International Research Journal of Engineering and Technology*. 2020. Issue 6. Pp. 3594-3600.

2. Status of Digital Agriculture in 18 countries of Europe and Central Asia (2020). Retrieved from: https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Europe/Documents/Events/2020/Series%20of%20Webinars/20-00244_Status_digital_Agriculture-revFAOV4.0-MASTER-FILE-20-JUNE_REVIEW-FAO_PL_print%20(002).pdf (accessed on 04.01.2020).

Ivanova Y.
student
Zaporizhzhia National University
Kompaniiets L.
associate professor of Business Communication Chair
Zaporizhzhia National University

SOME ASPECTS OF COMMUNICATION LINKS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN AGROMANAGEMENT

Communications and information technology are one of the most important factors in business. According to surveys conducted at various enterprises, managers spend from 50% to 90% of all time on communication and technology development.

The importance of communication in management cannot be overestimated, because the communication process is a priority for achieving specific goals.

Communication can be both positive and negative. The positive character is an increase in demand, new customers and opportunities, an increase in the number of employees and, as a consequence, the opening of new branches in the country and abroad. Negative nature is ineffective communication, which is one of the main areas of problem. Negative communication can include misrepresentation of the message or information, incorrect data filtering, information overload, subjective evaluation and unsatisfactory trading structure.

Agromanagement is one of the few areas where traditional marketing is still fully operational, but it works quite effectively. Agromarketologists have a completely different set of communication tools compared to other marketers in the B2B segment (business-for-business), focusing mainly on offline channels.

A significant percentage of the target audience in the agro-industrial sector is conservatives, who have deeply established their traditional worldview in the depths of the fertile land. Many of them do not accept innovative methods of communication in messengers and social networks. They are a generation that stands for standard live communication and prefers paper documents instead of information technology in the world of the Internet.

The term «information technology» means a set of tools and methods of information processes, in particular the receipt, processing, storage, transmission of information using hardware and software [1].

The use of information technology in agricultural management, entrepreneurship, trade and exchange activities increases the productivity and efficiency of management, allowing faster and better performance of a large number of tasks.

Nowadays, agro-industry needs to optimize production in order to maximize profits, rational use of resources, including natural, environmental protection.

Development of enterprises and associations of agriculture, agroservice formations is provided by application of means of office equipment and communication, at the expense of informatization of tools, creation of the automated workplaces and information systems of branch and functional experts (the farmer, the

accountant, the economist, the agronomist, zootechnics, the mechanic and surveyor), the information basis of which is agro-technological planning, cost-price analysis, the system of financial and management accounting with the organization of information transfer between jobs.

Innovations that are introduced into information technology are likely to help increase the level of sales not only of a certain category of enterprises, but all that are on the market.

Information technologies in the agro-industry include:

- receivers-antennas of global positioning systems;
- geographical information system;
- sensors for remote measurements;
- onboard sensors [2].

Receivers-antennas of global positioning systems (GPS or GLONAS) should be installed on any object, machine or unit. They direct signals from satellites in the area of information reception. To accurately determine the location of the object in space and time, it is enough to receive signals from 3-4 satellites orbiting the globe.

Geographic Information System (GIS) is software that allows you to process and display spatial information, computerize and create electronic maps.

Remote sensors are used to measure soil temperature and humidity, determine the condition of plants (the presence of weeds, diseases and pests), crop yields. The action of remote sensors is based on laser radar, ultrasonic, electromagnetic installations, using infrared waves, spectrophotometers, visual cameras, atomic resonators.

Onboard sensors are used to monitor yields, determine the rate of sowing seeds, fertilizers, pesticides, water, lime; location and speed movement of equipment; measurement of technical parameters of movement of towing or traction machines.

Today, knowing yield maps, soil and other characteristics of fields, using global positional and geographical information systems, sensors, automatic devices of working parts of machines can independently establish the program of movement of the machine unit (for example, for watering or sowing of grain crops) and according to the set programs apply to a specific area of the field the appropriate amount of water or grain with certain impurities in the required proportions.

Developed countries have long realized that information technology can be of great benefit to agricultural management. In the USA, Japan, China and some European countries (Germany, Great Britain, Holland, Denmark) «precision agriculture» began to be engaged in 80s of last century. In Eastern Europe, the role of information technology in the agricultural sector has received attention only since the mid-1990s [3].

Information technology helps not only to harvest a good harvest every year, but to sell it expensively and on time, as well as to manage the economy as a whole.

Thus, the availability of the Internet due to the development of computer and other information and communication technologies is attracting more and more farmers. According to recent research, the use of computers on farms has increased by 30% since 2000, and the use by 42%.

In 2005, 49% of farms used the Internet as a management tool in their daily activities. The high pace of development of the e-commerce market also gives hope that in the near future it will be possible to purchase agro-products without leaving home or office.

In conclusion, it is worth noting that due to the widespread use of modern communication links and information technology, we can achieve better results in the agricultural sector. Crops are getting better, products are getting better. Manufacturers from anywhere in the world get the opportunity to present their product and sell it at a good price.

Therefore, the need for financing and implementation of electronic equipment in the agro-industrial complex, training of personnel capable of creating and applying information technology in business and trade, is obvious.

References

1.Розвиток і впровадження інформаційних технологій у сільському господарствіhttps://pidru4niki.com/1337101861366/informatika/rozvitok_vprovadzhennya_informatsiynih_tehnologiy_silskomu_gospodarstvi (дата звернення 15.01.2021)
2.Застосування сучасних інформаційних технологій у сільському господарстві, Єдамова А.М. http://www.pdaa.edu.ua/np/pdf2/27.pdf (дата звернення 15.01.2021)
3.Бар'єри (перешкоди) в комунікаціях https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1854/bar-yeri (дата звернення 16.01.2021)

Khatser Maxym
Ph.D. in Economics
Zaporizhzhia National University
Khatser Ganna
Ph.D. in Philology
Zaporizhzhia National University

INFORMATION TECHNOLOGIES AS A KEY FACTOR OF MODERN DEVELOPMENT OF UKRAINIAN AGRARIAN SPHERE

The agrarian sphere is becoming more important for the Ukrainian economy. This includes both investment attraction and the positive impact on employment, the salary level, innovation development as well as significant, mostly positive, horizontal, and vertical Spillover effects. At the same time, the potential of agrarian sector development and its impact on the national economy is not fully implemented due to the high level of non-perception of the latest aspects of financial, economic, and management activities by owners and heads of agricultural enterprises. First of all, it concerns the active use of information technology and its impact on enhancing the economic efficiency of agrarian producers. The issues given above require detailed research and development of ways to implement information technology (IT) more comprehensively in the financial, economic, and management activities of agrarian enterprises.

A great number of researchers study problems of IT implementation in the domestic agrarian sector of the economy and their impact on this sector of the Ukrainian economic system. The works by E.V. Kryvda and A.V. Kruchkovska [1]; O.V. Zelinska and S.M. Sukhotsiy [2]; L.I. Krachok [3]; O.P. Titova and O.M. Borodina [4]; O.M. Shvydenko [5]; Yu. Koester, S. Shumann and A. Lysytsia [6]; A. Kalinichenko and O. Chekhlaty [7]; T. Milyk and Yu. Milyk [8], and other can be distinguished. At the same time, permanent changes in the development of IT, the agrarian sector, and the Ukrainian economy demand the continuation of research in this area.

Analyzing IT as the modern key determinant of securing agrarian sector development of the Ukrainian economy, attention should be paid to preconditions, problems, and perspectives of such technology implementation in agriculture of the country. As regards preconditions of the increase of IT impact on the agrarian sector of the Ukrainian economic system, it is necessary to allocate the following ones:

1. The increase of the agrarian sector impact on country's economic system in general and its foreign trade activity. The increasing importance of the agrarian production and export of agricultural products sets a task for state institutions, local authorities, owners, managers and employees of agrarian enterprises, other participants in the market of Ukrainian agrarian products to increase the economic efficiency of production and sale, including exports of agricultural products, which cannot be achieved without the active implementation of information technology in agrarian production.

2. The growing role of IT in financial, economic, and management activities of business entities both in Ukraine and beyond its borders. Information technology itself has become a modern key factor of securing competitiveness increase of economic entities in all sectors of the world, international and national economic systems without any exceptions.

3. The increasing role and volumes of IT involvement by agrarian products manufacturers from both economically developed countries and developing countries that have a great impact on the world market of agricultural products.

4. Obtaining additional competitive advantages by agrarian producers through the implementation of IT within getting additional financial resources, insuring risks, improving the quality of management activity, increasing the efficiency of production processes, optimizing resource cost, especially labor force.

The problems of IT resources usage by Ukrainian agrarian producers should include:

1. Low-quality training of owners and heads/managers of Ukrainian agro-enterprises, particularly those that are middle and small in terms of their size, concerning the understanding of IT implementation advantages. The stated above leads to their neglecting or giving low-quality tasks to developers.

2. A lack of trained staff for supporting the development and efficient implementation of IT in financial, economic, and management activities of agricultural enterprises. Such a situation leads to the decline in the efficiency of IT implementation at agrarian enterprises or to the refusal of their introduction.

3. An insufficient understanding level of IT importance among heads/managers of middle management and employees of agricultural enterprises, which leads to the opposition of their implementation and sabotage of their usage.

4. Financial resources deficit, particularly among middle and small agricultural enterprises, and huge expenses on developing and implementation of IT in financial, economic, and management activities lead to the refusal of their usage or to the usage of low-quality or inept to economic entities goods.

In spite of the problem, IT has considerable perspectives for their implementation by agrarian producers from Ukraine, where the accent should be done on the following ways of problems solving or eliminating:

1. Activation of state power institutes and local authorities regarding support of the IT development and implementation by Ukrainian agrarian enterprises. While doing it, the support should be in the financial, informational, and consulting forms, as well as in the sphere of the staff training.

2. Both the increased focus on the foreign experience of IT implementation in financial, economic, and management activities of agrarian enterprises, and the implementation and adaptation of the most successful one for Ukrainian agricultural enterprises.

3. The accumulation of cooperation ties between Ukrainian producers of agrarian goods and the local IT sector to obtain the synergetic effect for the national economy.

The research has observed considerable possibilities for IT usage as a key factor of the modern development of the Ukrainian agrarian sphere.

Literature

1. Kryvda E.V., Kriuchkovska A.V. The implementation of IT in the sphere of agriculture / E.V. Kryvda, A.V. Kriuchkovska // Modern problems of economy and entrepreneurship. 2017. – N19. – P. 35-41.

2. Zelenska O.V., Sukhotska S.M. The modern IT implementation in agro-industrial complex / O.V. Zelenska, S.M. Sukhotska // Galytskiy economic journal. – 2016. – N2. – P. 148-152.

3. Krachok L.I. The latest technologies in agriculture: problems and perspectives of implementation / L.I. Krachok // Stable development of economy. – 2013. – N3. – P. 224-231.

4. Titova O.P., Borodina O.M. The analysis of justification of informatization and computerization of agricultural enterprises activity / O.P. Titova, O.M. Borodina // Economic analysis. – 2014. – N 18 (2). – P. 262-268.

5. Shvydenko O.M. Peculiarities and mechanisms of Internet-marketing implementation in agrarian enterprises / O.M. Shvydenko // Scientific journal of the National university of Ukrainian Bio resources and natural resources utilization. Economics, agrarian management, business. – 2013. – N181 (4). – P. 359-369.

6. Koester U., Schumann C., Lissitsa A. The agricultural knowledge and information system in Ukraine–call for reforms / U. Koester, C. Schumann, A. Lissitsa. – Kyiv:Agricultural Policy Report series. German-Ukrainian Agricultural Policy Dialogue, 2010. – 44 p.

7. Kalinichenko A., Chekhlatyi O. Information and communication support for the agricultural sector of Ukraine. [In book:] Proceedings of the International Conference on Communication, Management and Information Technology (Ed. Marcelo Sampaiode Alencar)/ A. Kalinichenko, O. Chekhlatyi // CRC Press, 2017, pp. 731–736.

8. Mulyk T., Mulyk Y. Innovations in the Agricultural Business: Problems and Prospects in Ukraine / T. Mulyk, Y. Mulyk //International Journal of Innovative Technologies in Economy. – 2020. – №. 1 (28). – pp. 9-18.

Kushch A.
student
Zaporizhzhia National University
Kurguzov A.
associate professor of Business Communication Chair
Zaporizhzhia National University

COMMUNICATION PROCESS MANAGEMENT

It is substantiated that in modern conditions of unstable external environments communication between people and organizations is becoming one of strategic management resources, needed to ensure efficiency and create new conditions for qualitative growth of enterprises. Therefore, the formation of mechanisms of enterprise communications management is becoming fundamentally important today.

The aim of the thesis is to generalize the approaches to communication management at enterprise and to expose innovative measures to improve communication process management.

Communication is an important component of the effective functioning of the enterprise. In most modern enterprises, communication has long ceased to be just a means of transmission information, and has become one of the most important tools for managing business relations.

The effectiveness of communications in the management system often determines the quality of management decisions. The purpose of communication is understanding and comprehension of transmitted information, because in itself the fact of information exchange does not ensure the effectiveness of communication. If communication is eliminated, an organization and its management cease to exist being managed, their activities become chaotic and uncoordinated. At the point of managing innovation enterprise communications it is important to understand the information needs and capabilities of its employees and have basic communication technologies in management [1, p. 97].

The exchange of information has a number of stages:

- the emergence of an idea; encoding and selection of the information transmission channel;
- information transfer; decoding; feedback.

Accordingly, some channels are selected to transmit a message corresponding to the type of characters, used for encoding. Most often, such channels are language transmission, written materials, electronic means of communication, transmission of information when the sender, using the selected channel, delivers a message to the recipient.

It is important that the characters have the same meaning for the recipient as for the sender, then the meaning of the message will be correctly understood. Accordingly, there are three aspects of communications: [2]

- the technical aspect is associated with the processes of information transfer from a single point, equipment or person to another through appropriate channels;

- the semantic aspect reflects the transmission and reception of information, including its understanding by the recipient;

- the pragmatic aspect takes into account the impact of received information on the behavior of recipients and the efficiency of the information usage.

All communication types of an enterprise can be divided into two large groups: external (between the enterprise and its environment) and internal (between management levels and units).

The first group includes communications, which provide the informational interaction of enterprises with the external environment – the media, consumers, suppliers, other counterparties, government regulators, NGOs, political and other groups.

Communications arising within the enterprise in the form of messages, discussions, telephone conversations, etc., are usually reaction to influences of external environment, i.e. appear as secondary. This group includes communications between different departments, between managers and subordinates, within a company unit, as well as inter-level and informal communications.

As has been already mentioned, communication can take place in different ways – in writing, orally, with the help of non-verbal cues, including gestures, facial expressions, body language, and through various channels both orally and in writing, by electronic means. Each of the methods and channels has its advantages and disadvantages, which determines the areas of their usage.

The sharp complication of the production system and convenience, the rapid development of information and computer technologies require the transition to new management technologies and, above all, to new communication methods and channels [3, p. 48].

Information and communication technologies are now an integral part of everyone's life, because they provide creation, storage, processing and access to information.

At the same time, special attention should be paid to communication processes aimed at enterprise development strategy with the use of integration of marketing communications. Communicative development strategies should be understood as a system of activities organized by employees of the enterprise, which are aimed at potential consumers of the product, through delivering information to the attention of the latter.

The main element of communication strategies is communication from the market position, which can be considered as a complex, multifaceted phenomenon that can cover all systems of relationships that determine the exchange of information between different market participants.

Today, the main role in building communication strategies is played by integrated marketing communications. The composition of integrated marketing communications can include a certain complex of information activities, which aims to understand the client, his needs and social awareness responsibility.

The main elements of integrated marketing communications are advertising and PR-technologies, which can be used at any stage of communication policy - from planning to product promotion in the region.

It should be noted that the successful functioning of an organization, the formation and existence of organizational culture, assimilation and preaching of corporate ideas and values is impossible without a well-established communication process. Communication creates favorable conditions for the disclosure of employees' professional and business qualities, promotes the development of their creative potential in order to create additional values and obtain the best result.

The conclusion is as follows. At the present stage, information technologies play a very important role in ensuring the effectiveness of communication management in the enterprise. The first of them is the rationalization of organizational relations and bringing the structure of the management staff in compliance with real production conditions. Building an effective communication system of the enterprise requires careful regulation and organization of all information flows.

Communication and information change have extremely important role in social life. A well-planned and effectively implemented communication system provides enterprises with opportunities to effectively exchange information between managers and employees in order to achieve the main goal of the organization: stable development and prosperity.

Therefore, effective communication at all levels – with consumers, suppliers, employees – is the same business resource as finance or time. An effective operation of communication system requires appropriate input resources, technologies and management interactions. All of those essentially affect the effectiveness of enterprise management and the result of its activities.

References

1. Duhonina O. (2015), "Management of enterprises in modern conditions", Finansovaja gazeta. Regional'nyj vypusk, vol. 10, pp. 96-99.

2. Poplavs'ka, Zh.V. (2013), "Zmina paradyhmy stratehichnoho upravlinnia na pidpryiemstvi v umovakh suchasnoho rozvytku" [The changing paradigm of strategic management at the enterprise in conditions of modern development], available at: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/26244/1/16-109-116.pdf (Accessed 24 Jan 2021).

3. Skibits'ka, L.I., Skibits'kyj, O.M. (2007), Menedzhment [Management], Center of Educational Literature, Kyiv, 234 p.

Nazdravetska V.R.
student of Faculty of Physical Education
Zaporizhzhya National University
Shmelkova G.M.
PhD in Pedagogics
Associate professor of Business Communication
Zaporizhzhya national university

ROLE OF COMMUNICATION AND INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS DURING PANDEMIC

Nowadays information is one of the most important resources in our world. The advantages of information and communication are rapidly changing, especially now. The world has been changed after the pandemic and business sector starts to work from new page. Technology plays key role in rebuilding economies after pandemic. In the recently use of internet services are growing. It is hard to image work without information technology because now it is became our world.

Dominant industries like transportation, tourism, healthcare, public services very affected by the effects of the pandemic. But all of us live in the age of technology and we found a solution to this situation. Information technology allows businesses to easily hold virtual meetings with staff and clients around the world without having to spend time and money on travel. All of people now work at home and it is require more use information technology for communication such as video chat, email and conferencing software. At the same time, employees can share the information and have access to the all of technology. To establish contact with customer in business sector companies can use social media. It will help to keep in touch 24/7 with their customers and, of course, more efficiently. They can work remotely even after pandemic so their company can save on costs. The benefits of using communication and information technology are extensive. Technology has been and will continue to be an important part of our life.

Business communication through internet has particularly influenced how businesses communicate with their staff, customers, and partners. Employees can use wired tools hold video meetings, discuss project and for connection with clients. But coronavirus has been spreading quickly. The world, especially United States, Europe has many losses. In every corner of the world need to rebuilding economy and, of course, it`s impossible to make if works together because virus don`t know any borders.

Digital and information technologies help to continue social activity during pandemic. After virus entered in our lives all of companies and even schools and universities closed their doors. But communication through internet put back students and employees to work and school, which leads to increase demand for work online and learning all of information systems. Now people start opening online school for learning use of communication and information technologies and it is very help back to normal life where people don`t go to office but they have work. The pandemic stopped offline activities, but people have not stopped and will be living and working online. If use this way it is possible to rebuilding economy and back to normal life.

«Communications-based systems that facilitate the processing, storage, and management of image-based data require the use of several related technologies.»[**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, p 238-239]. If employers use several related technologies at the same time, this will help to achieve the most positive result in online offices. People can work together and use all technologies. It will help to achieve the desired result in the much shorter time.

«The main criteria for success in business were professional management, the ability to ensure the effective work of personnel, correctly identify, design, implement and improve business processes, and effectively conduct organizational, administrative and business activities. In these conditions, modern information technologies and integrated information systems created on their basis are becoming an indispensable tool in ensuring the achievement of strategic goals and sustainable development of companies and organizations. » [2] For positive result of using information technologies and communication need not just work through internet but also need to develop all of used tools.

Rebuilding economy during and after pandemic it is not just about one company. It is about the entire world, countries must connect and work together to recover the pandemic. The best way to communicate between governments, companies and people is to use technical devices and internet connection.

References

1. Steve G. Sutton, Ulric J. Gelinas Jr., Jane Federowitz: Business Processes and Information Technology, 2008

2. Information technology: current status, role in business. 2019. URL: http://khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/itob/itob01.html.

Shavkun I.G.
Doctor of Philosophy, Professor,
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine.
Dybchinska Y.S.
PhD in Philology, associate professor,
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine.

THE COMMUNICATIVE ASPECT OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF INFORMATION ECONOMY

In the context of globalization, the quality and potential of human capital as the most important determinent of historical development have acquired key importance for the life quality of any society, state and international community as a whole. Human capital is a socio-cultural resource of the society that ensures social progress due to productive and innovative activities. It is viewed as a driving force for the development of a modern innovative economy, or «information economy» capable of responding to the challenges caused by dialectical changes in space and time of world civilization.

The concept of human capital was first introduced into economic terminology by Th. Schultz: «All human resources and abilities are either born or acquired. Each person is born with an individual complex of genes that determines his innate human potential. All valuable qualities that are acquired by a person and enhanced by appropriate investments can be defined as human capital» [1].

Human capital is understood as a system of people's economic activities, accumulating their energy forces. As an important factor of economic growth it presupposes the properties of labor activity subjects that (being their intrinsic property) allow them to function positively in the socio-economic environment. In other words, it is a set of inalienable abilities, knowledge and skills that act as human potential plus the readiness of individuals to perform socially essential functions. At the same time abilities are the core of the human potential structure, while the basis is needs.

Human potential should be considered as a strategic component of human capital, since it represents the potential for developing professional knowledge and skills and adapting to market changes in order to generate income and profit. In other words, human potential is realized in human capital in the course of hired labor activity. The influence of the mechanism of motivation triggers needs and abilities.

Hence to transform human potential in the human capital of the organization there are necessary appropriate actions the most important of which is motivation. It is the process that enables the manager to encourage employees to realize their abilities, directing and organizing their human potential in order to actively meet their needs to achieve personal goals or the goals of the organization.

All processes occurring in the organization are considered as continuous relationships between individuals and groups in order to make decisions and organize their implementation. Successful human capital management involves not only the management of the company's human potential as a set of abilities and needs of the individual, but also his or her readiness to perform socially essential functions in the organization. The latter is impossible without effective organizational communication.

The importance of communication in any organization is determined by the fact that it affects the level and quality of managerial decision-making, since it interacts with the external environment. On the other hand it also ensures the state of the internal environment by providing the functioning and interaction of people, structure, goals, technology and objectives of the organization. In addition, it is communication that creates an informal structure in the process of the organization functioning and contributes to the convergence of the formal structure with it.

This is a multifaceted process of developing contacts between people, generated by the needs of joint activities that obviously covers three sides: communicative (information transfer), interactive and perceptual [3]. The above mentioned may entitle to assume that in a broad sense communication involves an exchange of information, knowledge, experience, and even human emotions.

Modern companies operating in the context of economic globalization and high competition treat the process of organizational communications managing among the most important functional management subsystems aimed at implementing information exchange between the subject and the object of management as well as regulating the process of emotional and intellectual management information exchange. Besides it ensures team building to achieve the tasks of the organization. All this is possible only in case of highly qualified personnel with the necessary experience and knowledge.

Research shows that the bulk of corporate knowledge exists in an implicit form as knowledge and experience in "in the heads" of employees. To manage this tacit knowledge company management is to create and maintain a dedicated system for employees to exchange and share this knowledge. The exchange of knowledge and experience between employees takes place through direct communication and interaction, i.e. through employee communications. Business communications include all the variety of forms of business interaction as a business technology that allows corporations to more effectively interact with the external environment through the exchange of information. Envolving representatives of various fields of activity, primarily management, into business communications makes it a significant function of management.

Therefore, human capital management actualizes the information support of the labor process with a focus on its intellectual component. High-quality training of employees in communication skills and creating technically equipped communication channels ensure the transformation of the obtained data into systemic information relevant to work practice and the willingness to share it with colleagues. The latter is a substantial result of human capital management and is considered as a prerequisite for the effective organizational communication systems because it can prevent the risk of transforming existing knowledge and information into an expensive ballast for the organization.

The evidence of successful human capital management is forming effective organization communication system. In relation to information economy this is the ability to organize individual and group communication that implies on the one hand, the competence to effectively convey ideas, listen and understand what is heard, and,

on the other hand, interpersonal communication skills and the aptness to work in a team, leadership.

In the context of global competition "human resource", or "human potential", has become one of the main resources to increase the efficiency of modern organization functioning. Hence the primary task of information economy is effective management of human capital as the main value of modern society where new knowledge, the creative and intellectual potential of man and society act as driving forces for the development of an innovative economy. The above mentioned actualizes human capital as a strategic resource for the country's competitiveness in the face of tough competition.

Successful management of human capital involves not only the management of the human potential of a company as a combination of the abilities and needs of an individual. Among the basic factors that transform human potential into human capital is motivation aimed at shaping readiness for effective organizational communication as a significant part of the operational and management process.

Lack of effective exchange of information and knowledge is one of the most difficult problems in organizations, a serious obstacle to achieve the company's goals. Training employees for effective interpersonal, group communication, people management skills and impact on people is among priority tasks of personnel managers. In this case it is important to take into account the influence of such likely present latent factors as intentions, imitation and so on.The main condition to provide communicative efficiency in the process of managing the human capital of an organization is a systematic approach to the subjects of communication. Among the factors that ensure success of the process there are such attributes as integrity, uniqueness and autonomy. Besides it is worth emphasizing the crucial role of the system openness that can either reduce or minimize (in case of insufficient quality management) the adaptability to modeling the desired processes and states.

Thus the continuity and variability of market situation accounts for the emergence of new methods and ways of communication and makes the learning process of effective communication continuous and permanent as well. This is the key to the process of transforming human potential into human capital to enhance the performance of the organization.

References

1. Theodore W. Schultz. Human Capital: Policy Issues and Research Opportunities/ Economic Research: Retrospect and Prospect, Volume 6, Human Resources/ NBER 1972? h/ 1-84 https://www.nber.org/system/files/chapters/c4126/c4126.pdf

2. Ketchen Jr., Crook T., Todd S., Combs J., and Woehr D. Managing Human Capital: A Meta-Analysis of Links Among Human Resource Practices and Systems, Human Capital, and Performance. The Oxford Handbook of Strategy Implementation. URL: https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780190650230.001.0001/oxfordhb-9780190650230-e-19

3. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. URL: http://eup.ru/Documents/2003-08-18/16BD2.asp

Shepel A.
student
Zaporizhzhia National University
Kompaniiets L.
associate professor of Business Communication Chair
Zaporizhzhia National University

THE USE OF DIGITAL SKILLS IN MANAGEMENT MODELS AND BUSINESS COMMUNICATION PROCESSES

The modern global world is the result of the processes of transition to the information society, modernization and improvement of the digital transformation, which determine the level of development of the international, national and regional economies. It is new technologies, new modernized ways of disseminating information, high-tech production, and technology mobilization that shape the economy of modern, developed countries.

There is a very big gap in the international indicators between the world leaders and Ukraine, the only and the right way to reduce it and get closer to the leaders is to pay attention to the development of digitalization. Experts in Ukraine say that focusing on the development of the technological base, investing in business innovations and large-scale engineering projects will make a fantastic breakthrough.

Almost all spheres of life intersect with the development of the global network and digitalization. For example, when hiring you will be asked what digital skills you have, whether you are able to use these skills to complete tasks quickly and efficiently. That is why there is a question of providing educational processes with appropriate programs of schools, universities and other educational institutions [1].

Modern information ecosystems contribute to the emergence and growth of global markets, which are moving from linear technology chains to multilateral partnerships, based on new principles of international division of labor, and new technologies are changing the usual outdated management models and business processes.

Mastering digital skills that are necessary for today should become a component of lifelong learning, aimed at creativity, communication and critical thinking.One of the most important conditions for the development of the digital market of any country is the development of digital skills. Many economically developed countries in recent years have begun to develop documents for educators, including the Digital Competence Framework for Citizens. It covers the following areas of digital competence: digital content creation, problem-solving security, digital literacy, communication and collaboration. It has the following levels of education: basic, independent and professional users [2].

Many organizations have made efforts to identify and classify skills and knowledge.

Currently, the State Agency for e-Government and the Ministry of Education and Science have the greatest influence on the development of digitalization. But experts believe that Ukraine does not have a state initiative, strategic document and

vision for creating a system of digital literacy. Also, due to the lack of monitoring tools in the country for research, the field of digital competencies is developing chaotically, which affects the quality of human capital formation and its implementation.

The strategy of modernization of the civil service and human resources management is focused on solving the following problems: high level of corruption, which worsens the effectiveness of public administration; insufficient number of qualified personnel in management positions; lack of automated power.

The concept of e-democracy development includes specific measures for the formation of the digital environment. The main objectives of this concept are the following:

- introduction of the web portal "Transparent Budget" for transparency of public funds use;
- ensuring the development of open data;
- introduction of a single bank of solutions to address issues at the state and local levels;
- trainings, seminars and courses in the field of e-democracy.

The transition to digitalization has led to the following issues that need to be addressed:

- rapid development of scientific and technological production and management;
- generation changing;
- formation of innovative activity in the information and technological environment;
- globalization that is spreading.

If these issues are ignored, the opportunities for intellectual development of the country will be lost and digital development will lag far behind.

Modernization processes in Ukraine are at a stage that requires a change in the format of mechanisms for managing economic activity. Thanks to self-government, the implementation of these tasks has become possible.

Training of specialists who will be competent in data management must be the main strategic task of the education system in the field of public administration. Mutually beneficial partnerships, not spending public funds, must be the main way to resolve issues.

According to The Global Information Technology Report, Ukraine ranked 64th in terms of the level of ICT (information and communication technology) development in 2016, 7 points higher than the previous year. However, this position is determined by other factors, including the low level of influence of IT (information technology) on the emergence of new business models and the development of new technologies by business.

In recent years, the number of IT employees has increased significantly, averaging 19% each year.

In Ukraine, there is a problem that the best representatives of the IT industry are deliberately leaving the country, about 15%.

Strategy for digitalization of management:

-conversion of analog data of the civil service into digital;

-modernization and development of digital qualifications of civil servants.

Measures:
-use of digital technologies;
-ICT modernization;
-online learning through digital resources;
-introduction of innovative learning space.
Expected result:
-modern innovative education;
-improving IT skills;
-effective training.

Advantages for the state:reduction of GDP expenditures;automation of decision making;principled monitoring of processes and situations.

For the civil service: -development of digital culture and personal development;-solving problems with the help of artificial intelligence; -the only digital platform [3].

The United States and European leading countries are doing everything to accelerate digitalization and provide new opportunities for enterprises, because digital innovations allow creating new business values of the company, to improve business models.

High-tech goods and services are the niche that is developing most dynamically, but in Ukraine the situation is completely different, every year Ukraine loses its position.

In today's world, the Internet is used by more than 3.5 billion people worldwide and the dynamics of growth is actively increasing. In Ukraine, only about 61% use the Internet, while in other developed countries about 90% of the population, which indicates that the potential of digital technologies is not fully used [4].

Therefore, Ukraine will not be able to improve its position in the international arena without the development of ICT and IT workers. Improving the economic situation in the middle of the country requires a larger knowledge base on innovation processes in the context of digitalization. Create and disseminate PPP models (private-public partnerships) together with business. Create and disseminate mechanisms for investment projects. In order to carry out a digital transformation, it is necessary to reduce and then completely abandon paper documents, creating duplicate copies of documents.

References

1. Digital у HR: інструменти, автоматизація і використання цифрових технологій в управлінні персоналом //http://biznesoblast.com/biznes/59418/(дата звернення (23.12.2020)

2. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/07/Інноваційна-Україна-2020++.pdf (дата звернення 24.12.2020)

3.Михаил Крикунов. Развитие эко-систем в хай-тек https://www.slideshare.net/Krikunov/20-40-73222082 (дата звернення 24.12.2020)

4. Сергій Газієв. П’ять цифрових трендів 2017 року, які змінять бізнес http://www.management.com.ua/ tend/ tend892.html (дата звернення 25.12. 2020)

Shmelkova A.A.
Student of the Faculty of Sociology and Management
Zaporizhzhya National University
Shmelkova G.M
PhD in Pedagogics
Associate professor of Business Communication
Zaporizhzhya national university

THE ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE MODERN ECONOMY

Modernization of organizational management systems in conditions of modern information economy is carried out on the basis of IC technologies. Enterprises achieve their goals in conditions of constantly changing market situation through awareness of managers about new technologies, competition, promotion of services and goods to the market.

Every day the rate of change of environmental factors increases significantly and, accordingly, leads to the increase of speed and volume of information dissemination. That is why for successful organization, it is necessary to reduce the time of adoption solutions, and this will inevitably lead to the increase in the speed of processing and transfer information based on the use of new technologies. Studying direction and patterns in development of IR processes in the field of market economy justifies the conclusion of the higher rates informatization of both the process of production of services and goods, and the process management of the organization as a whole.

Informatization is understood as the process of development of the "industry" information. Experts in this field designate three equal definitions of the term:

1. The process of creating the noosphere.
2. The process of increasing the effectiveness of the use of information in society and the whole state on the basis of promising new technologies.
3. The process of formation and modernization of modern information society.

The definition of the informatization process occurs using measuring the scale of implementation of information technology in each sphere of social life. Modern information technology is based on the use of computer technology, therefore specialists in this area is often equated with the concept of "computerization" and "informatization"

Information technology is a set of software and hardware tools, production processes and methods that provide collection, storage, processing, analysis, conclusion and distribution information in order to reduce the complexity of application processes information resources, the growth of their efficiency and reliability. Considering in details the definitions of the essence of information technologies, we can conclude that they currently become one of the most effective tools for modernization management of the organization, in particular in areas such as organizational culture, personnel management, office work, marketing, quality of goods and services, strategic management, etc.

The main purpose of information technology is to provide effective use of information resources: to ensure support for making management decisions; to implement high competitiveness of organizational units based on accounting the state of competitors and the opinions of consumers; to form strategic plans for the accelerated development of the company.

Accelerated development of information technology around the world can be explained by the fact that the increased intensity of information as a result of the formation of the information space and development of the processes of globalization of the world economy flows quickly. Treatment of information for the development of control actions and adoption management decisions take too long, therefore management activities undoubtedly need effective information support.

As a result, on the one hand, the continuous growth of information volumes about the interactions of organizations in a market environment requires constant improvement of information technologies. However, on the other hand, the subsequent development of the economic market has created the marketing of interactions, which are based on communication processes. The convergence of communication processes and information technology has given rise to a new term - information and communication technologies (ICT). Studying further information and communication technologies, the main emphasis should be placed not only on the processes of processing and storing information (which is also important), but also on the communication processes that are responsible for the interactions of consumers and their information services in organizations.

The main goal of economy strategic information systems built on the basis of information and communication technologies, is to provide heads of the organization by means of information creation of support, control and implementation of company strategies. To achieve this purpose it is necessary:

- To form of a single information space and increase the efficiency of the development of communication infrastructure;
- To form and introduce the latest methods and forms of management based on information technologies of modern times and concepts quality management;
- To reduce the time for passing the information required for the adoption of strategic decisions;
- To introduce a unified standard for working with electronic documents, which will take into account the approved regulatory framework and ensure the availability, manageability and security of documents;
- To move automation and increase efficiency of employees and departments of the company using the implementation support of tools, group work and specialized applications;
- To form infrastructure for managing corporate industry knowledge.

The introduction of the strategic system allows to solve a number of the following tasks:

1. To ensure the required quality of management of the organization.
2. To improve the efficiency and effectiveness of interactions divisions.
3. To improve the manageability of the quality of manufactured goods and services.

4. To increase the economic efficiency of organization activities.

5. Creation of a statistical accounting system in the organization.

6. To implement the forecast for the development of the organization.

7. To create a forecasting system and operational and strategic planning.

Impact of the on the management system enterprises is expressed, first of all, in a sharply increased information flow and the need to make management decisions in an accelerated mode in a competitive environment. Perfection management technologies are closely related to the formation, implementation and the use of controls, and they are a complex instrumental, organizational and methodological activities. This kind of information and communication technologies provide exponential management increasing information resources in main types of management activities of the enterprise, such as: strategic planning, marketing, quality of products and services, management, crisis management, financial accounting, etc.

The main task of management is to increase the efficiency of management systems through the competence of company managers, increasing the speed making strategic decisions, confidence in implementation of non-standard management processes. In the context of economic information role of information and communication technologies increases significantly. Being an infrastructure element it becomes the main means of doing e-business.

Today, the management of the processes of formation and development of the system information and communication technology organization is created on the basis of objective laws that reflect stable cause-and-effect relationships, and is also carried out with the help of laws of management. Scientific and practical parts of management form an integral system of methods for influencing objects management to achieve the set goals.

References

1. Adler, R. 2006. Communicating at work: Principles and practices for business and the professions. Boston, MA: McGraw-Hill.

2. Steve G. Sutton, Ulric J. Gelinas Jr., Jane Federowitz: Business Processes and Information Technology, 2008

3. Information technology: current status, role in business. 2019. URL: http://khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/itob/itob01.html.

4. Thill, J. V., & Bovee, C. L. 2002. Essentials of business communication. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

5. Tucker, M., Meyer, G., & Westman, J. 2008. Thinking through communication: An introduction to the study of human communication. Boston, MA: Allyn & Bacon.

Vyazova R.
Associate professor of Business Communication Chair
Zaporizhzhia National University
Ubeyvolk O.
Associate professor of Business Communication Chair
Zaporizhzhia National University

DEVELOPMENT PROSPECTIVE OF ICTs IN UKRAINE'S AGRIBUSINESS

Currently, ICTs in agriculture are becoming more urgent worldwide. The widespread use of information and communication systems is considered one of the main factors of economic growth. With the development of scientific and technological progress, new information and communication technologies are rapidly cover more aspects of human life. It is not surprising that such an important sector of economy as agriculture has approached the use of new ICTs. Promoting rational and judicious agribusiness management is impossible without pursuing pivotal ICTs adapted to specific agribusiness processes.

Ukraine is the world champion of the agricultural sector, supplying 174 countries of the world with high quality agricultural products (sunflower, sunflower oil, grain, nuts, rapeseed, corn, honey, soy and chicken). The agrarian business is the locomotive of our economy, the most promising and fast growing branch of Ukraine (11.4% of GDP). It creates jobs for millions of the Ukrainians (about 17% of the employed population).

Nowadays, the latest computer technologies, called (AgTech), are used in the world's agriculture. They include precise farming, smart farm management systems, various drones and robots, as well as electronic systems for selling products. The use of ICTs in agriculture contributes to harvest growth; waste is recycled into biogas and fertilizers. In animal husbandry, sensor technologies, safety systems and the systems monitoring livestock production are also used.

There is a global need to reduce the amount of time and resources needed to accomplish the task in Ukrainian agro-sector, but at the same time, performance needs to remain high or improve. Application of modern ICTs at the micro level (at the enterprise level) allows:

- monitoring of production processes;
- monitoring of plant development processes;
- forecast of agricultural output;
- assessment of the state of agricultural crops;
- identification of areas requiring fertilizers and toxic chemicals;
- control of crop rotation and quality of agricultural measures;
- determination of freezing areas of agricultural crops;
- assessment of snow cover and humidity.

Application of modern ICTs at the macro level (at the country level) allows carrying out:

- support for management decisions;
- crop forecast for major crops;

- monitoring of emergencies;
- mapping of the territory;
- monitoring the state of agricultural development;
- monitoring of soil ecological status;
- monitoring the development and spread of weeds;
- environmental monitoring [1].

At the community level, for the effective use of land resources, it's necessary to monitor their condition, tax payment and do inventory count. This is especially true in the context of the completion of land reform and the transfer of agricultural lands to communities. With the help of remote sensing of land, the state will be able to know what and where it grows, will be able to make clear forecasts and adjust its agricultural policy on the basis of real data.

Now every manufacturer of agricultural machinery is trying to be as competitive as possible in the market. And this can be achieving through the use of innovative solutions using navigation equipment, the use of space technologies for soil monitoring.

Hundreds of businesses were represented at the Agritechnica World Exhibition in Hanover in 2019. Among them are companies working in innovative fields, start-ups designed to develop and bring to life new, revolutionary technologies for the agricultural sector (objects connected to the Internet, large databases, artificial intelligence, robotics etc.), new agrotechnical methods, avant-garde economic models of activity.

Javelot has introduced probes for grain stores that measure temperature and determine grain storage needs. This saves time and minimizes the risks associated with working in granaries. API-Agro is Europe's leading digitization company through its secure platform for sharing agricultural data from a variety of sources and industries, as well as APIs, enabling digital service developers to jointly create new applications for the Internet and mobile phones for digital farming needs. A young, successful startup, My Easy farm, uses ISOBUS standards for certified equipment (tractors, trailers, terminals) to exchange data between machines. Agrarians will be able to easily obtain data on the cost of mechanization (on average, 30% of costs), labor and input materials for each field. The versatile DynaTrac control system from Laforge allows adjusting the work of the towed machinery to within a centimeter. It ensures that the specified tractor trajectory is observed. The system received very positive reviews at SIMA, ahead of the competition of 50 other candidates and won a gold medal [2].

It is now recognized that information and communication technologies are at the very heart of socio-economic development. ICTs are enabling tools and infrastructures for accessing, developing, using and sharing information and knowledge. Information and Communication Technology (ICT) tools had become crucial for increasing efficiencies in Ukraine's agribusiness. The agri-food sector is one of Ukraine's most important indigenous industries and is particularly central to the economic and social vitality of rural communities. There is increasing acceptance that information and communication technologies are central to socio-economic development. However, there is a perception that rural areas, and farming families in particular, are lagging behind in adopting and using ICTs. The vulnerability of farming to climate change, to

changes in natural resources quality (including desertification over large tracts), and lack of coping and decision-making strategies at micro and macro levels make the implementation of modern ICTs in agriculture one of the most important tasks of Ukraine's agribusiness.

References

1. Діджиталізація у сфері земельних відносин. URL : https://agropolit.com/blog/350-didjitalizatsiya-u-sferi-zemelnih-vidnosin (дата звернення 10.01.2021)

2. Французькі інновації на виставці Agritechnica 10-16 листопада 2019 року. URL: http://dlg-ukraine.com/uk/news/francuzki-innovacii-na-vistavci-agritechnica-10-16-listopada-2019-roku/ (дата звернення 16.01. 2021)

Безручко Н.В.
здобувач вищої освіти
Херсонський державний аграрно-економічний університет
Лавренко Н.М.
к. с-г. н., доцент
Херсонський державний аграрно-економічний університет

РОЛЬ ТА ВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТЕПЛИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Ведення сільського господарства в нашій країні та цілому в світі пов'язане з ризиками. До них можна віднести як антропогенні чинники (забруднення довкілля, деградація ґрунтів, руйнування фіто- та агроценозів і т.п.), так і природні (зміна кліматичних умов, міграція шкідників, стихійні лиха і т.п.).

Щоб зменшити ризики і вирощувати рослини там, де це раніше вважалось неможливим, все більша кількість фермерів починає будувати сучасні тепличні комплекси. Адже їх використання дозволяє раніше вийти на ринок зі свіжою продукцію порівняно з вирощуванням у відкритому ґрунті, а також захистити майбутній врожай від несприятливих погодних умов. До того ж, фермер може з високою точністю прогнозувати рівень та якість майбутнього врожаю завдяки створенню та підтримки усіх факторів життя в оптимальних параметрах.

Сучасні теплиці дають змогу контролювати вирощування рослин майже на 100%, завдяки відносно новим технологіям вирощування (гідропоніка, аеропоніка тощо), а також інформаційним технологіям. Саме таке поєднання є найбільш результативне та енергетично ефективне. Оскільки, людське втручання в процес вирощування зводиться до мінімуму, а вірогідність та кількість прорахунків зводиться до мінімуму. В «класичних» теплицях, де рослини вирощують в ґрунті, а не в субстратах, воді або в повітрі, інформаційні технології менш розповсюдженні, але все таки використовуються.

Інформаційні технології захищеному ґрунті – це технології, які спрямовані на збір та обробку інформації, з подальшим її зберіганням та висвітленням рекомендацій на основі аналізу або запуску алгоритмів.

До даних технологій можна віднести:

- систему контролю мікроклімату;
- систему контролю зрошення та живлення;
- систему захисту рослин;
- систему безпеки.

Залежно від ступеню інформатизації та роботизації теплиці, можуть використовуватися як всі вищеперераховані види інформаційних технологій, так і вибіркові.

Найбільш розповсюдженою є система контролю зрошення та живлення. В «класичних» теплицях інформаційні технології представленні у вигляді простого контролера, яким регулюється режим подачі води та більш складною системою з контролером та датчиками (електропровідності, вологості та кислотності). В

таких системах, інформація надходить з датчиків до головного блоку, де оброблюється за допомогою запрограмованих алгоритмів. Їх можна змінювати, як вручну на блоці, так і при підключенні через дротові та бездротові мережі.

В промислових теплицях з гідропонним та аеропонним обладнанням, система керування максимально інформатизована, оскільки необхідно контролювати безліч факторів для успішного отримання врожаю. А тому, блоки управління окрім поливу та удобрення аналізують інформацію і від інших датчиків (вологості повітря, температури, рівня CO_2). Також, в даних системах застосовують листові датчики. Цей датчик аналізує кількість вологи в листі та відправляє данні на головний блок для подальшого опрацювання, завдяки цьому вода використовується на 20% ефективніше.

В самих «інтелектуальних» теплицях, для живлення використовують датчики росту. Цей датчик аналізує розмір рослини та фазу росту, на основі цих даних, програмне забезпечення вираховує необхідну норму добрив, а самі добрива змішує автоматизована система подачі. Даний спосіб фертигації задовольняє потреби рослин в поживних речовинах на кожному етапі росту та розвитку.

В більш простих теплицях змішувач добрив працює по заданих програмах, які можна змінити через дисплей на обладнанні або дистанційно (залежно від моделі). В цих теплицях завантаження, змішування відбувається безпосередньо людиною, тому є велика вірогідність похибки, що може суттєво відобразитися на рівні та якості врожаю.

Система контролю мікроклімату працює за схожими алгоритмами, як і система поливу. Відрізняється видами датчиків та контрольованими елементами. В сучасних теплицях аналізують та регулюють абсолютно всі показники клімату: вологість, температуру, рівень CO_2, рух повітряних мас, тощо. Така інтелектуальна система дозволяє контролювати не тільки ріст та розвиток врожаю, а також період дозрівання. Завдяки їй можна контролювати строки надходження продукції на ринок, що стабілізує цінну кінцевого продукту.

Система опалення та вентиляції напряму пов’язана з системою мікроклімату, дані системи контролюють роботу котлів, фрамуг та вентиляторів. Це особливо є важливим під час енергетичних криз та щорічного здороження енергетичних складових. Розумний розподіл тепла, його рецеркулювання теплицею знижує витрати врази.

Система захисту складається з різних камер та сенсорів, які розпізнають шкідника і сповіщають користувача за допомогою програми. Така система допомагає ідентифікувати шкідника на самому ранньому терміні та запропонувати ефективні методи захисту, віддаючи перевагу малотоксичним або біологічним препаратам. Це дозволяє суттєво знизити пестицидне навантаження на рослину та ґрунт та вирощувати екологічно чисті продукти.

Безпеку в теплиці побудовано за допомогою камер та датчиків руху, в разі тривоги, власника отримує сигнал тривоги на смартфон або за допомогою сигналізації. Ця система працює не тільки економічну безпеку, а також контролює використання систем захисту працівників під час виконання технологічних процесів.

Для того, щоб користувачу було простіше керувати всіма система одночасно, а не кожною окремо, компанії розробляють власні комплексні рішення. Наприклад, система Climate Manager, дає можливість користувачам з будь-якої точки світу спостерігати за умовами в теплиці та оперативно вносити зміни. Адже все обладнання підключене до мережі Інтернет, а інтерфейс програми спроектовано таким чином, що користувач має змогу спершу проаналізувати статистику та показники, а потім, за потреби, внести зміни до алгоритму.

Система «Termo Control» працює за таким же принципом, як Climate Manger, але має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс та функціонально краще, наприклад, сповіщення про аварійну ситуацію приходять користувачу не лише на e-mail, а й через SMS (дуже корисно в регіонах з низькою швидкістю мережі Інтернет).

Якщо перші дві системи використовують для теплиць з «понічною», датською та голландською технологіями вирощування, то система під назвою «Овен» призначена для інтеграції в «класичні» теплиці. Найкраще ця система підійде для теплиць з підігрівом ґрунту, адже датчики збирають температуру ґрунту на різній глибині, завдяки чому система регулює клімат теплиці під задані параметри та значно знижує ризик розвитку запрівання ґрунту та розвитку кореневих хвороб.

Як видно, інформаційні технології в теплицях представлені системами контролю та автоматизації всіх процесів. Їх застосування робить вирощування рослин більш точним та прогнозованим, зменшує ризики пов’язані з людським фактором та кліматичними умовами. Отже смарт-теплиці та інформатизоване сільське господарство – це майбутнє до якого ми стрімко йдемо.

Бородинская Е.М.
каф. менеджм. и маркетинга, зав. кафедрой
к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В АГРОМЕНЕДЖМЕНТЕ

Эффективное управление организациями агропромышленного комплекса в современных условиях немыслимо без применения информационных технологий и систем. Передовые предприятия агропромышленного комплекса (АПК) Республики Беларусь в большинстве своем прошли различные этапы кусочной автоматизации бизнес-процессов и в настоящее время занимаются вопросами комплексной автоматизации, позволяющей в режиме реального времени отслеживать не только информацию о внутренних ресурсах организации (финансах, материалах и комплектующих, производственном процессе, запасах, трудовых ресурсах и т.д.), но и о связях с внешней средой (поставщиками, клиентами).

Многие белорусские предприятия АПК внедряют отдельные программные решения для автоматизации бизнес-процессов, и руководство предприятий сталкивается с проблемами, связанными с внедрением и эксплуатацией различных информационных систем в практику работы. Среди наиболее существенных проблем можно выделить недостаточную ликвидность, обеспеченность собственными оборотными средствами организаций, слабая материально-техническая база, дефицит высококвалифицированных кадров, непрестижность работы на селе, высокая текучесть управленческих кадров и др.

Ведущей государственной организацией-разработчиком информационных систем для нужд предприятий АПК Беларуси является УП «ГИВЦ Минсельхозпрода», предлагающая как собственное программное обеспечение, так и известного на постсоветском пространстве разработчика программного обеспечения 1С (с ноября 2013 года является также официальным партнером фирмы «1С», г. Москва) [1].

Наиболее распространенными информационными системами в АПК Беларуси являются следующие разработки УП «ГИВЦ Минсельхозпрода»:

– ТПК «НИВА-СХП: Бухгалтерия» и ТПК «НИВА-СХП: Бизнес-план» для автоматизации управления сельскохозяйственных организаций;

– ТПК «НИВА-КХП», ТПК «НИВА-КХП: Рецепт» и ТПК «НИВА-КХП: Заготовка» для комбинатов хлебопродуктов, комбикормовых заводов;

– программные комплексы «Бухстат» и «ВЭД» для государственных организаций и организаций с долей государства в уставном фонде;

– информационная система «ПЛЕМДЕЛО», включающая автоматизированные рабочие места ЗООТЕХНИКА-СЕЛЕКЦИОНЕРА для предприятий молочного скотоводства и племпредприятий, и МОЛОЧНУЮ ЛАБОРАТОРИЮ для молочного скотоводства;

– информационная система «Система сбора данных: Аренда» для отслеживания информации об использовании зданий, сооружений и нежилых помещений, находящихся в государственной собственности [1].

Кроме того, за период реализации Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы и Стратегии развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы разработаны и внедрены информационные системы:

– информационно-поисковая система наличия машинно-тракторного парка с использованием справочных кодов сельхозтехники по годам выпуска на базе ИПС «Машснаб»;

– информационно-поисковая система «Техсервис» для поиска запасных частей и узлов к сельхозтехнике (разработано также мобильное приложение);

– государственная информационная система идентификации, регистрации, прослеживаемости животных и продукции животного происхождения в Республике Беларусь ГИС AITS, дополняют ее функциональные комплексы: «AITS – Прослеживаемость» и «AITS – Ветбезопасность»;

– республиканская база АИС «Гостехнадзор»;

– АИС «Мониторинг проведения технического обслуживания доильных залов на молочно-товарных комплексах»;

– автоматизированная система «Мониторинг цен» для учета цен на основные виды сельскохозяйственной продукции и импортируемые виды продукции;

– национальная АИС для формирования, ведения и применения единого реестра сортов сельхозрастений, допущенных к использованию на территориях государств-членов ЕАЭС;

– АИС «БЕЛФИТО», позволяющая создать единый механизм оформления и сбора информации районными госинспекциями и пограничными пунктами по карантину растений о фитосанитарных сертификатах и актах карантинного фитосанитарного контроля (надзора) [2, 3].

В проекте Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы предусмотрено продолжение работ по техническому переоснащению животноводческих объектов (в том числе интеллектуальными роботизированными системами), машинно-тракторного парка и обеспечению сельскохозяйственных организаций высокопроизводительными (широкозахватными) средствами механизации, оснащенными бортовыми компьютерами и системами навигации отечественного производства [4]. Внедрение технологий точного земледелия предполагает использование современных программно-вычислительных средств и наличие высококвалифицированных специалистов, обладающих достаточными знаниями и навыками для работы с современными информационными системами управления организацией АПК. В этой связи крайне важным является продолжение работ в сфере информационного обеспечения и приборостроения по разработке программно-приборного обеспечения для систем точного земледелия, включающего программно-приборное обеспечение агрохимического анализа почв, средства измерения при выполнении уборочных

работ, электронные карты полей, системы дифференцированного внесения удобрений и средств защиты растений, систем параллельного вождения, полевых компьютеров и приложений для мобильных устройств [5, с. 38].

Вызовы XXI века, связанные с глобализацией, стремительным развитием информационно-коммуникационных технологий и электронной торговли, растущей конкуренцией на мировых продовольственных рынках, обуславливают необходимость совершенствования информационных систем собственного производства, подготовки высококвалифицированных кадров в сфере информационного менеджмента и применения инновационных технологий в аграрной отрасли.

Литература

1. Исаченко, Е.М. Применение информационных технологий и систем в АПК Республики Беларусь / Е.М. Исаченко // Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК: сборник науч. статей 8-й Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26-27 мая 2016 г. – Минск: БГАТУ, 2016. – С. 242-246.

2. Электронные ресурсы // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.mshp.gov.by/links/d8eb7a488f1bdaa4.html. – Дата доступа: 20.01.2021.

3. Новые информационные системы внедряют в сельском хозяйстве // Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.sb.by/articles/set-v-bumazhnom-pereplete.html. – Дата доступа: 20.01.2021.

4. Основные положения проекта программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы // Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – URL : https://www.sb.by/articles/osnovnye-polozheniya-proekta-programmy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-respubliki-belarus-na-202.html. – Дата доступа: 20.01.2021.

5. Бородинская, Е.М. Формирование организационно-экономических условий развития точного земледелия в Беларуси / Е.М. Бородинская, М.В. Радкович // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2020. – № 2. – С. 33-38.

Гуржій Н.М
професор, д.е.н.,доцент
Запорізький національний університет
Сидоренко С.Г
студент
Запорізький національний університет

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ ТА АГРОМЕНЕДЖМЕНТІ

Інформаційні технології в сучасному світі невід'ємна частина бізнесу та життя, вони рухають інновації, а це основний шлях до успіху в бізнесі.

Насправді, важко уявити будь-який бізнес, який би не виграв від цифрової революції. Навіть щось настільки ручне, як сільське господарство, використовує новітні розробки та технології. Фермери використовують комп'ютери для ведення виробничих записів, фінансового планування, досліджень з технічних питань та закупівель, відслідковування своєї техніки в реальному часі. А використання дронів для дистанційного поливу урожаю хімікатами від шкідників, це те що робить життя таких галузей раціонально ефективним.

На сьогоднішній день формула успіху в бізнесі проста: стимулюйте інновації за допомогою інформаційних технологій. Потрібно постійно адаптуватись під нові зміни ІТ. Зростання інновацій в світі можна простежити за тим, що людська раса стає розумнішою.

Інформаційні технології сприяють розвитку інновацій у бізнесі. А вони призводять до розумніших програм, покращеного зберігання даних, швидшої обробки та більш широкого розповсюдження інформації. Це змушує бізнес працювати ефективніше. А інновації підвищують вартість, підвищують якість та підвищують продуктивність.

Технологія, добре інтегрована з бізнесом, зробила життя вартим життя. Було б нерозумно заперечувати, що існують також загрози для бізнесу, спричинені технологіями. Сюди входять шкідливі види діяльності та організації, такі як злом. Через це для підприємств важливо взяти на себе відповідальність за використання технологій для ведення бізнесу.

Як інформаційні технології впливають на бізнес?

Промислова революція змінила ситуацію в діловому світі, зробивши багато процесів ефективнішими та зрости в сто разів продуктивність. Однак діловий світ протягом століття залишається дещо застійним. З технологічною революцією та використанням технологій у бізнесі все змінилося навіть більше, ніж під час промислової революції, і можна впевнено стверджувати, що все ніколи не буде колишнім. Швидкість, з якою технологія розвивається та адаптується, експоненціальна до рівня, коли всі підприємства охоплені хвилею, готові чи ні. Може здатися, що ми не досягли такого великого прогресу, але навіть 5 років тому соціальні медіа не мали споживчого мислення, стільникові телефони не використовувались для бізнесу, хмарні рішення не існували,

генерація додатків не існують ще, і маркетинг каналів робив свої кроки для малюків.

Інновації за допомогою інформаційних технологій створили такі радикальні зміни в бізнесі: Інтернет-покупки ефективніші, ніж покупки в магазині; Цифровий маркетинг є більш ефективним, ніж реклама в газетах, на телебаченні та радіо; Соціальні мережі ефективніші, ніж відвідування клубів; IP-зв'язок ефективніший, ніж застаріла телефонія; Хмарні обчислення ефективніші, ніж приватна комп'ютерна мережа. Насправді, важко досягти довгострокового зростання бізнесу без поштовху інформаційних технологій. Зменшення витрат та збільшення корисності.

Є дві основні речі, які об'єдналися, щоб зробити можливим те, що називається «ринком покупця». Це той факт, що як апаратне, так і програмне забезпечення, необхідне для створення необхідних програмних рішень, стає більш доступним, і той факт, що дедалі більше підприємців, які також володіють технічною підкованістю, щодня з'являються для використання цих технологій. Був час, коли великій компанії знадобилося близько року, щоб побудувати внутрішню систему інвентаризації. Зараз у кількох випускників коледжів потрібно кілька тижнів, щоб побудувати те саме. Оскільки рішення пропонуються недорого та дуже просто у використанні, підприємствам не потрібно вкладати в них занадто багато грошей, і це полегшило бізнес.

Більше врахування соціального впливу бізнесу.

Ви не можете просто припустити, що ваш бізнес працює у вакуумі. Соціальні мережі зробили світ меншим місцем, де користувачі можуть зв'язуватися незалежно від того, хто вони, звідки вони та наскільки вони заможні. Лише кілька років тому ви могли б обійтись, якби ваше обслуговування клієнтів було в порядку. Тепер вам доведеться докласти додаткових зусиль, якщо вам не потрібні несприятливі рейтинги на сайтах з оглядами та люди, які роздумують про ваші послуги в соціальних мережах. Тому підприємствам слід бути обережними щодо своєї репутації в Інтернеті та працювати над своїм цифровим слідом.

Технологічна революція покращила бізнес цього століття наступними основними способами:

1. Інформаційні технології дали бізнесу інструменти для вирішення складних проблем. Покращене обладнання (більше пам'яті, швидші процесори, чіткіші візуальні дисплеї тощо) у поєднанні з розумнішими програмами (програмне забезпечення для автоматизації процесів), полегшило дослідження даних, їх аналіз, і планувати масштабованість. Доступно багато інструментів для вирішення складних проблем.

2. Інформаційні технології дозволяють підприємствам приймати кращі рішення. Хороші рішення в бізнесі базуються на солідному дослідженні ринку. Це можна зробити за допомогою залучення команд до відеоконференцій, перегляду настроїв громадськості на соціальних медіа та галузевих форумах та використання онлайн-опитувань для отримання відгуків клієнтів.

3. Інформаційні технології покращили маркетинг. Інтернет-маркетинг із використанням методів інтернет-реклами (SEO, PPC, Facebook Ads) є набагато

точнішими способами пошуку традиційних аудиторій, виявлення їх потреб та побудови маркетингової кампанії, щоб переконати їх купувати. Важко зрозуміти, скільки людей читає газету. Легко зрозуміти, скільки людей натиснуло на банер в Інтернеті.

4. Інформаційні технології покращили підтримку споживачів. Клієнти можуть отримувати підтримку за допомогою багатоканальних телефонів, електронних листів, платформ соціальних медіа, веб-семінарів тощо. Крім того, системи управління відносинами з клієнтами допомагають компаніям зрозуміти поведінку клієнтів.

5. Інформаційні технології вдосконалили управління ресурсами. Хмарні обчислення дозволяють працівникам компанії використовувати будь-який пристрій у будь-якій точці світу для доступу до програмного забезпечення на рівні підприємства.

Інші приклади реальної ролі IT у бізнесі включають наступне:

1) Системи з підтримкою Інтернету, такі як системи безпечного входу та бездротові камери, допомагають поліпшити безпеку бізнесу та зменшити ризики крадіжки та втрати конфіденційної інформації.

2) IT дозволяють компаніям зберігати важливі дані компанії у базі даних у хмарі, щоб зменшити відходи паперу, підвищити безпеку та забезпечити легке резервне копіювання.

3) IT дозволяють компаніям розширюватися на міжнародному рівні так само просто, як створювати багатомовний веб-сайт, який продає світовим клієнтам і дозволяє здійснювати покупки в декількох валютах.

4) Компанії можуть використовувати онлайн-підбір, щоб знайти більш кваліфікованих кандидатів на роботу та провести більшу частину процесу найму в Інтернеті.

5) Починаючи від забезпечення можливості роботи на дистанції до зменшення споживання енергії за допомогою сучасних систем, IT відіграє важливу роль у стабільності компанії, що може заощадити гроші та поліпшити репутацію компанії.

6) Завдяки IT отримати найсвіжішу інформацію про своїх конкурентів та ринок так само просто, як шукати в Google на комп'ютері чи смартфоні.

Якщо метою бізнесу є збільшення прибутку, то інновації та IT - це спосіб отримання більшого прибутку найшвидше.

Література

1. Основи інформаційних технологій і систем : підручник. В. А. Павлиш, Л. К. Гліненко, Н. Б. Шаховська. Львів : Львівська політехніка, 2018. 620 с.

Овдіюк О.М.
к.е.н., доцент
Поліський національний університет

КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проблематика комунікаційних технологій в менеджменті підприємств на сьогодні відноситься до найактуальніших. Загально відомо, що процес комунікацій є основним моментом в соціальній взаємодії, та одним із найбільших загальних та важливих аспектів в будь-якій діяльності, зокрема і в управлінні підприємствами, в частині підвищення ефективності прийняття управлінських рішень. Варто зазначити, що процес обміну інформацією охоплює усі сфери управлінської діяльності та є зв'язковою ланкою між усіма рівнями управління на підприємстві, відповідно створює необхідну основу для злагодженого функціонування усіх ланок підприємства, як єдиного цілого.

В сучасній науковій літературі проблемам дослідження комунікаційних технологій в менеджменті приділена належна увага. Вагомий внесок у доповнення теорії комунікаційного процесу внесли вітчизняні та зарубіжні науковці: Котлер Ф., Друкер П., Колпаков В., Пальчук О., Єжижанська Т., Чорнобай О. та інші. Однак, із посиленням ролі комунікаційних процесів в умовах науково-технічного прогресу та зростанням чисельності наукових праць в даній сфері, виникає потреба дослідження комунікаційних та інформаційних технологій в менеджменті сучасних підприємств.

Основною базою для технологій в управлінні є інформаційне середовище, а також методика отримання та перетворення релевантної інформації в частині здійснення управлінської функції на підприємстві. Отже, основним завданням, яке стоїть перед топ-менеджментом, є застосування таких управлінських технологій в т.ч. комунікаційних, які сформують відповідні умови та можливості для досягнення поставлених цілей.

Так, технологія управління – це відповідна послідовність взаємопов'язаних певних управлінських процедур та операцій управлінської функції, що супроводжується прийняттям управлінських рішень і забезпечується певними методами, прийомами [1]. Технологія управління підприємствами – це сукупність певних методик, підходів, процедур, прийомів в управлінській праці, які делеговані менеджерам усіх рівнів, спрямованих на досягнення поставлених цілей в частині прийняття ефективних управлінських рішень із забезпеченням їх циклічності.

Варто зазначити, що одну із ключових ролей в технології менеджменту відведено людських ресурсам та їх здатності до здійснення комунікації в певному середовищі. Так, у сучасних дослідженнях теорії комунікації, можемо спостерігати дане явище, як дію (певний односторонній процес передачі сингалів без здійснення зворотного зв'язку), або як взаємодія (двосторонній процес обміну інформацією) [2]. Перш за все, комунікація – це інформаційний обмін і та спільна комунікативна діяльність групи учасників-комунікаторів, які діють з певною цілеспрямованістю. Даний процес неможливий без наявності таких

основних елементів (адресанта, повідомлення, кодування/декодування, каналу, медіума тощо), які впливають на якість і результат інформаційного обміну [3].

Розглянемо особливості формування процесу комунікаційних зав'язків в циклі управління підприємством, наголошуючи на розподілі ролей кожного з учасників управлінського процесу (рис. 1).



Рис. 1. Комунікаційний процес в технології управління підприємством
Джерело: адаптовано [4].

Комунікаційно-інфомаційний процес в технології управління підприємством з визначенням місця управлінських рішень включає в себе три взаємопов'язані рівні управління, а саме комунікаційно-інформаційного, організаційно-інформаційного та мозкового центру управління підприємством, де генеруються, формуються та приймаються управлінські рішення. Так, для ефективного прийняття управлінського рішення всі три управлінські рівні та їх учасники повинні бути взаємопов'язаними за допомогою налагоджених каналів комунікації надходження релевантної, попередньо обробленої необхідної інформації.

Представлений інформаційний цикл управління підприємством передбачає виконання певних видів робіт – інформаційного пошук з залученням до процесу внутрішнього та зовнішнього середовище підприємства, обробка, класифікація, ранжування отриманої інформації, збереження та представлення на наступний рівень управління. Як правило, залученими до виконання даних видів робіт є менеджери середнього рівня (профільні спеціалісти) та операційні менеджери-виконавці.

З метою надходження відповідної інформації до адресата, застосовується операційна підсистема забезпечення (організаційно-інформаційний рівень управління). Основною задачею є забезпечення належних умов, створення цілеспрямованого впливу на об'єкт управління за допомогою кадрового

менеджменту. Функціональними обов'язками даних менеджерів є провадження оперативного планування, координація та розподіл завдань між виконавцями, а також контроль за їх виконанням. Дані функції в організації є прерогативою менеджерів середньої ланки (начальник відділу кадрів тощо).

Завершальним та основним етапом в комунікаційному процесі в технології управління підприємством є мозковий центр управлінського рівня. Мета – прикінцева обробка отриманої інформації, проведення розрахунків, складання прогнозів, що лягає в основу розробки та прийняття управлінських рішень. Подібні ролі розподілені між менеджерами середнього рівня та топ-менеджментом. Отже, в комунікаційних технологіях менеджменту при прийнятті управлінських рішень, основна роль відводиться людині та її інтелекту.

Таким чином, комунікаційно-інформаційні технології в менеджменті підприємств – це комплекс операцій та процедур, які функціонально виконуються групою менеджерів певного профілю та кваліфікації, які мають дотримуватися визначеного алгоритму виконання робіт з дотриманням методики (набір методів, підходів та технічних засобів) в межах встановлених часових інтервалів. З метою досягнення ефекту, виконавці всіх рівнів повинні мати доступну комунікаційно-інформаційну мережу. Отже, ефективність управлінських рішень – застосування визначених техніко-аналітичних методик та інтуїції усіх задіяних в управлінні підприємством.

Література

1. Пальчук О., Гуцалюк А. Подходы к определению технологии управления деятельностью предприятия http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/220/1/60.pdf.

2. Єжижанська Т.С. Основні підходи до вивчення комунікації [Електронний ресурс] / Т. С. Єжижанська // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Культура і соціальні комунікації. 2010. Вип. 2. С. 28-35. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2010_2_6.

3. Чорнобай О.Л. Природа, структура і типологія спілкування (комунікації) у професійній діяльності юриста / О. Л. Чорнобай // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Юридичні науки. 2015. № 824. С. 347-356. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpurn_2015_824_57.

4. Овдіюк О.М. Управлінські рішення в технології менеджменту підприємств. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7120. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.6.48.

Павлюк Т.С.
к.е.н., доц.
Запорізький національний університет

ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ

Одним з головних ресурсів будь-якого підприємства можна вважати людей, які там працюють. Виконуючи свою повсякденну роботу, персонал збагачує підприємство та дуже часто сприяє його постійному розвитку. Постійно удосконалюючи свої власні знання та навички, людський капітал удосконалює і деякі процеси господарської діяльності підприємства. Саме це пояснює необхідність постійно збільшувати ефективність системи управління персоналом. Ми звикли до того, що управлінці використовують традиційні елементи управління такі як: соціально-трудові відносини персоналу організації, кадрова політика, кадрове планування робітників. До кадрової політики відносять такі завдання: набір персоналу та його адаптація, управління мотивацією та стимулювання робочої сили, навчання та розвиток персоналу, формування і просування корпоративної культури, оцінка та контроль за діяльністю персоналу. Однак світ не стоїть на місці, все змінюється і змінюватися повинні і підходи до управління людським капіталом.

Застосування новітніх інноваційних технологій все частіше проникає у всі ланки господарчої діяльності фірм, організацій, підприємств. Не є виключенням і система управління персоналом. Так, застосування інноваційних технологій у кадровій політиці вже є звичною практикою на закордонних підприємствах. Керівники ефективно використовують сучасні методи не лише мотивації, контролю, навчання, а й навіть підбору персоналу.

У сучасних умовах стає можливим, завдяки використанню інноваційних технологій більш ефективно та швидко вирішувати проблеми, що пов’язані з кадровою політикою, такі як [1]:

- визначення потреби в кадрах залежно від стратегії розвитку підприємства,
- формування розвитку персоналу,
- оцінювати рівень трудової діяльності кожного працівника,
- проведення підвищення кваліфікації та навчання персоналу,
- стимулювання активності робочої сили нефінансовими методами мотивації.

На сьогодні, використовуючи новітні технології для підбору кандидатів, HR-менеджери переважно застосовують такі інструменти як: скринінг, рекрутинг і хедхантинг. Говорячи про скринінг, зазначимо, що це є, так бі мовити, «поверхневий підбір», який здійснюється по формальних ознаках. Серед таких формальних ознак можуть бути: освіта, вік, рід, досвід роботи. Такий інноваційний інструмент дає змогу досить ефективно закривати вакансії низького рівня.

В свою чергу, рекрутинг являє собою «поглиблений підбір», що також враховує особистісні характеристики і ділові якості претендента. Здійснюється рекрутинговими агентствами для підбору фахівців середньої ланки.

Сучасні зміни кадрових відносин змушують менеджерів шукати та використовувати інноваційні соціальні технології, які, в свою чергу, вимагають від людського капіталу додаткових вмінь щодо поєднання природних та набутих якостей з вимогами навколишнього середовища. Інноваційні структури вимагають від працівника особливої гнучкості мислення, ефективної системи сприйняття, внутрішньої потреби у творчості, своєрідної форми самореалізації та інтеграції до соціальної системи. Вони зорієнтовані в першу чергу на висококваліфіковану робочу силу, центральною ланкою якої є особистість новатора-вченого або новатора-менеджера.

Зазначимо також, що головним акцентом в інноваційній діяльності стає інтелект особистості, для якої все більшого значення набувають важливість праці та високий рівень внутрішньої мотивації. Особливими вимогами для такого працівника, який має біти також і новатором, стають удосконалення комунікативних процесів та міжособистісних відносин. З кожним днем, все більше закордонних компаній при конкурсному відборі інноваційних менеджерів застосовують тести відповідності якостей працівника вимогам умов діяльності інноваційного керуючого [2].

Окремо слід наголосити на тому, що одними з пріоритетних якостей підбору персоналу в сучасних умовах є організаторські здібності, що мають за основу ініціативність, цілеспрямованість, завзятість у досягненні цілей. Більше всього шансів на отримання бажаної посади у кандидата, який вдало поєднує лідерські якості з високим рівнем відповідальності, привітним ставленням до оточуючих, а оперативність і точність – зі своєчасністю прийнятих рішень. Водночас, при формуванні колективу ефективним є використання такої інноваційної методики, як LAB-profile [3]. Ця новітня методика підбору персоналу дає можливість будувати мета-програмні профілі працівників та/ або кандидатів на вакантні посади. Цей метод ґрунтується на психологічних інструментах управління персоналом і дає можливість побудувати мета-програмний портрет особистості, за допомогою якого виявляються найважливіші характеристики стилю мислення співробітника, що дає можливість спрогнозувати, як успішно він впорається з тим чи іншим видом діяльності, якими ресурсами він володіє .

Підсумовуючи, зазначимо, що головними завданнями HR-менеджерів в сучасних умовах активного розвитку організацій та структури менеджменту в цілому, повинні стати наступні: управління талантами і лідерством, управління залученістю, поведінкою і культурою. Активне використання чітко визначених критеріїв лідерства у процесах відбору, просування та мотивування, організації дають конкретні інструкції для своїх працівників і отримують переконання, що їх таланти найкращим чином відповідають стратегії компанії, спрямовуючи компанію до подальшого розвитку.

Література

1. Довгаль О.В. Інноваційне управління персоналом. Ефективна економіка № 5, 20115. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4227 (дата звернення: 15.01.2021 р.)

2. Дериховська В.І. Взаємозв'язок розвитку персоналу та стратегії управління персоналом. Бізнес Інформ. 2013. № 7(426). С. 341–347.

3. Волянська-Савчук Л.В., Мацишина М.В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. Економіка і організація управління. № 1 (33). 2019. С. 33-42

Юдіна О.В.
к. пед. н., доцент
Запорізький національний університет

ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З АГРОМЕНЕДЖМЕНТУ ДО ІНШОМОВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Посилення міжнародних зв'язків України з навколишнім світом, потреба у спілкуванні та співпраці між країнами і народами з різними мовами та культурними традиціями визначили вимоги суспільства до рівня та якості підготовки фахівців у галузі агроменеджменту, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності до ділової міжкультурної комунікації.

Орієнтуючись на сучасні тенденції мовної освіти, висвітлені у Загальноєвропейських рекомендаціях Ради Європи з мовної освіти, відповідно до яких головна мета навчання іноземної мови полягає в тому, щоб «…сприяти розвитку цілісної особистості того, хто вивчає мову, та його самоусвідомленню шляхом збагачення досвіду, розуміння відмінностей між іншими мовами та культурами» [1, с.1], є доцільним підготувати фахівців з агроменеджменту до ділової міжкультурної комунікації на рівні європейських стандартів.

В умовах бізнес-орієнтованого суспільства всі підприємства залежать одне від одного в сфері виробництва і розповсюдження своїх товарів і послуг. Ділові партнери, носії різних культур і мов, мають поважати інші цінності, культуру, вміти перебудуватися задля справи, вибирати відповідні прийоми та засоби спілкування, що сприятиме встановленню ділових контактів, розвитку співпраці. Вміння ефективно спілкуватися, вдало вести дискусію і переконувати опонента є дуже важливим для ведення переговорів. Вміння слухати ділового партнера є не менш важливим аспектом комунікації. Діловий етикет є невід'ємним складником ділової міжкультурної комунікації й бізнес-етики, зокрема, яка сьогодні перебуває в Україні на стадії активного розвитку.

Провідним напрямом в оволодінні майбутніми фахівцями з агробізнесу іншомовної ділової комунікації є здобуття ними такого рівня міжкультурної комунікативної компетентності, який дозволяє користуватися іноземною мовою у галузі професійної діяльності. Щоб реалізувати ці ідеї, підготовка до іншомовної ділової комунікації, на нашу думку, повинна спиратися на особистісно-діяльнісний підхід, який ґрунтується на новітніх досягненнях науки та окреслює сучасну парадигму освіти, зокрема передбачає формування гармонійно розвинутої особистості фахівця, здатного до виконання своїх професійних обов'язків іноземною мовою.

Особистісно-діяльнісний підхід у своєму особистісному компоненті передбачає в центрі здобувача освіти як суб'єкта освітнього процесу, його цілі, мотиви, індивідуальні психологічні, вікові особливості [2]. Необхідно максимально враховувати професійні потреби майбутніх фахівців з агробізнесу, а сам процес підготовки до ділової комунікації іноземною мовою має бути націленим на набуття не тільки знань, навичок і вмінь, а й певних якостей особистості, які зумовлюють результативність спілкування.

Навчальна діяльність має свою зовнішню структуру, яка складається з таких основних компонентів: 1) мотивації; 2) навчальних завдань; 3) навчальних дій; 4) контролю, що переходить у самоконтроль; 5) оцінки, що переходить у самооцінку. Визначаючи діяльнісний компонент в особистісно-діяльнісному підході в освіті, треба зазначити, що обидва його компоненти є взаємопов'язаними, оскільки особистість виступає суб'єктом діяльності.

Об’єктом навчання з позиції зазначеного вище підходу виступає мовленнєва діяльність у говорінні, аудіюванні, читанні, письмі. Оптимальними способами для забезпечення цієї діяльності в штучних умовах є: 1) рольові ігри, за допомогою яких організується навчальне спілкування відповідно до розробленого сюжету та розподілених ролей та міжрольових стосунків; 2) проблемні ситуації з використанням мовленнєвих завдань, які передбачають виконання дій, що базуються на критичному міркуванні, на припущенні, на здогадці, на інтерпретації фактів, на умовиводі тощо; 3) вільне (спонтанне) спілкування, яке на заняттях має такі особливості: його зміст не завжди передбачений, необхідна активна мобілізація мовленнєво-мисленнєвих резервів і попереднього мовленнєвого досвіду.

Проблемні завдання дозволяють значно активізувати мовленнєву діяльність та сприяють формуванню комунікативної мотивації. Суттєве значення у формулюванні проблеми має моделювання реальних ситуацій ділової міжкультурної комунікації та застосування міжпредметних зв’язків, де необхідно враховувати особливості професійного мислення. Вирішуючи завдання проблемної фахової ситуації, майбутні фахівці з агробізнесу набувають нові знання, навички та вміння (зокрема, вміння працювати та приймати рішення у нестандартних ситуаціях), що є важливим для ефективної професійної діяльності.

Організація парно-групової та колективної взаємодії студентів з виконання творчих, проблемно-пошукових і комунікативних завдань реалізує принципи інтерактивного навчання, що є основою впровадження сучасних освітніх технологій. Інформаційно-комунікаційні технології є важливим засобом оптимізації та інтенсифікації освітнього процесу [3]. Використання комп’ютерних технологій є доцільним для навчання мовного і мовленнєвого навчального матеріалу, а також проведення он-лайн тестування щодо перевірки рівня сформованості фахової комунікативної компетентності, активне впровадження у практичні заняття презентацій, самостійно підготовлених здобувачами освіти [4]. Комп’ютерна техніка забезпечує сприймання інформації через слуховий та зоровий канали, що дозволяє здійснити навчання і контроль засвоєння іноземної мови в різних режимах самостійного пошуку і на різних рівнях складності.

В умовах сьогодення зарекомендували свою доцільність такі Інтернет-технології та комп’ютерні навчальні засоби як: електронний підручник, електронний посібник, електронні довідники, комп’ютерні навчальні програми, інформаційно-пошукові системи, подкасти (podcast), веб-квест (Web-quest), on-line тести, мультимедійні та дистанційні курси [5; 6]. Використання Інтернет-ресурсів в освітньому процесі створює умови для автономії, співтворчості, надає

можливість спілкуватися іноземною мовою у віртуальному просторі (електронна пошта, чати, форуми, скайп, блог тощо).

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що впровадження всіх названих педагогічних технологій в освітній процес сприяє підвищенню ефективності підготовки майбутніх фахівців галузі агроменеджменту до ділової комунікації іноземною мовою, що є необхідним для кар'єрного і професійного зростання, розвитку бізнесу, виробництва, торгівлі, підприємництва, успішної міжнародної співпраці з діловими партнерами.

Література

1. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання [науковий редактор українського видання доктор пед. наук, проф. С.Ю. Ніколаєва]. Київ : Ленвіт, 2003. 273 с.

2. Сучасні технології навчання іноземних мов і культур у загальноосвітніх і вищих навчальних закладах : колективна монографія [за ред. С. Ю. Ніколаєвої; техн. ред. І. Ф. Соболєвої]. Київ : Ленвіт, 2015. 444 с.

3. Hernandez, R., M. Impact of ICT on Education: Challenges and Perspectives Propósitos y Representaciones Ene. Jun. 2017, Vol. 5, Nº 1: pp. 325-347 URL: http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n1.149

4. Zhu, E., Kaplan, M. Dershimer, C.R., Bergom, I., (2011) Use of laptops in the classroom: research and best practices. *Center for Research on Learning and Teaching.* 2011 URL: http://www.crlt.umich.edu/sites/default/files/resource_files/CRLT_no30.pdf

5. Clark, R., Mayer, R. E. E-learning and the science of instruction: proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning. [2nd edition]. San Francisco: Pfeiffer, 2008. XVI, 476 p. DOI: 10.1002/9781118255971 URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/ 10.1002/9781118255971

6. Gaebel, M., Kupriyanova, V., Morais, R., Colucci, E. E-learning in European Higher Education Institutions. 2014. URL: https://eua.eu/downloads/ publications/e-learning%20in%20european%20higher%20education%20institutions%20results%20of%20a%20mapping%20survey.pdf

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Міністерство освіти і науки України

Державна наукова установа
«Український інститут науково-технічної експертизи та інформації»

ПОСВІДЧЕННЯ № 146

від 03 лютого 2021 р.

про реєстрацію проведення заходу	ІІ міжнародна науково-практична конференція

за темою	**«ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

що вищеназваний захід проводиться	м. Запоріжжя

Одержувач	Запорізький національний університет

Термін проведення: 09-11 лютого 2021 р.

Кількість учасників: 100 осіб

Завідувач відділу наукового супроводження
та організації наукових заходів В.В. Матусевич

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНІЙ СФЕРІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Відповідальний редактор: Бухаріна Л.М.
Технічний редактор: Полусмяк Ю.І.
Дизайн: Лисенко М.О.

Підп. до друку. 05.02.2021 Формат А5.
Замовлення № 6. Наклад 30 прим.

_____

Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 5229 від 11.10.2016